

**PENGARUH E-TICKET DAN DIGITAL PAYMENT TAMAN NASIONAL BROMO
TENGGER SEMERU (TNBTS) TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG
DI GUNUNG BROMO
(Studi pada Pengunjung Gunung Bromo)**

Muhammad Izzul Haq, Dadang Krisdianto, Rio Era Deka

*Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang,
Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
LPPM Universitas Islam Malang Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
E-mail : izzulhaqq0506@gmail.com*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini ialah Untuk menguji dan menganalisis *e-ticket* TNBTS terhadap kepuasan pengunjung di Gunung Bromo. Untuk menguji dan menganalisis *digital payment* TNBTS terhadap kepuasan pengunjung di Gunung Bromo. Untuk menguji dan menganalisis *e-ticket* dan *digital payment* TNBTS terhadap kepuasan pengunjung di Gunung Bromo. Penelitian ini mengadopsi metodologi kuantitatif dengan pendekatan survei sebagai strategi pengumpulan data. Populasi sampel yang digunakan mencakup 100 partisipan yang dipilih melalui teknik *probabilitas sampling* dengan menerapkan metode *simple random sampling*. Pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 27. Temuan dari studi ini mengindikasikan bahwa implementasi tiket elektronik dan sistem pembayaran *digital* memberikan dampak positif serta signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan, baik ketika dianalisis secara individual maupun secara bersamaan. Studi ini diharapkan mampu menyajikan pemahaman yang lebih mendalam terkait variabel-variabel yang memengaruhi hubungan antara tiket elektronik dan pembayaran digital dengan tingkat kepuasan pengunjung.
Kata Kunci: *E-Ticket, Digital Payment, Kepuasan Pengunjung.*

ABSTRACT

This study aims to achieve three primary goals: first, to examine and evaluate how electronic ticketing systems implemented by TNBTS influence tourist satisfaction levels at Mount Bromo; second, to investigate and assess the impact of TNBTS digital payment mechanisms on visitor contentment at Mount Bromo; and third, to explore and analyze the collective influence of both electronic ticketing and digital payment systems on tourist satisfaction at Mount Bromo. The research methodology employs a quantitative framework utilizing survey techniques for data collection. A total of 100 participants were recruited using probabilistic sampling procedures through simple random selection methods. Data processing and statistical analysis were conducted using SPSS version 27 software. The findings demonstrate that electronic ticketing systems and digital payment platforms each exert favorable and statistically significant influences on tourist satisfaction levels, whether examined independently or in combination. This investigation is anticipated to offer valuable perspectives regarding the determinants that shape how electronic ticketing and digital payment technologies positively and meaningfully affect visitor satisfaction outcomes.

Keywords: *E-Ticket, Digital Payment, Visitor Satisfaction*

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata Indonesia mengalami pertumbuhan serta perkembangan yang berkelanjutan dan semakin menarik perhatian, bahkan telah bertransformasi menjadi sebuah fenomena dan elemen integral dari pola hidup

masyarakat. Aktivitas wisata tidak lagi didominasi oleh pelancong asing semata, melainkan juga diikuti secara aktif oleh wisatawan lokal yang melakukan eksplorasi destinasi. Peningkatan jumlah pengunjung berbanding lurus dengan eskalasinya ragam

kebutuhan yang harus dipenuhi. Kondisi ini menuntut industri pariwisata untuk mempercepat responsivitas layanan dan beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang berkembang pesat guna memenuhi ekspektasi tersebut. (Gultom, 2022).

Berdasarkan penelitian Annisa (2013), wilayah Jawa Timur memiliki kekayaan destinasi wisata yang signifikan, dengan strategi pengembangan sektor pariwisata yang didasarkan pada kekuatan potensi regional. Upaya untuk mentransformasi daerah-daerah di Jawa Timur menjadi kawasan yang mampu menyumbang pertumbuhan ekonomi bagi provinsi tersebut menjadi fokus utama. Para pelaku bisnis pariwisata di Jawa Timur mengakui bahwa sebagian besar potensi geografis di wilayah ini masih belum dioptimalkan secara maksimal. Selain kekayaan alamiah, nilai komersial yang dapat menjadi sumber penghasilan bagi komunitas lokal di daerah tersebut juga perlu dikembangkan lebih lanjut.

Data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) mengungkapkan bahwa terdapat 433,57 juta aktivitas perjalanan dalam negeri yang dilakukan oleh pelancong domestik selama paruh pertama tahun 2023. Angka tersebut menunjukkan kenaikan sebesar 12,57% dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya (*year-on-year/yoy*) yang mencatat 385,16 juta perjalanan. Ditinjau dari aspek destinasi, Jawa Timur berhasil meraih posisi teratas sebagai provinsi favorit bagi wisatawan domestik. Wilayah ini memperoleh 116,70 juta kunjungan yang mewakili 26,92% dari keseluruhan aktivitas perjalanan wisatawan dalam negeri.

Di antara berbagai destinasi yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia, Jawa Timur tampil sebagai primadona utama. Provinsi tersebut berhasil meraih capaian 116,70 juta kunjungan, sebuah prestasi luar biasa yang mencerminkan 26,92% dari total perjalanan wisatawan nusantara. Data ini membuktikan bahwa Jawa Timur berfungsi sebagai daya tarik utama bagi pelancong lokal, menyajikan pesona yang mampu memikat lebih dari seperempat keseluruhan

wisatawan domestik Indonesia. (*databoks.com. 2023*)

Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS), sebagai salah satu destinasi wisata alam terkemuka di Indonesia, telah mengadopsi sistem e-tiket dan pembayaran *digital* dalam upaya meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan. Implementasi teknologi ini diharapkan dapat mempermudah proses masuk, mengurangi antrean, dan memberikan fleksibilitas bagi pengunjung dalam melakukan transaksi.

Tiket elektronik atau *e-ticket* adalah sebuah metode untuk merekam transaksi penjualan aktivitas pariwisata tanpa memerlukan penerbitan dokumen dalam bentuk fisik (Purba, 2014). Sistem tiket digital ini merupakan salah satu wujud kemajuan teknologi dalam ranah perdagangan elektronik yang memungkinkan transaksi layanan perjalanan wisata dapat dikelola tanpa harus menghasilkan tiket berbasis kertas atau dokumen fisik lainnya.

Teknologi pembayaran digital merupakan inovasi kontemporer yang dikembangkan untuk memfasilitasi transaksi keuangan yang lebih efisien, mudah, dan terjamin keamanannya di zaman teknologi saat ini. Dalam lingkup manajemen operasional, pembayaran digital diartikan sebagai proses transfer nilai ekonomi antara berbagai pihak dalam aktivitas komersial melalui infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi. Mekanisme pembayaran ini berkembang dalam dunia perdagangan sebagai respons terhadap meningkatnya aktivitas perdagangan elektronik dan transaksi daring yang dilakukan masyarakat. Keberadaan platform perdagangan elektronik mendorong evolusi sistem pembayaran untuk menyajikan beragam alternatif transaksi kepada pelanggan sebagai wujud pelayanan prima. Platform e-commerce pada hakikatnya bergantung pada metode pembayaran non-cash yang dapat diakses secara fleksibel, sehingga platform perdagangan elektronik perlu mengoptimalkan teknologi pembayaran

digital (Ayo dkk, 2010).

Transformasi perilaku transaksi dalam masyarakat mengalami perubahan signifikan, dimana kebiasaan menggunakan mata uang fisik yang sebelumnya memberikan rasa aman bagi mayoritas penduduk Indonesia, kini beralih seiring dengan meningkatnya popularitas pembayaran elektronik dalam aktivitas sehari-hari yang menciptakan daya pikat khusus bagi segmen masyarakat Indonesia. Aspek efisiensi dan efektivitas menjadi salah satu faktor penggerak utama dalam terjadinya transformasi ini (Rahmatsyah, 2011).

E-ticket dan *digital payment* termasuk dalam fasilitas wisata, dimana fasilitas tersebut merupakan fasilitas wisata yang memudahkan wisatawan, dan fasilitas dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan, tingkat kunjungan, dan minat kunjungan kembali. Menurut Kotler (2002), Kepuasan adalah perasaan bahagia atau frustrasi individu yang timbul dari proses evaluasi antara performa produk yang dialami dengan ekspektasi konsumen.

Implementasi *e-ticket* dan *digital payment* TNBTS memiliki hubungan erat dengan tingkat kepuasan pelanggan dalam berwisata di Gunung Bromo. Dengan memberikan kemudahan akses, efisiensi waktu, keamanan transaksi, dan peningkatan layanan, sistem ini dapat meningkatkan pengalaman wisata yang lebih nyaman dan modern. Namun, pengelola perlu terus mengoptimalkan infrastruktur *digital* serta memberikan edukasi kepada wisatawan agar sistem ini dapat diakses dan digunakan oleh semua kalangan. Dengan pengelolaan yang tepat, *e-ticket* dan *digital payment* dapat menjadi salah satu faktor kunci dalam menciptakan wisata yang lebih berkelanjutan dan berkualitas.

Studi ini memiliki urgensi tinggi untuk mengevaluasi tingkat dampak layanan tiket elektronik dan pembayaran digital TNBTS terhadap tingkat kepuasan wisatawan di destinasi Gunung Bromo. Berdasarkan uraian konteks yang telah

dipaparkan sebelumnya, maka peneliti mengajukan judul “**Pengaruh E-Ticket dan Digital Payment Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS) terhadap Kepuasan Pengunjung di Gunung Bromo (Studi pada Pengunjung Gunung Bromo).**”

TINJAUAN PUSTAKA

Model Kano

Konsep Kano diciptakan oleh Noriaki Kano sebagai sebuah framework yang dirancang untuk mengelompokkan karakteristik produk dan layanan berdasarkan kemampuannya dalam memenuhi ekspektasi konsumen. Karakteristik-karakteristik pelayanan dapat diklasifikasikan ke dalam berbagai kategori, dimana pada kategori *must be* atau *basic needs*, konsumen akan mengalami ketidakpuasan ketika performa dari karakteristik tersebut berada di bawah standar. Akan tetapi penurunan kinerja atribut tidak akan menyebabkan penurunan tingkat kepuasan (Indrayani 2011).

E-Ticket

Berdasarkan Blenz (2018), tiket elektronik atau *Electronic Ticketing* merupakan suatu pendekatan komersial untuk transaksi, pembelian, dan penjualan tiket dari beragam layanan jasa terutama sektor perjalanan melalui platform internet dan teknologi komputer. Sementara itu, tiket digital mengacu pada format tiket dalam bentuk elektronik, yang memungkinkan pengguna untuk merekam proses transaksi dari kegiatan perjalanan mereka tanpa perlu menerbitkan dokumen bernilai dalam wujud fisik. (Indraani, 2014).

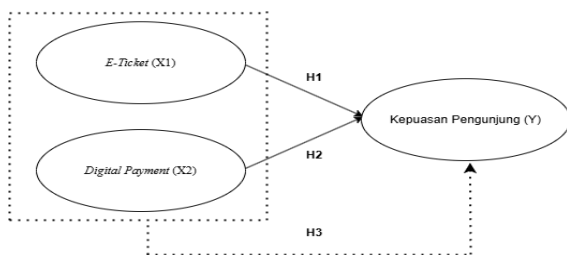
Digital Payment

Berdasarkan penelitian Teoh dkk. (2013), pembayaran digital diartikan sebagai proses transfer elektronik dari nilai uang untuk keperluan transaksi pembayaran. Aktivitas transaksi menggunakan sistem pembayaran elektronik berlangsung antara pihak yang membayar dan pihak penerima dana melalui mekanisme

digital yang memfasilitasi konsumen untuk "mengoperasikan dan mengontrol akun serta aktivitas perbankan mereka secara remote, yang dijalankan melalui infrastruktur elektronik" (Teoh et al., 2013). Platform pembayaran digital dapat dikategorikan berdasarkan lingkungan operasional transaksi dan cara pembayaran, seperti contohnya cek digital, mata uang elektronik, dan sistem pembayaran kartu kredit berbasis *online*. (Gholami et al, 2010).

Kepuasan Pengunjung

Menurut Lovelock dan Laurence (2007:103) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan merupakan pelanggan yang merasakan berbagai tingkat kepuasan setelah menerima jasa yang sesuai atau tidak dan sejauh mana harapan para pelanggan terpenuhi atau terlampaui. Dalam literatur standar Marketing Management yang dikarang oleh Kotler & Keller (2012) sebagaimana dikutip dalam karya Tjiptono (2019:378) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan level emosi individu yang terbentuk setelah melakukan evaluasi antara performa atau output yang dialami dengan ekspektasi yang dimilikinya.



Gambar 1 Kerangka Hipotesis

H1 : Pengaruh *E-Ticket* (X1) Terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

H2 : Pengaruh *Digital Payment* (X2) Terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

H3 : Pengaruh *E-Ticket* (X1) dan *Digital Payment* (X2) Terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan metodologi pendekatan kuantitatif melalui teknik survei. Riset ini dijalankan terhadap

wisatawan di kawasan TNBTS Gunung Bromo. Pada kajian ini populasi yang akan dijadikan sampel adalah Pengunjung yang telah melakukan minimal satu kali kunjungan pada Gunung Bromo, minimal usia 17 tahun, melakukan pemesanan tiket secara online dan melakukan transaksi pembayaran secara online. Studi ini menerapkan salah satu pendekatan teknik *non-probability sampling* yakni *purposive sampling* yang merupakan metode penetapan sampel berdasarkan kriteria pertimbangan khusus. Kalkulasi sampel dalam riset ini mengadopsi formula Lemeshow dengan melibatkan 100 partisipan. Teknik analisis data yang diterapkan adalah analisis regresi ganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

No.	Variabel	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1.	<i>E-Ticket</i> (X1)	X1.1	0,836	0,196	Valid
2.		X1.2	0,835		Valid
3.		X1.3	0,701		Valid
4.		X1.4	0,814		Valid
1.	<i>Digital Payment</i> (X2)	X2.1	0,878	0,196	Valid
2.		X2.2	0,902		Valid
3.		X2.3	0,879		Valid
1.	Kepuasan Pengunjung (Y)	Y1.1	0,865	0,196	Valid
2.		Y1.2	0,826		Valid
3.		Y1.3	0,810		Valid

Uji validitas adalah pengujian yang diterapkan untuk menilai keabsahan atau ketidakabsahan butir pertanyaan dalam angket yang didistribusikan serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Angket penelitian dapat dinyatakan absah apabila nilai rhitung lebih besar dari rtabel, namun jika nilai rhitung lebih kecil dari rtabel maka angket tersebut dianggap tidak absah. Nilai rtabel dengan total $n = 100$, nilai dari sampel $(n-2) = 100 - 2 = 98$ yakni sebesar 0,196. Berdasarkan hasil evaluasi yang telah dijalankan dapat disimpulkan bahwa pertanyaan dalam angket penelitian terbukti valid sehingga layak dimanfaatkan untuk keperluan riset.

2) Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>E-Ticket</i>	0,70	0,807	Reliabel
<i>Digital Payment</i>	0,70	0,864	Reliabel
Kepuasan Pengunjung	0,70	0,780	Reliabel

Pengujian reliabilitas adalah tes yang diterapkan untuk mengevaluasi tingkat konsistensi suatu butir pertanyaan yang digunakan secara berulang dalam menghasilkan data yang identik. Pengukuran tes reliabilitas memanfaatkan nilai *Cronbach's Alpha*, dimana apabila nilai *Cronbach's Alpha* (α) dari hasil kalkulasi $> 0,70$ maka dapat dinyatakan bahwa butir pertanyaan tersebut memiliki reliabilitas yang baik. Pada variabel tiket elektronik nilai *Cronbach's Alpha* mencapai 0,807, pada variabel pembayaran digital nilai *Cronbach's Alpha* mencapai 0,864, dan pada variabel kepuasan wisatawan nilai *Cronbach's Alpha* mencapai 0,780. Hasil evaluasi tersebut dinyatakan reliabel karena nilai hasil kalkulasi *Cronbach's Alpha* $> 0,70$.

2. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.40479307
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.053
	Negative	-.067
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.324
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.311
	Upper Bound	.336

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481.

Pengujian normalitas adalah tes yang diterapkan untuk mengevaluasi apakah butir pertanyaan pada masing-masing variabel memiliki distribusi normal atau tidak normal. Riset ini menerapkan pengujian normalitas yaitu tes *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Berdasarkan hasil tes *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, nilai Sig. (2-tailed) untuk tiket elektronik, pembayaran digital dan kepuasan wisatawan menunjukkan nilai Sig. sebesar 0,200 $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa

keseluruhan data memiliki distribusi normal.

2) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.371		2.946	.004
	TOTALX1	.006	.029	.220	.827
	TOTALX2	-.030	.033	-.901	.370

a. Dependent Variable: Abs_RES

Uji heteroskedastisitas merupakan tes yang diterapkan untuk mengevaluasi dalam suatu model regresi terdapat ketidakseragaman varian dari residual atau observasi satu dengan observasi lainnya. Kalkulasi dalam tes heteroskedastisitas adalah jika nilai signifikansi pada setiap variabel $> 0,05$ atau 5% maka variabel tersebut terbebas dari heteroskedastisitas. Pada variabel tiket elektronik menunjukkan nilai Sig. lebih tinggi dari 0,05 yakni 0,827, dan variabel pembayaran digital menunjukkan nilai Sig. lebih tinggi dari 0,05 yakni 0,370. Dari hasil evaluasi heteroskedastisitas tersebut dapat disimpulkan bahwa data riset ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

3) Uji Multikolinieritas

Tabel 5. Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.686	.820	-.836	.405		
	TOTALX1	.332	.051	.416	6.543	.995	1.005
	TOTALX2	.578	.058	.632	9.937	.995	1.005

a. Dependent Variable: TOTALY

Pengujian multikolinieritas adalah tes yang diterapkan untuk mengevaluasi apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya koefisien korelasi di antara variabel independen (bebas). Untuk menganalisis keberadaan atau ketiadaan multikolinieritas dalam model regresi, apabila nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* < 10 maka tidak mengalami multikolinieritas. Berdasarkan hasil evaluasi multikolinieritas, variabel tiket elektronik dan pembayaran digital menunjukkan nilai *Tolerance* yang lebih tinggi dari 0,10 yakni 0,995 dan menunjukkan nilai *VIF* yang lebih rendah dari 10 yakni 1.005. Dari hasil

pemeriksaan tersebut dapat

disimpulkan bahwa data dalam riset ini tidak mengalami multikolinieritas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-.686	.820	-.836	.405		
	TOTALX1	.332	.051	.416	6.543	.995	1.005
	TOTALX2	.578	.058	.632	9.937	.995	1.005

a. Dependent Variable: TOTALY

Pengujian regresi ganda bertujuan untuk mengidentifikasi signifikansi dampak berbagai variabel sehingga dapat menghasilkan prediksi yang akurat. Berdasarkan hasil evaluasi regresi linear ganda di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Konstanta (a) sebesar -0,686 yang menunjukkan bahwa jika nilai skor pada variabel tiket elektronik dan pembayaran digital dianggap tidak ada atau setara dengan nol (0), maka kepuasan wisatawan memiliki nilai sebesar -0,686. Koefisien regresi variabel tiket elektronik (β_1) sebesar 0,332 yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu unit dalam tiket elektronik akan meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 0,332 dengan asumsi variabel pembayaran digital tetap konstan. Koefisien regresi variabel pembayaran digital (β_2) sebesar 0,578 yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu unit dalam pembayaran digital akan meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 0,578 dengan asumsi variabel tiket elektronik tetap konstan.

4. Uji Hipotesis

1) Uji t (Parsial)

Tabel 6. Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.686	.820	-.836	.405
	TOTALX2	.578	.058	.632	9.937
	TOTALX1	.332	.051	.416	6.543

a. Dependent Variable: TOTALY

Pengujian statistik t merupakan tes yang diterapkan untuk mengidentifikasi sejauh mana dampak variabel bebas secara parsial dalam menerangkan variasi variabel terikat. Perhitungan dari uji statistik t

yaitu apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$. Untuk mengetahui t_{tabel} diperoleh rumus $df = n - k$ berarti $df = 100 - 3 = 97$. Maka dapat diketahui bahwa nilai t_{tabel} dengan uji dua arah adalah sebesar 1,984 dengan signifikansi 0,05.

Berdasarkan pengujian statistik menggunakan uji t untuk variabel e-ticket (X1), ditemukan bahwa nilai t hitung mencapai 6,543 yang lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,984. Selain itu, tingkat signifikansi yang diperoleh adalah 0,001 yang berada di bawah batas $\alpha = 0,05$. Temuan ini menunjukkan adanya dampak positif dan bermakna secara statistik dari penggunaan e-ticket terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan pengunjung. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima sedangkan hipotesis nol (H_o) harus ditolak.

Untuk variabel digital payment, hasil pengujian statistik t menunjukkan nilai t hitung sebesar 9,937 yang melampaui nilai t tabel yaitu 1,984. Tingkat signifikansi yang dicapai adalah 0,000 yang masih berada di bawah ambang batas 0,05. Hasil tersebut mengonfirmasi bahwa sistem pembayaran digital memberikan kontribusi yang positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Oleh karena itu, hipotesis alternatif (H_a) dinyatakan diterima dan hipotesis nol (H_o) dinyatakan ditolak.

2) Uji F (Simultan)

Tabel 7 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	305.615	2	152.807	75.868
	Residual	195.371	97	2.014	
	Total	500.985	99		

a. Dependent Variable: TOTALY

b. Predictors: (Constant), TOTALX1, TOTALX2

Analisis statistik F merupakan metode pengujian yang bertujuan untuk mengukur besaran dampak yang diberikan oleh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam kondisi bersamaan (simultan). Kriteria penilaian dalam pengujian

statistik F adalah ketika nilai F hasil perhitungan melebihi nilai F tabel dan tingkat signifikansi yang diperoleh berada di bawah 0,05.

Penentuan nilai F tabel dilakukan melalui perhitungan derajat kebebasan dengan formula sebagai berikut: $df1$ dihitung menggunakan rumus $k - 1$, sehingga diperoleh $3 - 1 = 2$, sedangkan $df2$ menggunakan formula $n - k$ yang menghasilkan $100 - 3 = 97$. Berdasarkan perhitungan tersebut, nilai F tabel yang diperoleh adalah 2,70 pada tingkat signifikansi 0,05.

Melalui analisis pengujian statistik F yang telah dilakukan, ditemukan bahwa nilai F hasil perhitungan melampaui nilai F tabel dengan perbandingan $75.868 > 2,70$ disertai tingkat signifikansi 0,000 yang berada di bawah threshold 0,05 atau setara dengan 5%. Temuan dari pengujian F tersebut mengonfirmasi bahwa variabel *e-ticket* (X1) dan variabel *digital payment* (X2) memberikan dampak positif serta bermakna secara statistik terhadap tingkat kepuasan pengunjung (Y) dalam kondisi bersamaan. Dengan demikian, hipotesis alternatif (Ha) dapat diterima sedangkan hipotesis nol (Ho) harus ditolak.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.781 ^a	.610	.602	1.419202

a. Predictors: (Constant), TOTALX1, TOTALX2

Pengujian koefisien determinasi (R^2) merupakan metode analisis yang bertujuan untuk menilai sejauh mana kapasitas model regresi dalam menjelaskan keragaman pada variabel terikat. Melalui analisis koefisien determinasi (R^2) yang telah dilakukan, ditemukan bahwa nilai *Adjusted R²* dalam studi ini mencapai 0,602 atau setara dengan 60,2%. Temuan tersebut dapat dimaknai bahwa kontribusi dari masing-masing variabel bebas yakni *e-ticket* (X1) dan

digital payment (X2) dalam menerangkan fluktuasi variabel kepuasan pengunjung adalah sebesar 0,602 atau 60,2%, sedangkan bagian yang tersisa sebesar 0,398 atau 39,2% diterangkan oleh faktor-faktor bebas lainnya yang tidak dimasukkan dalam kajian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh E-Ticket terhadap Kepuasan Pengunjung

Mengacu pada temuan riset yang telah dipaparkan, melalui analisis pengujian yang telah dijalankan sebelumnya, variabel *e-ticket* (X1) menunjukkan nilai koefisien regresi mencapai 0,332 disertai tingkat signifikansi 0,000, serta memperoleh nilai t hitung sebesar 6,543 yang melampaui t tabel yaitu 1,984. Dengan demikian, pengujian variabel *e-ticket* terhadap kepuasan pengunjung menghasilkan keputusan H_a diterima dan H_o ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa *e-ticket* memberikan dampak positif dan bermakna secara statistik terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS). Dari kondisi tersebut dapat disimpulkan bahwa apabila kualitas layanan *e-ticket* yang diselenggarakan oleh administrator TNBTS Gunung Bromo semakin meningkat, maka tingkat kepuasan dan kegembiraan pengunjung TNBTS Gunung Bromo akan mengalami peningkatan pula.

Hasil Penelitian ini diperkuat oleh sebelumnya yang dilakukan oleh Susilo dan Suharyadi (2024) dengan penelitiannya yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Penggunaan E-Ticket Sebagai Platform Digital PO.Raya Di Terminal Pulogadung Jakarta Timur” Temuan dari studi tersebut mengindikasikan bahwa *e-ticket* memberikan dampak positif dan bermakna secara statistik terhadap tingkat kepuasan pengunjung.

Pengaruh Digital Payment Terhadap Kepuasan Pengunjung

Mengacu pada temuan riset yang telah diuraikan, analisis uji t juga mengonfirmasi bahwa variabel *digital*

payment (X2) memberikan dampak yang bermakna secara statistik terhadap kepuasan pengunjung. Nilai koefisien regresi mencapai 0,578, tingkat signifikansi 0,000, dan nilai *t* hitung sebesar 9,937 yang sangat melampaui *t* tabel (1,984), mengindikasikan bahwa digital payment memiliki kontribusi yang lebih dominan dibandingkan *e-ticket* dalam mempengaruhi kepuasan pengunjung.

Temuan riset ini mendapat dukungan dari studi terdahulu yang dijalankan oleh Naufalia (2022) melalui kajiannya yang bertajuk "Pengaruh *Digital Payment* Dan *E-Service Quality* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna Shopee Wilayah Dki Jakarta". Temuan dari kajian tersebut mengindikasikan bahwa digital payment memberikan dampak positif dan bermakna secara statistik terhadap tingkat kepuasan pengunjung. dan penelitian yang dilakukan oleh Oktaroza (2021) dengan judul "Pengaruh Kualitas Sistem *Digital Payment* dan Kualitas Informasi *Digital Payment* terhadap Kepuasan Pengguna."

Pengaruh E-Ticket Dan Digital Payment Terhadap Kepuasan Pengunjung

Mengacu pada temuan riset pengujian F yang telah dipaparkan, mengonfirmasi bahwa variabel *e-ticket* dan *digital payment* memberikan dampak terhadap kepuasan pengunjung dalam kondisi bersamaan (simultan). Melalui analisis uji F, ditemukan bahwa nilai F hitung mencapai 75,868 yang melampaui F tabel sebesar 2,70, disertai tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Kondisi ini mengindikasikan bahwa *e-ticket* dan *digital payment* secara bersamaan memberikan kontribusi positif dan bermakna secara statistik terhadap kepuasan pengunjung di TNBTS. Hasil ini menunjukan pada jawaban responden terkait indikator kepuasan pengunjung yang meliputi keselarasan dengan ekspektasi, keinginan untuk melakukan kunjungan ulang dan kemauan memberikan rekomendasi kepada pihak lain. Pengunjung merasa bahwa inovasi ini memberikan kemudahan, efisiensi, dan pengalaman yang lebih positif

selama berkunjung.

Temuan ini mengindikasikan bahwa implementasi *e-ticket* dan *digital payment* tidak hanya memberikan kepuasan fungsional (kemudahan transaksi dan akses), tetapi juga berhasil menciptakan pengalaman positif yang membekas bagi pengunjung hingga mereka bersedia menjadi agen promosi bagi TNBTS. Kondisi ini merupakan aset yang amat bernilai untuk kemajuan sektor pariwisata di wilayah tersebut, sebab promosi dari mulut ke mulut (word-of-mouth) seringkali dianggap sebagai bentuk pemasaran yang paling efektif dan terpercaya.

Hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh signifikan *e-ticket* dan *digital payment* terhadap kepuasan pengunjung, jika dianalisis melalui lensa Teori Kano (1984), menunjukkan bahwa TNBTS telah berhasil menggabungkan atribut kinerja dan kesenangan dalam layanan digitalnya. Pendekatan ini tidak semata-mata memenuhi keperluan operasional pengunjung, namun juga menciptakan pandangan positif yang meningkatkan kepuasan pengunjung.

PENUTUP

Kesimpulan

Secara individual *e-ticket* memberikan dampak positif dan bermakna secara statistik terhadap tingkat kepuasan pengunjung di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS). Sistem *e-ticket* memberikan kemudahan dalam proses pembelian tiket dan efisiensi waktu, yang secara langsung meningkatkan kenyamanan dan pengalaman pengunjung.

Secara individual *digital payment* juga memberikan dampak positif dan bermakna secara statistik terhadap tingkat kepuasan pengunjung. Kemudahan akses pembayaran tanpa tunai dan fleksibilitas dalam bertransaksi menjadi nilai tambah bagi pengunjung dalam menikmati layanan wisata di TNBTS.

Hasil jawaban kuisioner dari para responden yang telah diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 27 bahwa uji F secara simultan *e-ticket* dan *digital payment* berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Kedua variabel tersebut

menjelaskan sebesar 60,2% kepuasan pengunjung, yang menunjukkan bahwa layanan digital memiliki kontribusi besar terhadap pengalaman wisata yang berkualitas. Dengan kesimpulan bahwa Balai Besar TNBTS Gunung Bromo harus tetap perlu mempertahankan dan bahkan meningkatkan kualitas sistem *e-ticket* dan *digital payment* agar tingkat rekomendasi yang tinggi ini dapat terus dipertahankan.

Saran

Peneliti merekomendasikan kepada agar sistem *e-ticket* dapat diakses secara optimal, termasuk di area-area dengan jaringan internet terbatas. Pengembangan aplikasi berbasis *offline-to-online* atau pemesanan berbantuan melalui mitra lokal dapat menjadi solusi bagi pengunjung yang mengalami kesulitan dalam mengakses sistem. Serta perlunya dilakukan optimalisasi sistem pembayaran digital agar kompatibel dengan berbagai jenis perangkat (smartphone, tablet, dan sistem operasi berbeda). Serta, sistem yang ringan, cepat dimuat, dan responsif akan meningkatkan pengalaman pengguna dalam bertransaksi peningkatan infrastruktur, optimalisasi sistem, serta edukasi bagi pengguna dan pelaku wisata menjadi kunci utama dalam membangun sistem pembayaran digital yang inklusif dan efektif di kawasan TNBTS. Peneliti selanjutnya diharap untuk menambahkan variabel-variabel lain sesuai dengan sisa dari hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 39,2%, yang mana dapat variabel-variabel lainnya seperti kualitas layanan petugas, fasilitas umum, keamanan atau keberlanjutan lingkungan yang berhubungan dengan kepuasan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardani, Wayan. 2022. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban* 2 (1): 40–47. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.102>.
- Alfando, S., Rezeki, S., Erica, D., & Manik, M. (2023). Analysis of Customer Satisfaction Through Service Quality and Digital Payment in The Tourism Industry. *Proceeding International Business and Economics Conference* <https://doi.org/10.47663/ibec.v2i1.105>
- Ayo, C. K., & Ukpere, W. I. (2010). Design of a Secure Unified E Payment System in Nigeria: A Case Study. *African Journal of Business Management*, 4(9), 1753–1760. <http://digitalknowledge.cput.ac.za/bitstream/11189/6620/1/>
- Bansal, S., Singh, R., & Gangotia, A. (2014). Measuring The Impact of Sales Promotion, Service Quality and Customer Experience: A Case Of E-Ticketing. *Transnational Corporations Review*, 6, 419–428. <https://doi.org/10.5148/tncr.2014.640>
Desember 2024]
- Gultom, Kristina Angelina, Nms. Wijaya, dan Ni Putu Eka Mahadewi. (2022.) “Efektivitas Iklan Terhadap Keputusan Wisatawan Membeli Tiket Pesawat Di Traveloka.Com.” *Jurnal IPTA* 9 (2): 342. <https://doi.org/10.24843/IPTA.2021.v09.i02.p13>.
- Ghozali, I. (2026). *Analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hameed, I., Mubarik, M., Khan, K. A., & Waris, I. (2022). Can your smartphone make you a tourist? Understanding The 120 Consumer’s Adoption Mechanism For Mobile Payment System. *Human Behavior and Emerging Technologies*. <https://doi.org/10.1155/2022/4904686>
- Indrayani, Kus. (2011). Aplikasi Metode Kano Dalam Analisis Indikator Kualitas Pelayanan Di Rumah Sakit Arifin Ahmad Pekanbaru.
- Jean, Nyirigira. t.t. (2022) Effect of Usage of Information Technology on Information Services in Rwanda Tourism Sector A Case Study of Volcanoes National Park, Rwanda Development Board.

- Mandalia, K. (2023). The Effect Of Using E-Tickets On Tourist Satisfaction At The Istano Basa Pagaruyuang Tourist Attraction
- Naufalia, Viani. (2022). Pengaruh Digital Payment dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif pada Pengguna Shopee Wilayah DKI Jakarta. Jurnal Pariwisata Bisnis Digital dan Manajemen 1 (1):
<https://doi.org/10.33480/jasdim.v1i1.3011>.
- Nugraha, P., & Gupron. (2024). Pengaruh kualitas e-ticketing terhadap kepuasan konsumen PT ASDP Cabang Ketapang Banyuwangi
- Oktaroza, Magnaz Lestira. t.t (2021). Pengaruh Kualitas Sistem Digital Payment dan Kualitas Informasi Digital Payment terhadap Kepuasan Pengguna.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Principles Of Marketing. United Kingdom: Pearson Education Limited
- Sri Enggal Indraani, (2014) Analisis Sistem Pemesanan Tiket Pesawat Secara Online “E-ticketing” (Tesis, Universitas Sumatera Utara Medan, 2014), 11.
- Safitri, D. et al. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan ticketing terhadap kepuasan pengunjung di pintu masuk Cemorolawang TNBTS.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (ed. 1). Alfabeta.
- Susilo, Sandy Pria Nanda.(2024) t.t. “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Penggunaan E-Ticket Sebagai Platform Digital Po.Raya Di Terminal Pulogadung Jakarta Timur.” Jurnal sistem informasi 14 (
- Tjibtono, F. (2008). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi
- Untoro, J . (2010). Ekonomi. Jakarta: Kawah Media
- Usman, O. (2021). Effect Of Online Ticketing Decision Using Electronic Money With E-Payment System On Customer Satisfaction. CompSciRN: Other Information Systems.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3768138>
- Riyanto S. Dan Setyorini W. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif dengan Pendekatan SmartPLS 4.0. Deepublish Digital.
- HM Jogyanto, Analisi dan disain Informasi : Pedekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis, Yogyakarta: Andi Offset,1999)
- Pratama, I.W.A. and Ramadhan, I. (2022) Studi Netnografi: Dimensi Kepuasan Wisatawan Nusantara Terhadap Homestay di Ubud’, Jurnal Ilmiah Hospitality Management, 13(1), pp. 26 33. Available at:
<https://doi.org/10.22334/jihm.v13i1.216>.
- Winarko, H. B., & Giri, I. P. S. (2022). “The digital payment service automation attributes model”. Advances in Business Strategy and Competitive Advantage.
<https://doi.org/10.4018/978-1-7998-8524-5.ch008>
- Zongo, N. (2019). “Online Ticketing And Customer Satisfaction Analysis: An Exploratory Research Concerning Customers In Burkina Faso”