Jurnal Visionary : Penelitian dan Pengembangan di Bidang Administrasi Pendidikan
Research of Educational Management Supervision and Leadership
Volume 13 Number 2 October 2025
https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/visionary
Email: visionary@undikma.ac.id

Pengaruh Sistem Pembayaran Parkir Cashless Dan E-Money Terhadap Persepsi Pengunjung Lombok Epicentrum Mall

Nur Zhafirah[1], Baiq Herdina Septika[2], Tama Krisnahadi[3]

[1,2,3] Program Studi Manajemen, Universitas Pendidikan Mandalika, Mataram, Indonesia.
Email Corresponding: nzhvira@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sistem pembayaran parkir *cashless* dan penggunaan *e-money* terhadap persepsi pengunjung di Lombok Epicentrum Mall. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan teknik purposive sampling. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang merupakan pengunjung Lombok Epicentrum Mall. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pembayaran parkir *cashless* berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi pengunjung dengan nilai t hitung 3,642 dan signifikansi 0,000 < 0,05. *E-money* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi pengunjung dengan nilai t hitung 2,840 dan signifikansi 0,006 < 0,05. Secara simultan, sistem pembayaran parkir *cashless* dan *e-money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi pengunjung, yang dibuktikan melalui uji F dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan sistem pembayaran parkir digital yang mudah, cepat, dan aman mampu meningkatkan kenyamanan serta membentuk persepsi positif pengunjung terhadap layanan parkir di Lombok Epicentrum Mall.

Kata Kunci: Sistem Pembayaran Cashless, E-money, Persepsi Pengunjung, Pembayaran Digital.

Abstract: *This study aims to analyze the effect of the cashless parking payment system and the use of e-money on visitor perception at Lombok Epicentrum Mall. This research employed a quantitative approach using a survey method with purposive sampling technique. The sample consisted of 100 respondents who were visitors of Lombok Epicentrum Mall. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS software. The results show that the cashless parking payment system has a positive and significant effect on visitor perception with a t-value of 3.642 and a significance level of 0.000 < 0.05. E-money also has a positive and significant effect on visitor perception with a t-value of 2.840 and a significance level of 0.006 < 0.05. Simultaneously, the cashless parking payment system and e-money have a positive and significant effect on visitor perception, as indicated by the F-test with a significance value of 0.000 < 0.05. These findings indicate that the implementation of a digital parking payment system that is easy, fast, and secure can improve convenience and create positive visitor perceptions of parking services at Lombok Epicentrum Mall.*

Keywords: *cashless payment system, e-money, visitor perception, digital payment.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara signifikan cara pandang masyarakat terhadap sistem pembayaran di Indonesia. Transformasi menuju *cashless society* menjadi salah satu prioritas utama dalam mendorong inklusi keuangan dan efisiensi transaksi ekonomi (Tarantang, 2019). Pergeseran ini terlihat dari meningkatnya penggunaan dompet digital hingga mencapai 92%, sementara penggunaan uang tunai justru menurun menjadi 80% dari sebelumnya 84% pada tahun 2022. Sektor perparkiran merupakan salah satu area yang mengalami transformasi digital paling pesat dalam beberapa tahun terakhir. Implementasi teknologi *hybrid payment system* berbasis QRIS telah menjadi inovasi terdepan dalam sistem pembayaran e-parkir *cashless* (Fauzi, 2022), sementara sistem parkir pintar berbasis teknologi

cloud memungkinkan pemantauan dan pengaturan tempat parkir secara *real-time*, sehingga memberikan efisiensi signifikan bagi pengguna (Agnihotri et al., 2024). Transformasi ini turut mengubah perilaku pembayaran elektronik konsumen secara fundamental, di mana sistem pembayaran pihak ketiga berbasis *e-money* menjadi kasus penting dalam memahami pola konsumsi dan keputusan keuangan masyarakat di era digital (Lin et al., 2023). Studi terdahulu juga mengidentifikasi kemudahan penggunaan dan keamanan sebagai faktor dominan dalam adopsi *e-money* di kalangan konsumen Asia Tenggara (Nguyen et al., 2024), serta menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat dan kesiapan infrastruktur digital menjadi pendorong utama pertumbuhan adopsi *e-money* hingga 67% dalam tiga tahun terakhir (Patel & Kumar, 2024).

Lombok Epicentrum Mall, sebagai salah satu pusat perbelanjaan modern di Nusa Tenggara Barat, memiliki posisi strategis dalam mendorong penerapan teknologi pembayaran digital, termasuk pada sistem pembayaran parkir berbasis *cashless* dan *e-money*. Penerapan sistem tersebut tidak hanya bertujuan meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pengunjung. Namun, keberhasilan implementasinya sangat bergantung pada persepsi dan penerimaan pengunjung sebagai pengguna akhir, yang dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*). Di sisi lain, tantangan terkait literasi digital, kesiapan infrastruktur, serta kesenjangan akses teknologi masih menjadi faktor yang perlu diperhatikan agar transformasi ini berjalan optimal, sehingga menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana pengunjung benar-benar menerima sistem pembayaran parkir *cashless-only* tersebut.

Penelitian mengenai pengaruh sistem pembayaran parkir *cashless* dan *e-money* terhadap persepsi pengunjung mall, khususnya di kawasan Indonesia Timur, masih terbatas, padahal kedua aspek ini sangat relevan mengingat pesatnya transformasi digital di sektor retail dan jasa. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sistem pembayaran parkir *cashless* dan *e-money* terhadap persepsi pengunjung Lombok Epicentrum Mall, baik secara parsial maupun simultan, sehingga dapat memberikan kontribusi bagi pengelola mall, pembuat kebijakan, maupun penelitian selanjutnya terkait transformasi digital dalam sektor retail di Indonesia.

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal yang bertujuan menguji hipotesis untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel penelitian. Desain ini dipilih untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sistem pembayaran parkir *cashless* (X1) dan *e-money* (X2) sebagai variabel independen terhadap persepsi pengunjung (Y) sebagai variabel dependen di Lombok Epicentrum Mall. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Lombok Epicentrum Mall yang telah memiliki pengalaman langsung menggunakan sistem pembayaran parkir *cashless* maupun *e-money*. Oleh karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% (Z = 1,96) dan margin of error 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel minimal sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*, dengan kriteria responden: berusia minimal 17 tahun, telah menggunakan sistem pembayaran *cashless* dan *e-money*, serta menggunakannya dalam 6 bulan terakhir.

Jurnal Visionary : Penelitian dan Pengembangan di Bidang Administrasi Pendidikan
Research of Educational Management Supervision and Leadership
Volume 13 Number 2 October 2025
https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/visionary
Email: visionary@undikma.ac.id

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert 5 poin (1 = Tidak Setuju sampai 5 = Sangat Setuju), yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel. Variabel Sistem Pembayaran Parkir *Cashless* (X1) diukur melalui 4 indikator: kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*), keamanan transaksi (*perceived security*), dan kecepatan transaksi (*transaction speed*). Variabel Sistem *E-Money* (X2) diukur melalui 4 indikator: kepercayaan (*trust*), kompatibilitas gaya hidup, kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*), dan pengaruh sosial (*social influence*). Variabel Persepsi Pengunjung (Y) diukur melalui 4 indikator: kepuasan pengguna, efisiensi waktu, kenyamanan bertransaksi, dan minat penggunaan berkelanjutan. Teknik analisis data meliputi: (1) analisis statistik deskriptif; (2) uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dengan kriteria reliabel jika $\alpha > 0{,}60$); (3) uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas dengan kriteria tolerance > 0,10 dan VIF < 10, serta uji heteroskedastisitas); (4) analisis regresi linear berganda dengan model $Y = \alpha + \beta1X1 + \beta2X2 + e$; (5) uji hipotesis (uji t untuk pengaruh parsial dan uji F untuk pengaruh simultan); serta (6) uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Hasil dan Pembahasan

Hasil statistik deskriptif menunnjukkan bahwa Variabel sistem pembayaran parkir *cashless* (X1) memiliki nilai rata-rata sebesar 17,59 dari rentang skor 13–20, dengan standar deviasi sebesar 1,670. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut termasuk kategori tinggi, yang menunjukkan persepsi responden yang positif terhadap sistem pembayaran parkir *cashless* dengan variasi jawaban yang stabil. Variabel *e-money* (X2) memperoleh nilai rata-rata sebesar 17,23 dari rentang skor 12–20, dengan standar deviasi sebesar 1,866. yang menunjukkan penggunaan dan persepsi terhadap *e-money* yang tinggi dengan variasi jawaban yang masih wajar. Variabel Persepsi Pengunjung (Y) memiliki nilai rata-rata sebesar 17,19 dari rentang skor 14–20, dengan standar deviasi sebesar 1,474. termasuk kategori tinggi dengan standar deviasi terkecil, yang menunjukkan persepsi pengunjung yang positif dan paling homogen di antara ketiga variabel.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,195) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60, sebagaimana ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Sistem Pembayaran Cashless (X1)	0,721	Reliabel
E-Money (X2)	0,821	Reliabel
Persepsi Pengunjung (Y)	0,642	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan nilai

Asymp. Sig. (2-*tailed*) sebesar 0,031 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga secara statistik residual dinyatakan tidak berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independent Sistem Pembayaran Parkir *Cashless* (*Tolerance* = 0.744 dan VIF = 1.344) dan *E-Money* (*Tolerance* = 0.744 dan VIF = 1.344) memiliki nilai *tolerance* > 0.10 dan nilai VIF < 10, sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variabel Sistem Pembayaran Parkir Cashless (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,309 dan variabel E-Money (X2) sebesar 0,289, di mana seluruh nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, dengan demikian bebas dari gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constant)	7,711	1,456		5,296	.000
Sistem Pembayaran Cashless (X1)	.320	.088	.362	3,642	.000
E-Money (X2)	.223	.079	.283	2,840	.006
a. Dependent Variable: Persepsi Pengunjung					

Berdasarkan output SPSS diatas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

Y = 7.711 + 0.320X1+ 0.223X2

Nilai signifikansi variabel sistem pembayaran parkir *Cashless* sebesar 0.000 dan variabel *E-Money* sebesar 0.006, yang keduanya lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05. Nilai koefisien regresi sistem pembayaran parkir *Cashless* sebesar 0.320 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel tersebut akan meningkatkan Persepsi Pengunjung sebesar 0.320. Begitu pula dengan variabel *E-Money* yang memiliki koefisien regresi sebesar 0.223, yang berarti setiap peningkatan satu satuan pada variabel *E-Money* akan meningkatkan Persepsi Pengunjung sebesar 0.223. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, dapat disimpulkan bahwa variabel Sistem Pembayaran Parkir *Cashless* dan *E-Money* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Pengunjung.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel sistem pembayaran parkir *Cashless* memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0.05, sehingga H_1 diterima. Variabel *E-Money* diperoleh nilai t hitung sebesar 2.840 dengan nilai signifikansi sebesar 0.006 < 0.05, sehingga H_2 diterima. Nilai F hitung sebesar 21.374 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0.05, sehingga H_3 diterima, artinya variabel Sistem Pembayaran Parkir *Cashless* dan *E-Money* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Pengunjung. Nilai R Square sebesar 0,315 artinya pengaruh sistem pembayaran parkir *cashless* dan *e-money* terhadap persepsi pengunjung sebesar 31,5%, sedangkan 68,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Jurnal Visionary : Penelitian dan Pengembangan di Bidang Administrasi Pendidikan
Research of Educational Management Supervision and Leadership
Volume 13 Number 2 October 2025
https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/visionary
Email: visionary@undikma.ac.id

Sistem Pembayaran Parkir *Cashless*

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, variabel Sistem Pembayaran Parkir *Cashless* (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,320 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 serta nilai t hitung sebesar 3,642. Hal ini menunjukkan bahwa Sistem Pembayaran Parkir *Cashless* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Pengunjung. Artinya, semakin baik penerapan sistem pembayaran parkir *cashless*, maka semakin meningkat pula persepsi positif pengunjung terhadap layanan parkir di Lombok Epicentrum Mall. Secara teoritis, penerimaan teknologi dalam sistem pembayaran dapat dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan *(perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan faktor utama yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi. Sistem pembayaran parkir *cashless* yang mudah digunakan, cepat, dan efisien akan meningkatkan kenyamanan pengguna sehingga membentuk persepsi positif terhadap layanan tersebut.

Pengaruh E-Money Terhadap Persepsi Pengunjung

Berdasarkan hasil analisis, variabel *E-Money* (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,223 dengan nilai signifikansi 0,006 < 0,05 serta nilai t hitung sebesar 2,840. Hal ini menunjukkan bahwa *E-Money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Pengunjung. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat penggunaan dan kemudahan akses *E-Money*, maka semakin positif pula persepsi pengunjung terhadap sistem pembayaran parkir. Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian Lestari (2021) yang menyatakan bahwa penggunaan E-Money berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan persepsi pengguna karena mampu meningkatkan kecepatan transaksi dan keamanan pembayaran. Penelitian oleh Rahmawati dan Hidayat (2023) juga menunjukkan bahwa intensitas penggunaan dompet digital memiliki hubungan positif dengan penilaian pengguna terhadap kualitas layanan berbasis digital.

Sistem Pembayaran Parkir *Cashless* dan *E-Money*

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi Y = a + 0,320X1 + 0,223X2. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa variabel Sistem Pembayaran Parkir *Cashless* (X1) memiliki koefisien sebesar 0,320 dan variabel *E-Money* (X2) sebesar 0,223. Selain itu, berdasarkan hasil uji simultan (Uji F), diperoleh nilai F hitung sebesar 21,374 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Sistem Pembayaran Parkir *Cashless* dan *E-Money* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Pengunjung. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Secara konseptual, integrasi sistem pembayaran digital dan dukungan instrumen pembayaran elektronik merupakan bagian dari transformasi layanan berbasis teknologi yang bertujuan meningkatkan kualitas pelayanan. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dalam konsep kualitas layanan (SERVQUAL), aspek kemudahan, kecepatan, dan keandalan layanan menjadi indikator penting dalam membentuk persepsi pengguna.

Kesimpulan

Sistem Pembayaran Parkir *Cashless* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Pengunjung Lombok Epicentrum Mall. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan sistem pembayaran parkir cashless yang ditinjau dari kemudahan penggunaan, kegunaan,

keamanan, dan kecepatan transaksi, maka persepsi pengunjung terhadap layanan parkir akan semakin positif. E-Money berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Pengunjung Lombok Epicentrum Mall. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kepercayaan, kesesuaian dengan gaya hidup digital, serta kemudahan penggunaan E-Money dalam transaksi parkir, maka semakin baik pula persepsi pengunjung terhadap sistem pembayaran parkir yang diterapkan. Sistem Pembayaran Parkir Cashless dan E-Money secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Pengunjung Lombok Epicentrum Mall. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara sistem pembayaran parkir yang modern dan dukungan penggunaan instrumen pembayaran elektronik mampu meningkatkan kenyamanan, efisiensi, serta kepuasan pengunjung dalam melakukan transaksi parkir.

Referensi

Arini, N., Lestari, B. A. H., & Hanani, T. (2024). *The determinants of mobile e- wallet adoption across generation: A lesson learned from* Indonesia. *ResearchGate.*

Ameen, N., Tarhini, A., Reppel, A., & Anand, A. (2021). *Customer experiences in the age of artificial intelligence*. Computers in Human Behavior, 114, 106548.

Agnihotri, S., Kumar, R., & Patel, M. (2024). *Smart Parking Systems: Cloud- Based Real-Time Monitoring and Management Solutions. International Journal of Smart City Technology*, 12(3), 78-95.

Baabdullah, A. M., dkk (2019). *Consumer use of mobile banking (M-Banking) in Saudi Arabia: Towards an integrated model. International Journal of Information Management*, 44, 38-52.

Davis, F.D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly.

Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS Quarterly, 13(3), 319–340.

Fauzi, A. (2022). Implementasi Teknologi Hybrid Payment System Berbasis QRIS dalam Sistem E-Parkir Cashless. *Jurnal Teknologi Pembayaran Digital*, 8(2), 145-162.

Johan, A. E. (2023). Pengaruh User Experience dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna (Skripsi). UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Lin, C.H., Wang, L., & Zhang, M. (2023). Consumer Behavior in Electronic Payment Systems: A Study of Third-Party Payment Adoption in Digital Transformation Era. *Journal of Digital Finance*, 15(4), 234-251.

Lestari. (2023). *Pengaruh Sistem Pembayaran Non-Tunai Terhadap Permintaan Uang di Indonesia*.

Nguyen, T.H., Pham, V.A., & Tran, D.L. (2024). Determinants of Digital Payment Technology Adoption Among Southeast Asian Consumer.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). *SERVQUAL Model*. Journal of Retailing.

Patel, S., & Kumar, A. (2024). Longitudinal Study of E-Money Adoption in Developing Countries: Trust and Digital Infrastructure as Key Determinants. International Review of Financial Analysis, 91, 102-118.

Raza, S. A., dkk (2020). Internet banking service quality, e-customer satisfaction and

loyalty: The modified e-SERVQUAL model. The TQM Journal, 32(6), 1443-1466.

Wulandari, R. (2023). Peran Perceived Ease of Use dalam Membentuk Persepsi Kegunaan dan Keputusan Penggunaan Teknologi. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 10(2), 123-135.