

Pengaruh Kemudahan Transaksi QRIS dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM (Studi Kasus Kedai Bakso Laladana) di Cikarang Utara

Arla Mutiara Fazira¹, Robby Irvawan²

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM, Jakarta Indonesia

Email: arlaamf@gmail.com¹, byvawan@gmail.com²,

Abstract.

The development of digital technology has encouraged changes in payment system across business sectors, including Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). One of the digital payment innovations widely used is the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). In addition to transaction convenience, price is also an important factor considered by consumers when making purchasing decisions. However, in practice, some consumers still prefer other payment methods and have various considerations regarding the prices offered. These conditions may influence consumer purchasing decisions. This study aims to determine the effect of QRIS Transaction Ease and Price on Purchasing Decisions at Kedai Bakso Laladana in North Cikarang. This study employed a quantitative approach with descriptive research methods. The population consisted off all consumers of Kedai Bakso Laladana. The sample was selected using a no-probability sampling technique with a purposive sampling method involving 96 respondents. Data were analyzed using multiple liniear regression with IBM SPSS statistics 27. The result indicate that QRIS Transaction Ease has a positive and significant effect on Purchasing Decisions by 43,4%, while price has a positive and significant effect on Purchasing Decisions by 47, 4%. Simultaneosly , QRIS Transaction Ease and Price have a positive and significant effect on Purchasing Decision by 52%, qhilw the remaining 48% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: QRIS Transaction Ease, Price, Purchasing Decisions.

Cronicle of Article:Received (11,04,2026); Revised (15,04,2026); and Published (28,04,2026)

©2026 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM

Profile and corresponding author : Arla Mutiara Fazira adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530, Corresponding Author, byvawan@gmail.com²,

How to cite this article : Fazira Mutiara A, Irvawan Robby, "Pengaruh Kemudahan Transaksi QRIS dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM (Studi Kasus Kedai Bakso Laladana) di Cikarang Utara", *adbispreneur* 6 (2),pp. 141 - 149 . Available at: <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola transaksi masyarakat, termasuk dalam kegiatan jual beli di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu inovasi pembayaran digital yang berkembang pesat di Indonesia adalah Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), yang memberikan kemudahan, kecepatan, keamanan, dan efisiensi dalam proses pembayaran. Penerapan QRIS menjadi salah satu upaya mendukung transformasi digital sekaligus meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia.

Selain kemudahan transaksi, harga juga merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki harga sesuai dengan manfaat yang diperoleh. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu menetapkan harga yang kompetitif serta menyediakan sistem pembayaran yang mudah agar mampu meningkatkan daya saing usahanya.

Salah satu UMKM yang telah menerapkan pembayaran QRIS adalah Kedai Bakso Laladana di Cikarang Utara. Meskipun telah menyediakan berbagai metode pembayaran digital, keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk persepsi terhadap kemudahan penggunaan QRIS dan kesesuaian harga produk yang ditawarkan. Kondisi ini menunjukkan pentingnya memahami pengaruh kedua faktor tersebut terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan transaksi QRIS dan harga terhadap keputusan pembelian pada UMKM Kedai Bakso Laladana di Cikarang Utara. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas layanan pembayaran digital serta menetapkan strategi harga yang sesuai untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Transformasi sistem pembayaran digital di Indonesia terus mengalami peningkatan seiring berkembangnya teknologi informasi dan perubahan perilaku masyarakat menuju transaksi non-tunai. Salah satu inovasi yang mendorong digitalisasi pembayaran adalah Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) yang diluncurkan oleh Bank Indonesia sebagai standar nasional pembayaran berbasis kode QR. Peningkatan penggunaan QRIS menunjukkan bahwa masyarakat semakin menerima metode pembayaran digital dalam aktivitas sehari-hari.

Gambar I. 1 Jumlah Penggunaan QRIS di Indonesia

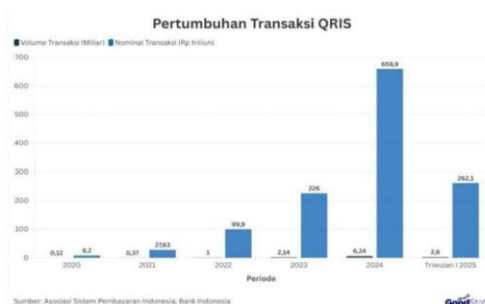


Sumber: Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia

Berdasarkan data tersebut, jumlah pengguna QRIS terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pembayaran digital semakin diminati karena menawarkan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi. Kondisi tersebut juga membuka peluang bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran guna meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen.

Selain jumlah pengguna, nilai dan volume transaksi QRIS juga mengalami pertumbuhan yang signifikan. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa QRIS tidak hanya banyak digunakan oleh masyarakat, tetapi juga semakin dipercaya sebagai alat pembayaran dalam berbagai sektor usaha, termasuk UMKM.

Gambar I. 2 Pertumbuhan Transaksi QRIS



Sumber: Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia; Bank Indonesia

Tingginya pertumbuhan transaksi QRIS didukung oleh semakin banyaknya merchant yang telah mengadopsi sistem pembayaran digital. Penyebaran merchant QRIS di berbagai provinsi menunjukkan bahwa digitalisasi pembayaran telah menjangkau berbagai wilayah di Indonesia dan menjadi bagian penting dalam pengembangan ekosistem ekonomi digital.

Gambar I. 3 10 Provinsi dengan Merchant QRIS Terbanyak



Provinsi dengan merchant pengguna QRIS terbanyak
Kuartal I 2025 | GoodStats

Sumber: Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia

Meskipun penggunaan QRIS terus meningkat, keputusan pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan transaksi, tetapi juga oleh faktor harga. Harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat produk dapat meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu, kombinasi antara kemudahan pembayaran melalui QRIS dan penetapan harga yang tepat menjadi faktor penting dalam mendorong keputusan pembelian pada UMKM.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan transaksi QRIS dan harga terhadap keputusan pembelian pada UMKM Kedai Bakso Laladana di Cikarang Utara.

LITERATUR REVIUW.

1. Administrasi Bisnis

Menurut Poerwanto dalam Maxmanroe (2018:25), administrasi bisnis mencakup seluruh bentuk kerja sama dalam memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan pelanggan hingga menghasilkan keuntungan. Selanjutnya, Wayong dalam Maxmanroe (2018:25) menyatakan bahwa administrasi bisnis merupakan rangkaian kegiatan yang dimulai dari proses produksi hingga barang atau jasa sampai kepada konsumen. Dalam penelitian ini, administrasi bisnis menjadi landasan dalam memahami pengelolaan usaha, khususnya terkait penerapan sistem pembayaran digital dan strategi penetapan harga pada UMKM.

2. Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

QRIS merupakan standar nasional kode QR pembayaran yang ditetapkan oleh Bank Indonesia untuk mengintegrasikan berbagai penyelenggara jasa sistem pembayaran ke dalam satu kode QR. Kehadiran QRIS bertujuan menciptakan sistem pembayaran yang lebih mudah, cepat, aman, dan efisien sehingga dapat mendukung digitalisasi transaksi serta meningkatkan inklusi keuangan.

3. Kemudahan Transaksi

Menurut Davis (1989) melalui Technology Acceptance Model (TAM), perceived ease of use merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem tidak memerlukan usaha yang besar. Dalam penelitian ini, kemudahan transaksi diartikan sebagai persepsi konsumen mengenai kemudahan menggunakan QRIS dalam melakukan pembayaran, yang tercermin dari kemudahan memahami, mengoperasikan, dan menyelesaikan transaksi.

4. Harga

Menurut Kotler dan Armstrong, harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari penggunaan suatu produk atau jasa. Harga menjadi salah satu pertimbangan utama konsumen dalam menentukan keputusan pembelian karena berkaitan dengan manfaat yang diterima.

5. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller, keputusan pembelian merupakan proses yang dilakukan konsumen dalam mengenali kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, melakukan pembelian, hingga mengevaluasi perilaku setelah pembelian. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kemudahan transaksi dan persepsi konsumen terhadap harga.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kedai Bakso Laladana di Cikarang Utara yang pernah menggunakan QRIS. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Cochran sehingga diperoleh 96 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada responden yang pernah melakukan pembelian, dan penelitian ini dilaksanakan di Kedai Bakso Laladana, Perumahan Bumi Citra Lestari, Jl. Mawar 3, No. 37, Waluya, Kec. Cikarang Utara, Kab. Bekasi, Jawa Barat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 96 responden konsumen Kedai Bakso Laladana, diketahui bahwa terdapat pengaruh Kemudahan Transaksi QRIS dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini diperoleh melalui pengolahan data menggunakan program SPSS versi 27. Temuan penelitian dibuktikan melalui analisis regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 9,152 + 0,207 X1 + 0,428 X2 + e$$

Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Transaksi (X_1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,207 yang bernilai positif. Hal ini berarti bahwa semakin baik kemudahan transaksi QRIS yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian yang dilakukan. Variabel Harga (X_2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,428 yang juga bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap harga yang ditawarkan, maka keputusan pembelian konsumen juga akan meningkat.

Selain itu, nilai koefisien regresi Harga lebih besar dibandingkan dengan Kemudahan Transaksi,

sehingga dapat dikatakan bahwa Harga merupakan variabel yang memiliki pengaruh lebih dominan terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Bakso Laladana. Dengan demikian, peningkatan kemudahan transaksi melalui QRIS serta penetapan harga yang sesuai mampu mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

1. Pengaruh Kemudahan Transaksi QRIS Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian, Kemudahan Transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,327 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 43,4%, sedangkan sisanya sebesar 56,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kemudahan Transaksi memiliki kontribusi yang cukup besar dalam memengaruhi Keputusan Pembelian konsumen di Kedai Bakso Laladana.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung lebih mudah mengambil keputusan pembelian ketika sistem pembayaran yang digunakan mudah dipahami, mudah dioperasikan, tidak membingungkan, serta dapat digunakan kapan saja saat melakukan transaksi. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, indikator dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan bahwa QRIS dapat digunakan untuk berbagai jenis transaksi di kedai dengan nilai rata-rata sebesar 4,29 dan termasuk kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa fleksibilitas penggunaan QRIS menjadi salah satu faktor yang mendukung keputusan pembelian konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis, yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan pengguna (perceived ease of use) merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna. Semakin mudah suatu teknologi digunakan, maka semakin tinggi tingkat penerimaan dan pemanfaatannya. Dalam konteks penelitian ini, kemudahan penggunaan QRIS mampu meningkatkan kenyamanan konsumen dalam melakukan pembayaran sehingga mendorong terjadinya keputusan pembelian.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kemudahan Transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Bakso Laladana. Semakin mudah sistem pembayaran yang tersedia, maka semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini membuktikan melalui hasil uji t yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,363 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 47,4%, sedangkan sisanya sebesar 52,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Kedai Bakso Laladana.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, indikator dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan bahwa manfaat yang diperoleh sesuai dengan harga yang dibayar dengan nilai rata-rata sebesar 4,34 dan termasuk kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa harga yang dibayarkan sebanding dengan manfaat dan kualitas produk yang diterima.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong yang menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah nilai yang harus dikeluarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa. Harga yang dianggap sesuai, terjangkau, dan

sebanding dengan kualitas produk akan meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian. Pada Kedai Bakso Laladana, konsumen menilai bahwa harga yang ditawarkan relatif terjangkau, sesuai dengan kemampuan konsumen, serta memiliki daya saing dibandingkan usaha sejenis. Kondisi tersebut menyebabkan konsumen merasa memperoleh nilai yang baik dari produk yang dibeli sehingga meningkatkan keyakinan mereka dalam mengambil keputusan pembelian.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Bakso Laladana. Semakin baik persepsi konsumen terhadap harga yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian yang dilakukan. toleransi pelanggan terhadap keterlambatan relatif lebih tinggi.

3. Pengaruh Kemudahan Transaksi QRIS dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian, Kemudahan Transaksi dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F yang menunjukkan nilai F hitung sebesar 52,384 dengan tingkat signifikansi tersebut 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 52%, sedangkan sisanya sebesar 48% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kemudahan Transaksi dan Harga secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi Keputusan Pembelian sebesar 52%.

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan oleh kombinasi antara kemudahan transaksi dan harga yang ditawarkan. Konsumen cenderung lebih tertarik melakukan pembelian apabila proses pembayaran dapat dilakukan dengan mudah, cepat, dan praktis melalui QRIS serta didukung oleh harga yang dianggap sesuai dengan kualitas dan manfaat produk yang diterima.

Kemudahan transaksi memberikan kenyamanan dan efisiensi dalam proses pembayaran, sedangkan harga memberikan pertimbangan nilai ekonomis bagi konsumen. Ketika kedua faktor tersebut dapat dipenuhi dengan baik oleh Kedai Bakso Laladana, maka tingkat keputusan pembelian konsumen akan meningkat. Hal ini tercermin dari tingginya rata-rata variabel Keputusan Pembelian yang mencapai 4,22 dengan kategori sangat baik.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kemudahan Transaksi dan Harga secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Bakso Laladana. Semakin mudah proses transaksi dan semakin baik persepsi konsumen terhadap harga yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemudahan Transaksi QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM (Studi Kasus Kedai Bakso Laladana) di Cikarang Utara dengan besarnya pengaruh sebesar 43,4%. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam menggunakan QRIS menjadi salah satu faktor yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Sistem pembayaran yang mudah dipahami, praktis digunakan, tidak membingungkan, serta dapat diakses kapan saja memberikan kenyamanan bagi konsumen dalam menyelesaikan transaksi. Semakin tinggi persepsi konsumen terhadap kemudahan transaksi QRIS, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian yang dilakukan.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM (Studi Kasus Kedai Bakso Laladana) di Cikarang Utara dengan besarnya pengaruh sebesar 47,4%. Hal ini menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu pertimbangan utama konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Harga yang dianggap terjangkau, sesuai dengan kemampuan konsumen,

kompetitif dibandingkan usaha sejenis, serta sebanding dengan kualitas dan manfaat produk yang diterima akan meningkatkan keyakinan konsumen untuk melakukan pembelian. Semakin baik persepsi konsumen terhadap harga yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian yang dilakukan.

3. Kemudahan Transaksi QRIS dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM (Studi Kasus Kedai Bakso Laladana) di Cikarang Utara dengan hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 52%, sedangkan sisanya sebesar 48% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki peran yang saling melengkapi dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kemudahan transaksi memberikan kenyamanan dan efisiensi dalam proses pembayaran, sedangkan harga memberikan pertimbangan nilai ekonomis bagi konsumen. Kombinasi antara sistem pembayaran mudah digunakan dan harga yang sesuai dengan kualitas produk mampu meningkatkan kepercayaan konsumen serta mendorong keputusan pembelian pada UMKM Kedai Bakso Laladana di Cikarang Utara.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kemudahan transaksi QRIS dan harga terhadap keputusan pembelian pada UMKM (studi kasus Kedai Bakso Laladana) di Cikarang Utara, maka penulis menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Variabel Kemudahan Transaksi QRIS, Kedai Bakso Laladana diharapkan dapat terus mempertahankan serta meningkatkan kemudahan penggunaan QRIS dalam setiap bertransaksi. Kemudahan transaksi meliputi kemudahan penggunaan, kemudahan dipahami, serta fleksibilitas penggunaan QRIS perlu terus dijaga agar konsumen merasa nyaman dan praktis saat melakukan pembayaran. Dengan semakin mudahnya proses transaksi, diharapkan konsumen akan lebih terdorong untuk melakukan pembelian.
2. Variabel Harga, Kedai Bakso Laladana diharapkan dapat mempertahankan harga yang terjangkau, kompetitif, dan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen. Selain itu, penetapan harga perlu terus disesuaikan dengan kondisi pasar dan daya beli konsumen agar tetap mampu memberikan nilai yang baik bagi pelanggan. Harga yang dianggap sesuai dengan manfaat yang diterima akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong terjadinya keputusan pembelian.
3. Variabel Keputusan Pembelian, Kedai Bakso Laladana diharapkan dapat terus meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian dengan menjaga kualitas produk, mempertahankan kemudahan transaksi QRIS, serta menetapkan harga yang sesuai dengan harapan konsumen. Selain itu, upaya membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan meningkatkan pengalaman konsumen juga perlu dilakukan agar konsumen tidak hanya melakukan pembelian, tetapi juga bersedia melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan produk kepada orang lain.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi, atau lokasi, serta memperluas jumlah responden dan objek penelitian agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Alma, B. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

Cochran, W. G. (1977). Sampling Techniques (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons

Fandy, T. (2019). Strategi Pemasaran (Edisi 4). Yogyakarta: Andi Offset.

- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). Multivariate Data Analysis. Pearson Education.
- Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis. Bandung: Refika Aditama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education
- Tjiptono, F. 2015. Strategi Pemasaran (Edisi ke-4). Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Malhotra, N. K. (2010). Marketing Research: An Applied Orientation. Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Siregar, S. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana.

Jurnal

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model. *MIS Quarterly*, 25(3), 351–370.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Davis, F. D. (1993). User Acceptance of Information Technology: System Characteristics, User Perceptions and Behavioral Impacts. *International Journal of Man-Machine Studies*, 38(3), 475–487.
- Ekasari, N., & Widodo, A. (2021). Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Transaksi Digital terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2).
- Hasibuan, R., & Suyanto. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Kepuasan Pengguna Pembayaran Digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 145–156.
- Nisak, K., & Aji, H. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan pada Sistem Pembayaran Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(1).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1). kepuasan pelanggan. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA*, 6(1), 1–10.
- Rahmadini, R. O., et al. (2023). *The effect of service quality on customer satisfaction in logistics services. Economics and Islamic Governance in the Digital Era*, 1(1), 60–67.

Website

- Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia. (2024). Statistik Perkembangan QRIS di Indonesia. Jakarta: ASPI.
- Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia. (2024). Statistik dan Implementasi QRIS pada UMKM. Jakarta: ASPI.

Bank Indonesia. (2022). Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025.

Bank Indonesia. (2024). Statistik Sistem Pembayaran Indonesia. Jakarta: Bank Indonesia.

Bank Indonesia. (2025). Perkembangan Transaksi QRIS di Indonesia. Jakarta: Bank Indonesia.

Bank Indonesia. (2025). Laporan Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Indonesia.

Jakarta: Bank Indonesia.

GoodStats. (2025). Provinsi dengan Jumlah Merchant QRIS Terbanyak di Indonesia. Jakarta: GoodStats

Indonesia.

International Monetary Fund. (2023). Digital Payments and Economic Growth in Emerging Markets.

Washington, DC: IMF.

Katadata Insight Center. (2023). Persepsi Konsumen terhadap Sistem Pembayaran Digital di Indonesia.

Jakarta: Katadata.

Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital di Indonesia.

Otoritas Jasa Keuangan. (2023). Transformasi Digital Sektor Jasa Keuangan Indonesia. Jakarta: OJK.

World Bank. (2022). Digital Financial Services and Financial Inclusion. Washington, DC: World Bank.