

**PENGARUH PERUBAHAN TRANSAKSI KONSUMEN DI ERA  
DIGITAL DAN TEKNOLOGI MESIN EDC (ELECTRONIC  
DATA CAPTURE) YOKKE TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUTUSAN  
KONSUMEN PT MITRA TRANSAKSI INDONESIA  
PALEMBANG**

**TESIS**

Ditulis untuk memenuhi Sebagian Persyaratan dalam  
menempuh Gelar Magister Manajemen



Disusun Oleh :

**Nama : M. ALKHAIRUN CAHYADI**

**NPM : 214641034**

**Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TRIDINANTI  
2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING TESIS**

**Tesis Ini Telah Disetujui Untuk Diujikan**

**PENGARUH PERUBAHAN TRANSAKSI KONSUMEN DI ERA  
DIGITAL DAN TEKNOLOGI MESIN EDC (*ELECTRONIC DATA  
CAPTURE*) YOKKE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN YANG  
DIMEDIASI OLEH KEPUTUSAN KONSUMEN PT MITRA  
TRANSAKSI INDONESIA PALEMBANG**

Nama : M. ALKHAIRUN CAHYADI  
NPM : 214641034  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Tesis : Pengaruh Perubahan Transaksi Konsumen Di Era  
Digital Dan Teknologi Mesin Edc (*Electronic Data  
Capture*) Yokke Terhadap Kepuasan Konsumen Yang  
Dimediasi Oleh Keputusan Konsumen Pt Mitra  
Transaksi Indonesia Palembang

Pembimbing Tesis Menyetujui:  
Tanggal 28/3/2023 Pembimbing I  
Tanggal 28/3/2023 Pembimbing II

(Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE., MM)  
NIDN : 0016035101

(Dr. Ir. Nasir Satrio, M.P)  
NIDN : 0205026401

Mengetahui :



Dr. Mst. Mikial, SE., M.Si., Ak.,CA.,CSRS  
NIDN : 0205026401

Tanggal 29/3/2023

Kaprodi MM

Dr. Sari Sakarina, SE.,MM  
NIDN : 0214038501

Tanggal .....


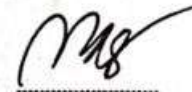

**LEMBAR PENGESAHAN KOMISI PENGUJI TESIS**

**PENGARUH PERUBAHAN TRANSAKSI KONSUMEN DI ERA  
DIGITAL DAN TEKHNOLOGI MESIN EDC (ELECTRONIC DATA  
CAPTURE) YOKKE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN YANG  
DIMEDIASI OLEH KEPUTUSAN KONSUMEN PT MITRA  
TRANSAKSI INDONESIA PALEMBANG**


Dipertahankan di depan Komisi Penguji Tesis  
Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Tridinanti

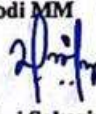
Nama : M. ALKHAIRUN CAHYADI  
NPM : 214641034  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyetujui :

Ketua Penguji :	Tanggal	Tanda Tangan
Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE., MM NIDN : 0016035101	28/3/2023	
Anggota Penguji :		
1. Dr. Ir. Nasir Satrio, M.P NIDN : 0205026401	28/3/2023	
2. Dr. Sari Sakarina, SE.,MM NIDN : 0214038501	27/3/23	

Mengetahui :

Palembang, 29/3/2023  
Dekan FEB  
  
Dr. Moy. Mikial, SE., M.Si., Ak.,CA.,CSRS  
NIDN : 0205026401

Palembang, 27/3/2023  
Kaprod MM  
  
Dr. Sari Sakarina, SE.,MM  
NIDN : 0214038501

## KATA PENGANTAR



*Assamualaikum Wr. Wb*

Alhamdulillahirabbil'alamin puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, atas limpahan dan Hidayah-Nya sehingga Tesis yang berjudul **“Pengaruh Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital Dan Teknologi Mesin Edc (Electronic Data Capture) Yokke Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Dimediasi Oleh Keputusan Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang.**

Tesis ini ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan mendapatkan gelar Magister Manajemen pada Universitas Tridinanti Palembang Program Studi Magister Manajemen.

Penyelesaian Tesis ini melibatkan banyak pihak yang telah memberikan bantuan, baik langsung maupun tidak langsung, moril maupun materil. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan ketulusan hati penulis menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih kepada :

1. Ketua Yayasan Pendidikan Nasional Tridinanti Palembang Bapak Prof. Ir. H. Machmud Hasjim, MME.
2. Rektor Universitas Tridinanti Palembang Ibu Dr. Ir. Hj. Manisah, MP
3. Direktur Program Pasca Sarjana MM-UTP, Bapak Dr. Djatmiko Noviantoro, S.E, M.Si
4. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang Ibu Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak., CA.,CSRS.
5. Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Tridinanti Palembang Ibu Dr. Sari Sakarina, SE, MM.
6. Bapak Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE., MM., selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktu, pikiran dan tenaganya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan Tesis ini.

7. Bapak Dr. Ir. Nasir Satrio, M.P, selaku Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktu, pikiran dan tenaganya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan Tesis ini.
8. Para dosen dan pihak-pihak lain Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Tridianti Palembang.
9. Teman-teman MM Angkatan 46 yang selalu kompak selama masa perkuliahan.
10. Para Yokke Squad terutama Ibu Niniek Raharja (CEO), Bapak Tri S. Prayitno (CMO), Bapak Harissyah Putra (GH), Bapak Muhammad Aris Mahfud, Bapak Maga Sambuaga, Ibu Flonia (DH), temen temen Retail Sales. Dan special buat keluarga kerjaku All Team ADO Palembang (Yudhaswara, Arief Hidayat, Millen, Rama, Hary dan All Team Marketing Yokke Palembang, Jambi, Padang).
11. Terimakasih dan salam hormat kepada Bapak Ade Hasballah (RCEO), Bapak Oktariza (TBRH), Bapak Indro (CCH) Bapak Saini (TBBM) Mba Dennisa (TBIM), Meilandani (OTBR), Wulandari (TBBA Palsud) dan rekan-rekan Bank Mandiri Region 2.
12. Rekan-rekan Bank Mandiri Area Palembang Sudirman, Palembang Arief, Area Padang Dan Area Jambi.
13. Kedua orang tua penulis yang tercinta, *Alm* Papa H. Limdani dan Mama Hj. Cholilah Gani yang telah dengan tulus, penuh kasih sayang dan kesabaran memberikan dorongan, dukungan serta doa yang tidak pernah putus dari dalam kandungan hingga saat ini & sangat berharap anaknya menuntaskan S2.
14. Terima kasih untuk Bunda Dewi yang telah menjadi istri dan bunda terbaik serta teristimewa buat penulis. Buat anak penulis yang selalu memberikan kekuatan dan semangat Kakak Nasya, Adek Queen, Adek Dita, Papa sangat menyayangi kalian.
15. Untuk saudara perempuan penulis Lili Purnama Sita, Etika Agnes, saudara laki – laki Agung Alhadi yang telah banyak memberikan dukungan kepada penulis.

Akhir kata dari penulis, semoga Allah SWT dapat membalas semua kebaikan pihak yang telah membimbing, membantu, mendorong serta mendoakan penulis baik lansung maupun tidak lansung. Dan semoga tesis ini dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bisnis perbankan serta bermanfaat bagi

para pembaca dan sebagai syarat penulis untuk menyelesaikan studi di program studi magister manajemen pasca sarjana Universitas Tridianti Palembang.

*Wassalammualaikum, Wr. Wb*

Palembang,     Maret 2023

Penulis

**M. ALKHAIRUN CAHYADI**  
**NPM : 214641034**

## ABSTRAK

**M. ALKHAIRUN CAHYADI, Pengaruh Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital Dan Teknologi Mesin Edc (Electronic Data Capture) Yokke Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Dimediasi Oleh Keputusan Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang, dibawah bimbingan Bapak Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE., MM dan Bapak Dr. Ir. Nasir Satrio, M.P**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan Pengaruh Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital Dan Teknologi Mesin Edc (Electronic Data Capture) Yokke Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Dimediasi Oleh Keputusan Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang baik secara langsung maupun secara tidak langsung. populasi penelitian ini adalah seluruh Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang, yang berjumlah 672 orang, Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan simple random sampling. Perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin, Maka dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 87 orang sebagai sampel penelitian. Analisis data yang digunakan PLS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen, Teknologi Mesin Edc berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen, Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital berpengaruh terhadap Kepuasan, Teknologi Mesin Edc berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, Keputusan Konsumen berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital terhadap Kepuasan Konsumen memiliki pengaruh yang tidak langsung dengan Keputusan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. Teknologi Mesin Edc terhadap Kepuasan Konsumen memiliki pengaruh yang tidak langsung dengan Keputusan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. Nilai  $R^2$  untuk variabel laten Keputusan Konsumen sebagai variabel mediasi sebesar 0,961, yang artinya nilai tersebut mengidentifikasi bahwa variasi Keputusan Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital dan Teknologi Mesin Edc sebesar 96,1% sedangkan sisanya sebesar 3,9% dijelaskan oleh variabel lain. Nilai  $R^2$  untuk variabel laten Kepuasan sebesar 0,984 yang artinya nilai tersebut mengidentifikasi bahwa variasi Kepuasan dapat dijelaskan oleh variabel Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital, Teknologi Mesin Edc dan Keputusan Konsumen sebesar 98,4% sedangkan sisanya sebesar 1,6% dijelaskan oleh variabel yang tidak terdapat dalam penelitian.

***Kata kunci : Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital, Teknologi Mesin Edc, Keputusan Konsumen, Kepuasan Konsumen***

## **ABSTRACT**

***M. ALKHAIRUN CAHYADI, The Effect of Changes in Consumer Transactions in the Digital Era and Yokke Edc (Electronic Data Capture) Machine Technology on Consumer Satisfaction Mediated by Consumer Decisions of PT Mitra Transactions Indonesia Palembang, under the guidance of Prof. Dr. H. Sulbahri Madjir, SE., MM and Dr. Ir. Nasir Satrio, M.P***

*This study aims to determine and prove the Effect of Changes in Consumer Transactions in the Digital Age and Yokke Edc (Electronic Data Capture) Machine Technology on Consumer Satisfaction Mediated by Consumer Decisions of PT Mitra Transactions Indonesia Palembang, either directly or indirectly. The population of this study were all consumers of PT Mitra Transactions Indonesia Palembang, totaling 672 people. In this study, researchers used simple random sampling. Calculation of the number of samples using the Slovin formula, so in this study the number of samples used was 87 people as the research sample. Data analysis used PLS.*

*The results of this study indicate that, Changes in Consumer Transactions in the Digital Age affect Consumer Decisions, Edc Machine Technology influences Consumer Decisions, Changes in Consumer Transactions in the Digital Era affect Satisfaction, Edc Machine Technology influences Consumer Satisfaction, Consumer Decisions affect Consumer Satisfaction, Changes in consumer transactions in the digital era on consumer satisfaction have an indirect effect on consumer decisions as an intervening variable. Edc Machine Technology on Consumer Satisfaction has an indirect effect on Consumer Decisions as an Intervening Variable. The R2 value for the latent variable Consumer Decisions as a mediating variable is 0.961, which means that this value identifies that variations in Consumer Decisions can be explained by the variable Changes in Consumer Transactions in the Digital Era and Edc Machine Technology by 96.1% while the remaining 3.9% is explained by other variables. The R2 value for the latent variable Satisfaction is 0.984, which means that this value identifies that variations in satisfaction can be explained by the variables Changes in Consumer Transactions in the Digital Era, Edc Machine Technology and Consumer Decisions by 98.4% while the remaining 1.6% is explained by variables that are not found in research.*

***Keywords: Changes in Consumer Transactions in the Digital Age, Edc Machine Technology, Consumer Decisions, Consumer Satisfaction***



## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Alkhairun Cahyadi

NPM : 214641034

Program studi : Magister Manajemen Universitas Tridinanti Palembang

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul tesis : Pengaruh Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital Dan Teknologi Mesin Edc (Electronic Data Capture) Yokke Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Dimediasi Oleh Keputusan Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang.

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Tesis yang saya susun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) dari Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen Universitas Tridinanti Palembang seluruhnya adalah hasil karya sendiri.
2. Apabila ada bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dari hasil karya orang lain, akan saya tulis sumbernya dengan jelas, sesuai norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.
3. Jika dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian tesis yang saya susun ini bukan hasil karya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan Gelar Akademik Magister Manajemen (MM) yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dalam keadaan sadar dengan rasa tanggung jawab tanpa paksaan dari pihak manapun.

Palembang, Maret 2023

Yang menyatakan,

  
  
M. Alkhairun Cahyadi

## RIWAYAT HIDUP



**M. Alkhairun Cahyadi**, dilahirkan di Palembang 16 February 1986. Merupakan anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan Alm, H.LIMDANI dan Hj. Cholilah Gani.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 1998 di SD Negeri 630 Palembang, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2001 di SLTP Muhammadiyah 10 Palembang, Sekolah Menengah Atas diselesaikan pada tahun 2004 di SMA Negeri 13 Palembang, Strata 1 di Universitas Muhammadiyah Palembang dan lulus pada tahun 2010, memasuki Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Tridinanti Palembang Tahun 2021.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING TESIS <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI TESIS ..... <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
SURAT PERNYATAAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	16
1.1 Latar Belakang.....	16
1.2 Identifikasi Masalah.....	21
1.3 Pembatasan Masalah.....	22
1.4 Perumusan Masalah .....	23
1.5 Tujuan Penelitian .....	24
1.6 Kegunaan Penelitian .....	25
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN.... <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
2.1. Kajian Pustaka .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Kepuasan Konsumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2 Keputusan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3 Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital ... <b>Error! Bookmark not defined.</b>	

2.1.4	Tekhnologi Mesin Edc (Electronic Data Capture)	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2	Hasil Penelitian Yang Relevan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3	Kerangka Berpikir	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4	Hipotesis Penelitian	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III METODE PENELITIAN		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2	Populasi dan Sampel	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1	Populasi	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.2	Sampel	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3	Variabel dan Definisi Operasional	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4	Instrumen Penelitian	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5	Teknik Analisis Data	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6	Hipotesis Statistik	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1	Hasil Analisis	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2	Pembahasan Hasil	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1	Kesimpulan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2	Implikasi Kebijakan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.3	Saran	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PUSTAKA		27
LAMPIRAN		<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Target Jumlah Agen EDC Yokke Palembang 2021 .....	18
Tabel 1. 2 Target Sales Volume Agen EDC Yokke Palembang 2021 .....	19
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Yang Relevan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Kepuasan Konsumen	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>defined.</b>	
Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Keputusan Konsumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>not defined.</b>	
Tabel 3. 4 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Perubahan Transaksi Konsumen	
Di Era Digital.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 5 Kisi-kisi Instrumen Variabel Teknologi Mesin Edc	
(Electronic Data Capture) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 6 Scoring Untuk Jawaban Kuesioner.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 7 Pengambilan Keputusan Dalam Uji t-statistic .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>defined.</b>	
<b>No table of figures entries found.</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.1 Full Model Setelak Dikalkulasi 1.....	67
Gambar 4.2 Hasil Uji T Statistik Antar Variabel.....	78

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi dalam hal pembayaran menjadi salah satu gaya hidup masyarakat pada zaman modern. Sistem pembayaran yang awalnya hanya menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran, kini berkembang menjadi pembayaran non tunai. Perubahan sistem pembayaran sangat pesat mengikuti perkembangan teknologi, hal ini menjadi peluang bagi perbankan untuk bersaing dalam hal sistem pembayaran non tunai (Sitepu, 2021:42)

Pada saat ini juga banyak perubahan terkait teknologi di perbankan, dari transaksi yang wajib ke teller sekarang dapat dilakukan melalui Anjungan Tunai Mandiri (ATM), *Electronic Data Capture* (EDC) dan *Mobile Banking*. Salah satu produk *E-Banking* yang sedang berkembang adalah mesin EDC yang sangat membantu dalam kegiatan transaksi non tunai. Mesin EDC merupakan salah satu alat pendukung dan pemicu percepatan budaya baru. EDC merupakan mesin elektronik yang digunakan untuk memproses transaksi non tunai dengan menggunakan kartu pembayaran elektronik. Dengan mesin EDC, transaksi keuangan di tingkat konsumen menjadi lebih mudah dan yang pasti lebih efisien. Saat ini EDC tidak hanya dipakai untuk transaksi kartu kredit, transaksi debit dan transaksi isi ulang (*top-up*) namun juga untuk transaksi *online* seperti Shopee, Buka Lapak, Dana, Linkaja dan lainnya.

Masing-masing jenis transaksi itu masih bisa dikembangkan lagi, sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan *ide merchant*. Saat ini yang juga berkembang adalah EDC Agen yang dapat berfungsi sebagai alat transfer, setor dan tarik tunai, pembayaran listrik, air dan lain sebagainya (Kurnianingsih, 2019:19).

Dalam rangka meningkatkan pelayanan dan memberikan kemudahan kepada konsumen dalam melakukan transaksi perbankan di Bank, maka perlu mengembangkan sistem informasi teknologi yang mampu menghasilkan tingkat pelayanan yang lebih cepat, terpercaya, dan handal, serta jangkauan pelayanan yang lebih luas tanpa dibatasi dengan kendala wilayah dan waktu. Salah satu sarana yang dibutuhkan adalah dengan menyediakan sarana EDC Yokke

Beberapa bank menggunakan jasa PT Mitra Transaksi Indonesia dalam hal pengelolaan EDC nya. PT. Mitra Transaksi Indonesia atau yang dikenal juga dengan nama dagang Yokke merupakan anak perusahaan Perseroan dimana kepemilikan sahamnya 100% oleh Bank Mandiri. PT Mitra Transaksi Indonesia (Yokke) bergerak dalam bidang usaha *acquiring Aggregator*. PT Mitra Transaksi Indonesia (Yokke) menyediakan sarana layanan *E-Banking* yang menggunakan EDC Yokke, akan tetapi ada masyarakat (pemegang kartu debit/kredit dan gerai pengguna EDC) yang kurang puas terhadap mesin EDC yang diluncurkan oleh PT Mitra Transaksi Indonesia (Yokke)

PT Mitra Transaksi Indonesia (MTI), didirikan pada tahun 2016, sebagai perusahaan berbasis teknologi yang menawarkan layanan menyeluruh untuk memproses transaksi pembayaran dan layanan dukungan berbasis teknologi. PT Mitra



Transaksi ini dikenal dengan Brand Name ‘YOKKE’ Yokke berdedikasi untuk menyempurnakan, merampingkan, dan meningkatkan keamanan dalam proses pembayaran dan kegiatan operasional untuk Perbankan dan Lembaga Keuangan Yokke adalah bagian dari Mandiri Group melalui perusahaan ventura, PT Mandiri Capital Indonesia

Pada tabel berikut akan disajikan data pencapaian jumlah toko pemakai perangkat EDC beserta target transaksi yang diberikan selama periode Bulan Januari 2021 - Desember 2021 untuk unit kerja Palembang.

**Tabel 1. 1**  
**Target Jumlah Agen EDC Yokke Palembang 2021**

Bulan	Taget Toko Baru Pengguna Edc Yokke Palembang	Realisasi Penambahan Toko Pengguna Edc Yokke Palembang	Status Pencapaian Target
Januari	86	60	Belum Tercapai
Februari	88	86	Belum Tercapai
Maret	90	100	Tercapai
April	90	117	Tercapai
Mei	90	57	Belum Tercapai
Juni	90	121	Tercapai
Juli	90	106	Tercapai
Agustus	90	108	Tercapai
September	90	145	Tercapai
Oktober	90	134	Tercapai
November	90	150	Tercapai
Desember	90	129	Tercapai
Total	1.074	1.313	Tercapai

Sumber : PT Mitra Transaksi Indonesia (MTI), 2022

Berdasarkan data pada tabel menunjukkan kurang optimalnya kinerja dari PT Mitra Transaksi Indonesia (MTI) dalam melakukan akuisisi agen EDC dari periode laporan Januari – Desember 2021 terdapat tiga periode yang belum optimal yaitu

periode bulan Januari, Februari dan Mei 2021. Sedangkan PT Mitra Transaksi Indonesia (MTI) di periode lainnya dapat melakukan akuisisi toko baru pengguna EDC Yokke lebih dari target yang diharapkan.

**Tabel 1. 2**  
**Target Sales Volume Agen EDC Yokke Palembang 2021**

Bulan	Target Sales Edc Yokke Palembang	Realisasi Sales Edc Yokke Palembang	Status Pencapaian Target
Januari	Rp258.766.891.959	Rp242.721.579.711	Belum Tercapai
Februari	Rp235.906.275.143	Rp224.777.155.560	Tercapai
Maret	Rp267.183.447.258	Rp244.528.558.132	Belum Tercapai
April	Rp264.562.695.032	Rp258.496.991.989	Belum Tercapai
Mei	Rp302.388.384.148	Rp285.083.510.261	Belum Tercapai
Juni	Rp269.381.083.422	Rp255.531.923.975	Belum Tercapai
Juli	Rp280.851.582.950	Rp226.701.515.197	Belum Tercapai
Agustus	Rp295.457.910.113	Rp222.420.761.197	Belum Tercapai
September	Rp288.443.623.490	Rp254.388.390.700	Belum Tercapai
Oktober	Rp300.659.998.042	Rp282.563.754.339	Belum Tercapai
November	Rp293.480.004.599	Rp264.233.145.316	Belum Tercapai
Desember	Rp318.706.559.528	Rp284.365.222.734	Belum Tercapai

Sumber : PT Mitra Transaksi Indonesia (MTI), 2022

Berdasarkan data pada tabel diatas menunjukkan hasil yang belum memuaskan dikarenakan sebagian besar target belum tercapai selama periode bulan Januari sampai dengan Desember tahun 2021. Strategi yang telah dilakukan oleh PT Mitra Transaksi Indonesia (MTI) untuk mencapai target agen dan transaksi pada agen EDC Yokke seperti memasarkan EDC Yokke kepada nasabah internal dan nasabah *walk in customer*, selain itu juga mempercepat proses pengajuan untuk menjadi agen EDC Yokke, dan melakukan monitoring penggunaan EDC Yokke secara *off site*. Akan tetapi

strategi ini belum efektif untuk mencapai target terkait EDC Yokke di PT Mitra Transaksi Indonesia (MTI) Palembang

Selain itu fenomena lainnya terlihat dari Transaksi jual beli konsumen di era digital terutama di pusat perbelanjaan saat ini sudah berubah menuju ke transaksi digital/*cashless*/non tunai, tetapi masih banyak konsumen yang masih nyaman bertransaksi menggunakan uang tunai. Dari hasil pengamatan, konsumen lebih memilih melakukan penarikan uang tunai di mesin ATM daripada langsung bertransaksi di Mesin EDC, Teknologi mesin EDC (*Electronic Data Capture*) masih sering mengalami gangguan. Untuk gangguan yang sering terjadi adalah transaksi berhasil di konsumen namun di mesin EDC gagal (*struck* tidak keluar) yang disebabkan gangguan jaringan provider serta server bank penerbit kartu. Gangguan ini mengakibatkan dana konsumen menggantung. Konsumen bisa menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk terhadap transaksi non tunai di edc yokke, Konsumen terkadang dikagetkan dengan hasil sebuah jasa dimana bisa lebih baik atau lebih buruk dari yang diharapkan. Biasanya, konsumen cenderung mencari penyebabnya. Kegiatan pelanggan dalam mencari penyebab inilah yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan terhadap barang dan jasa, Masih banyak masyarakat yang kurang tahu informasi tentang produk-produk unggulan seperti potongan harga, kemudahan menggunakan *Electronic Data Capture* (EDC) dan lainnya. Dari promosi yang kurang terhadap merchant atau konsumen mengakibatkan banyak kartu debit dan kartu kredit Bank Mandiri yang transaksi di EDC *competitor*

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik ingin meneliti Pengaruh Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital Dan Tekhnologi Mesin Edc (*Electronic Data Capture*) Yokke Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Dimediasi Oleh Keputusan Konsumen dengan tujuan untuk mengetahui yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan Tekhnologi Mesin Edc. Maka untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel tersebut, dapat dilakukan melalui penelitian dengan judul ***“Pengaruh Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital Dan Tekhnologi Mesin Edc (Electronic Data Capture) Yokke Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Dimediasi Oleh Keputusan Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang”***.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Sesuai uraian pada latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi masalah yang mempunyai Pengaruh Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital Dan Tekhnologi Mesin Edc (*Electronic Data Capture*) Yokke Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Dimediasi Oleh Keputusan Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang antara lain :

1. Kurang optimalnya kinerja dari PT Mitra Transaksi Indonesia (MTI) dalam melakukan akuisisi agen EDC dari periode laporan Januari – Desember 2021
2. Transaksi jual beli konsumen di era digital terutama di pusat perbelanjaan saat ini sudah berubah menuju ke transaksi digital/cashless/non tunai, tetapi masih banyak konsumen yang masih nyaman bertransaksi menggunakan uang tunai. Dari hasil

pengamatan, konsumen lebih memilih melakukan penarikan uang tunai di mesin ATM daripada langsung bertransaksi di Mesin EDC

3. Teknologi mesin EDC (*Electronic Data Capture*) masih sering mengalami gangguan. Untuk gangguan yang sering terjadi adalah transaksi berhasil di konsumen namun di mesin EDC gagal (struck tidak keluar) hal bersumber dari gangguan jaringan provider serta server bank penerbit kartu. Gangguan ini mengakibatkan dana konsumen menggantung.
4. Konsumen bisa menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk terhadap transaksi non tunai di edc yokke, Konsumen terkadang dikagetkan dengan hasil sebuah jasa dimana bisa lebih baik atau lebih buruk dari yang diharapkan. Biasanya, konsumen cenderung mencari penyebabnya. Kegiatan pelanggan dalam mencari penyebab inilah yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan terhadap barang dan jasa
5. Masih banyak masyarakat yang kurang tahu informasi tentang produk-produk unggulan seperti potongan harga, kemudahan menggunakan *Electronic Data Capture* (EDC) dan lainnya. Dari promosi yang kurang terhadap merchant atau konsumen mengakibatkan banyak kartu debit dan kartu kredit Bank Mandiri yang transaksi di EDC competitor

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Disebabkan adanya keterbatasan-keterbatasan dalam diri penulis baik menyangkut kemampuan, waktu, maupun dana dan agar penelitian ini lebih terfokus,

maka dari beberapa masalah yang telah teridentifikasi diatas penulis membatasi permasalahan yang akan diteliti hanya pada variabel Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital, Teknologi Mesin Edc (*Electronic Data Capture*), Kepuasan Konsumen, dan Keputusan Konsumen pada PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang.

#### **1.4 Perumusan Masalah**

Adapun masalah yang akan diselesaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh secara langsung Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital terhadap Keputusan Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang?
2. Apakah terdapat pengaruh secara langsung Teknologi Mesin Edc (*Electronic Data Capture*) terhadap Keputusan Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang?
3. Apakah terdapat pengaruh secara langsung Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital terhadap Kepuasan Konsumen Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang?
4. Apakah terdapat pengaruh secara langsung Teknologi Mesin Edc (*Electronic Data Capture*) terhadap Kepuasan Konsumen Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang?
5. Apakah terdapat pengaruh secara langsung Keputusan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang?

6. Apakah terdapat pengaruh secara tidak langsung Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital terhadap Kepuasan Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang dengan Keputusan Konsumen sebagai variabel mediasi?
7. Apakah terdapat pengaruh secara tidak langsung Teknologi Mesin Edc (*Electronic Data Capture*) terhadap Kepuasan Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang dengan Keputusan Konsumen sebagai variabel mediasi?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah diatas adalah untuk menganalisis, mengetahui dan membuktikan:

1. Pengaruh secara langsung Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital terhadap Keputusan Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang.
2. Pengaruh secara langsung Teknologi Mesin Edc (*Electronic Data Capture*) terhadap Keputusan Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang.
3. Pengaruh secara langsung Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital terhadap Kepuasan Konsumen Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang.
4. Pengaruh secara langsung Teknologi Mesin Edc (*Electronic Data Capture*) terhadap Kepuasan Konsumen Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang.
5. Pengaruh secara langsung Keputusan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang.

6. Pengaruh secara tidak langsung Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital terhadap Kepuasan Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang dengan Keputusan Konsumen sebagai variabel mediasi.
7. Pengaruh secara tidak langsung Teknologi Mesin Edc (*Electronic Data Capture*) terhadap Kepuasan Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang dengan Keputusan Konsumen sebagai variabel mediasi.

### **1.6 Kegunaan Penelitian**

Dengan penelitian ini diharapkan hasil-hasil yang didapat akan ada manfaatnya bagi :

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital dan Teknologi Mesin Edc (*Electronic Data Capture*) terhadap Kepuasan Konsumen PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang dengan Keputusan Konsumen sebagai variabel mediasi.
2. Sebagai salah satu pertimbangan bagi PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang untuk lebih memperhatikan Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital dan Teknologi Mesin Edc (*Electronic Data Capture*) dalam manajemen pemasaran sehingga Keputusan Konsumen benar-benar ditingkatkan dan pedoman untuk menyusun rencana pemasaran.
3. Secara teoritis :



- a) Diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan bidang manajemen pemasaran yang terkait dengan masalah Perubahan Transaksi Konsumen Di Era Digital dan Teknologi Mesin Edc (*Electronic Data Capture*) dengan Keputusan.
- b) Dapat dijadikan sebagai salah satu bahan referensi bagi pihak yang ingin melakukan kajian lebih lanjut.
- c) Sebagai salah satu input atau masukan bagi PT Mitra Transaksi Indonesia Palembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andi Setiawan, (2019). Peran Mediasi Keputusan Pembelian Pada Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen.
- Armstrong dan Kotler, (2020). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 13, Jilid 2. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Asih Kurnianingsih, (2019). Upaya Meningkatkan Keputusan Merchant Anchor Dalam Menggunakan Mesin Edc.
- Asman, R. D., & Rosmayani. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Mendapatkan Dana Pinjaman Modal Usaha Pada Unit Layanan Modal Mikro (Ulam) Di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Valuta*, 3(1), 40–78.
- Cahyani, F. G., & Sitohang, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- Christian Kuswibowo, (2020). Pengaruh Teknologi Mesin Edc Terhadap Kepuasan Konsumen melalui keputusan konsumen Merchant Pada Pt Bank Rakyat Indonesia Jakarta Pusat. *Jurnal Pemasaran*, 2(4)
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. (2018). Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. BP Undip. SemarangHarnanto. 2017. Akuntansi Biaya: Sistem Biaya Historis. Yogyakarta: BPFE.
- Ignasius Budiarto Sinaga, (2019). Peran Mediasi Keputusan Pembelian pada pengaruh Iklan, Promosi Penjualan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen”. Studi kasus pada Peengguna Kartu Prabayar Telkomsel di Grapari Telkomsel Yogyakarta
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya. Unitomo Press. Diambil dari:<http://books.google.com>
- Jhoni Hendra Sitepu, (2021). Pengaruh Perubahan Transaksi Konsumen Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Edc (*Electronic Data Capture*) Yokke Yang Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pengguna Edc Yokke Pt. Mitra Transaksi Indonesia).
- Kasmir. (2017). Customer Service Excellent. PT Raja Grafindo Persada. Depok.

- Mulyana, A., & Wijaya, H. (2018). Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android E-Payment System Design in E-Wallet Using Android-Based on QR Codes. 7(2), 63–69.
- Noor, Juliansyah. (2017). Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah. Jakarta: Kencana.
- Nurmayanti, (2021). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Digital Payment OVO. Jurnal Ilmiah Manajemen ISSN Volume 16, No.1
- Puspita, (2019). Analisis Kesesuaian Teknologi Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi Ovo. Jurnal Manajemen Informatika
- Rachmad Santoso, (2020). Analisa Perilaku Konsumen: Strategi Memenangkan Persaingan Bisnis Di Era Ekonomi Digital
- Rahayu, & Djawoto. (2017). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Tokopedia. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen , 1-20
- Riduwan, S. (2018). Pengantar Statistika. Bandung: CV Alfabeta.
- Saputri, M. E. (2019). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. Jurnal Socioteknologi, 15(2), 291–296.
- Sholahuddin (2019). Pengaruh Karakteristik Inovasi Terhadap Niat Mengadopsi Solopos Epaper. Publikasi Ilmiah
- Sholeha, & Widodo, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial, 12(1), 15.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.
- Sujani. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Belanja Di Indomaret. Majalah Ekonomi, 22, 191–205
- Sukarnaya, I. K., Tripalupi, L. E., & Sujana, I. N. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Pada Distro Legend Store Di Kecamatan Nusa Penida. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 11(1)

- Suwardi. (2019). Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan. Politeknik Negeri Semarang.
- Tjiptono. (2014). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi
- Tris, Dayanti (2016) Perkembangan Layanan *E-Banking* Dengan M
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money. *Balance*, XIV(2.)
- Warnadi, (2019). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Budi Utama
- Yohan Naftali, (2019). Modul Pelatihan Smart PLS. Ver : 2019.01.02
- Zubaidah Hanum dan Sahral Hidayat. (2019). “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek NIKE di Kota Medan”. *Jurnal Bisnis Administrasi*. Vol. 6 No. 1