PENGARUH PENGGUNAAN PEMBAYARAN DIGITAL QRIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI WILAYAH KEBAGUSAN

Author

Meida Adelia Puri
Universitas Indraprasta PGRI

Deasy Nurmalasari F

Abdul Munir

Abstract

The objective of this study was to determine the influence of using QRIS digital payments on consumer purchasing decisions in the Kebagusan area. The study employed a survey method with a correlational approach. The population consisted of all QRIS digital payment users in the Kebagusan area. As the exact population size was unknown, the Lemeshow sampling technique was used to determine the sample size, resulting in a total of 100 respondents. Calculations yielded an r_{xy} value of 0.572, indicating a reasonably strong influence of QRIS digital payments on consumer purchasing decisions in the Kebagusan area. Analysis of the coefficient of determination showed a value of 32.7184%, indicating that the contribution of Variable X (QRIS digital payments) to Variable Y (consumer purchasing decisions) was 32.7184%, while the remaining 67.2816% was determined by factors not examined in this study. Statistical hypothesis testing (t-test) yielded a result where $t_{calculated} > t_{table}$ (6.913 > 1.984), demonstrating a positive and significant influence of Variable X (QRIS digital payments) on Variable Y (consumer purchasing decisions) in the Kebagusan area.

Keywords

Digital Payments, QRIS, Purchase Decisions

2025

Page

110 – 117

DOI

Abstrak

Tujuan dari penelitian adalah mengetahui pengaruh penggunaan pembayaran digital QRIS terhadap keputusan pembelian konsumen di wilayah Kebagusan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna pembayaran digital QRIS di wilayah Kebagusan. Karena jumlah populasi peneliti tidak diketahui secara pasti, maka sampel yang digunakan oleh peneliti adalah seluruh pengguna pembayaran digital QRIS di wilayah Kebagusan dengan menggunakan teknik sampling lemeshow, sehingga dapat diketahui jumlah sampel yang akan diteliti berjumlah 100 orang. Melalui perhitungan diperoleh rxy sebesar 0,572 yang berarti terdapat pengaruh yang cukup kuat antara pembayaran digital QRIS terhadap keputusan pembelian konsumen di wilayah Kebagusan. Analisis koefisien determinasi diperoleh 32,7184% ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel X (pembayaran digital QRIS) terhadap variabel Y (keputusan pembelian konsumen) sebesar 32,7184% dan sisanya 67,2816% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pengaruh tersebut diuji menggunakan hipotesis statistik (Uji T) yang memperoleh $thitung > ttabel$ atau 6,913 > 1,984 menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel X (pembayaran digital QRIS) terhadap variabel Y (keputusan pembelian konsumen) di wilayah Kebagusan.

Kata kunci

Pembayaran Digital, QRIS, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat, sektor keuangan mengalami perubahan yang signifikan, termasuk sistem pembayaran digital. Pembayaran digital merupakan salah satu inovasi yang mulai banyak diterima oleh khalayak ramai. Penggunaan pembayaran non tunai ini semakin meningkat seiring dengan kemudahan yang ditawarkan serta berkembangnya akses teknologi dikalangan masyarakat. Salah satu sistem pembayaran digital yang telah diterapkan di Indonesia adalah QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard). QRIS merupakan upaya Bank Indonesia menstandardisasi semua perusahaan yang memanfaatkan teknologi keuangan (fintech) seperti GoPay, OVO, DANA, LinkAja, dan lain sebagainya (Ranandhea Nuhran et al., 2024). Perkembangan sistem pembayaran digital telah memudahkan masyarakat dari semua lapisan masyarakat untuk mengakses layanan keuangan tanpa dibatasi oleh lokasi atau akses terhadap bank fisik.

Pada tanggal 16 Agustus 2019, Bank Indonesia menerbitkan Peraturan PADG No. 18. 21. PADG / 2019 tentang Penerapan Standar Nasional Quick Response Code dibidang pembayaran, Penerapan QRIS sebagai Standar Nasional, serta Pelaporan dan Pemantauan (Putri & Rahmanto, 2023). QRIS diperkenalkan dan disahkan oleh Bank Indonesia serta Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) yang diterbitkan pada 2 tanggal Januari 2020 untuk memberikan kemudahan transaksi yang cepat dan efisien bagi pengguna dompet digital (Adhe Sarah Ris Dwinomo et al., 2024). QRIS memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran hanya dengan memindai kode QR, sehingga memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Kondisi ini menunjukkan potensi besar bagi pelaku usaha untuk mengadopsi teknologi pembayaran digital QRIS, akibat dari semakin banyak konsumen yang nyaman menggunakan metode pembayaran yang mudah dan efisien. Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana penggunaan pembayaran digital QRIS mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2020). Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau artistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

Hasil

1. Analisis Data Hasil Penelitian

   Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, jawaban dari responden direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui pengaruh penggunaan pembayaran digital QRIS terhadap keputusan pembelian konsumen di wilayah Kebagusan, seperti yang tertera pada tabel berikut ini:

Tabel 10

Perhitungan Regresi dan Korelasi Sederhana

No Responden	X	Y	X^2	Y^2	XY
Jumlah	**8215**	**7800**	**682613**	**625012**	**647338**

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

2. Koefisien Regresi Linier Sederhana

   Regresi linier sederhana adalah regresi didasarkan pada hubungan fungsional ataupun klausal satu variabel independent dengan satu variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan fungsional antara variabel (X) dengan variabel (Y). Adapun rumus regresi linier sederhana: **Y = a + bX**

   Adapun hasil persamaan regresi diketahui nilai:

   Setelah diketahui analisis menunjukkan bahwa besarnya nilai a = 16,09 dengan koefisien b = 0,847 sehingga ditemukan persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

   Y = 16,09 + 0,847 X

   Dari persamaan regresi di atas dapat disimpulkan bahwa jika pembayaran digital QRIS bernilai 0, maka keputusan pembelian konsumen sebesar a atau 16,09. Jika pembayaran digital QRIS ditingkatkan per 1 satuan maka nilai keputusan pembelian konsumen meningkat sebesar 0,847.

i. Koefisien Korelasi Sederhana

   Dalam analisis korelasi yang dicari adalah koefisien korelasi yaitu angka yang menyatakan derajat hubungan antara variabel independen pembayaran digital QRIS (X) dengan variabel dependen keputusan pembelian konsumen (Y) atau untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

   Analisis korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui tingkat adanya pengaruh pengunaan pembayaran digital QRIS terhadap keputusan pembelian konsumen di wilayah Kebagusan.

Adapun untuk mengetahui besarnya koefisien regresi, maka dilakukan langkah perhitungan sebagai berikut:

ΣX = 8215

ΣY = 7800

ΣX^2 = 682613

ΣY^2 = 625012

ΣXY = 647338

n = 100

Selanjutnya dihitung menggunakan perhitungan korelasi sebagai berikut:

$r_{xy} = 0{,}572$

Maka diperoleh angka koefisien yaitu: $r_{xy} = 0{,}572$

Penafsiran terhadap besar atau kecilnya koefisien korelasi yang diperoleh dapat dilakukan dengan menggunakan pedoman pada ketentuan tertentu yang dapat dilihat dalam tabel berikut:

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Besar "r" Product Moment	Interprestasi
0,00-0,199	Antara variabel X dan variabel Y memang terdapat korelasi, tetapi sangat lemah sehingga korelasi diabaikan
0,20-0,399	Antara variabel X dan variabel Y memang terdapat korelasi yang rendah
0,40-0,599	Antara variabel X dan variabel Y memang terdapat korelasi yang sedang atau cukup
0,60-0,799	Antara variabelX dan variabel Y memang terdapat korelasi yang kuat atau tinggi.

0,80-1,000	Antara variabel X dan variabel Y memang terdapat korelasi yang sangat kuat atau sangat tinggi

Sumber: (Sugiyono, 2020)

Dari hasil perhitungan korelasi diatas dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi $r_{xy} = 0{,}572$ yang berarti terdapat pengaruh yang cukup kuat antara pembayaran digital QRIS (X) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Dengan kata lain, semakin tinggi penggunaan pembayaran digital QRIS, maka semakin meningkat pula kecenderungan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

PEMBAHASAN

Dari hasil analisis yang telah dilakukan berdasarkan data yang ada, maka yang dapat peneliti simpulkan dari hasil analisis tersebut, antara lain:
Dari hasil analisis diperoleh persamaan regresi Y = 16,09 + 0,847 X di mana nilai konstanta (a) atau nilai tetap dari persamaan 16,09 artinya pada saat pembayaran digital QRIS sama dengan 0 maka keputusan pembelian konsumen adalah sebesar 16,09 satuan, dan bila b sebesar 0,847 artinya setiap kenaikan 1 kali pada pembayaran digital QRIS, maka akan naik keputusan pembelian konsumen sebesar 0,847.

Untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh (korelasi) antara pembayaran digital QRIS terhadap keputusan pembelian konsumen, dapat dilihat dari hasil korelasi product moment sebesar r = 0,572. Ini menunjukkan ada pengaruh yang cukup kuat antara variabel X (pembayaran digital QRIS) terhadap variabel Y (keputusan pembelian konsumen). Sehingga semakin tinggi nilai pembayaran digital QRIS maka semakin meningkat pula kecenderungan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Koefisien determinasi 32,7184% menunjukkan bahwa kontribusi variabel X (pembayaran digital QRIS) terhadap variabel Y (keputusan pembelian konsumen) sebesar 32,7184% sedangkan sisanya sebesar 67,2816% adalah kontribusi dari faktor-faktor lain. Hal tersebut diperkuat dengan hasil yang diperoleh dari hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 6,913 > 1,984 yang menyatakan bahwa hasil penelitian yang dilakukan penulis menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pembayaran digital QRIS terhadap keputusan pembelian konsumen. Sehingga penelitian ini sejalan dengan pendapat (Nilmasari et al., 2025) bahwa penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran terbukti memiliki pengaruh signifikan dalam mendorong keputusan pembelian konsumen.

PENUTUP

Dari hasil analisis yang telah dilakukan berdasarkan data yang telah diolah, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pembayaran digital QRIS terhadap keputusan

pembelian konsumen. Hal tersebut diperkuat dengan hasil yang dibuktikan oleh pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 6,913 > 1,984. Selain itu, dari analisis koefisien regresi linier sederhana ditemukan persamaan regresinya adalah Y = 16,09 + 0,847 X.

DAFTAR PUSTAKA

Alifah, Siti (2024) *Pengaruh Citra Merek dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal di Kota Banda Aceh (Studi Pada UMKM Kuliner dan Kosmetik).* Masters thesis, UIN Ar-raniry.

Azka, V. F., Azhari, T., Sufarhan, A., & Ansori, A. (2024). Efektivitas Pembayaran Digital: Keunggulan, Tantangan, dan Solusi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, *2*(2), 1174-1180.

Cupian., Valentino, U., & Noven, S.A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Bank Digital Syariah pada Generasi Z: Studi Kasus di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2022, 8.2: 1679-1688

https;//dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5299

Daniswara, C. D., Aryanto, V. D. W., Kadarningsih, A., & Aqmala, D. (2025). Dampak Penggunaan Qris, Persepsi Kemudahan Dan Risiko Keamanan Dengan Variabel Mediasi User Experience Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Di Resto Tom Sushi. *MANAJEMEN*, *5*(1),140-152.

https://doi.org/10.51903/manajemen.v5i1.962

Dwijayant, A., Anhalsali, S., Rahayu, E. D., Munawar, Z., Komalasari, R., Pramesti, P., & Juliawati, P. (2022). Manfaat Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada Nasabah di Bank Jabar Banten (BJB). *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, *8*(2), 256-264.

Fahira Nur Pratiwi. (2023). The Influence of The QRIS Payment Method on Purchase Decisions in Bandung State Polytechnic Students . *International Journal Administration, Business & Organization*, *4*(3), 79-87. https://doi.org/10.61242/ijabo.23.279

Fajria, O. (2023). *Determinan Minat Mahasiswa Menggunakan Pembayaran Digital Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Handayani, N. L. P., & Soeparan, P. F. (2022). Peran Sistem Pembayaran Digital Dalam Revitalisasi UMKM. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, *1*(3), 20-32. https://doi.org/10.56444/transformasi.v1i3.425

Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, *1*(2), 1-9. https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57

Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.

Maysari, N., Pristiyono, P., & Nasution, M. F. (2023). Implementasi Digital Payment Di Lingkungan Universitas Labuhanbatu Dan Dampaknya Pada Keputusan Pengguna. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, *11*(2), 203-216.
https://doi.org/10.35829/magisma.v11i2.327

Nuhran, A. R., Ramli, R., & Luhat, Y. (2024). Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital (Qris) Terhadap Tingkat Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa Era Generasi Z Dengan Perilaku Gaya Hidup Masa Kini. *Jurnal GeoEkonomi*, *15*(1.2024), 11-20.
https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v15i1.2024.444

Palimbong, S. M., Pali, E., Biringkanae, A., & Tangdialla, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Digital Payment Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uki Toraja. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, *1*(3), 278-297.
https://doi.org/10.61132/manuhara.v1i3.227

Paramitha, D. A., & Kusumaningtyas, D. (2020). Qris. *Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara PGRI Kediri*.

Putri, S. A., & Rahmanto, D. N. A. (2024). Analisis Efektivitas Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Non Tunai Pada Bank Syariah Indonesia KCP Godean 2. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, *5*(1), 456-476.
https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.3992

Ramadhan, M. M., Pristiani, T. A., & Febrianita, R. (2023). Implementasi Qr Code Untuk Menu Makanan Dan Minuman Di Pasar Wisata Harmoni Keputih. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, *1*(1), 1-10.

Ramadhan, T. K., & Saputro, E. P. (2024). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Trust terhadap Behavioral Intention Pengguna Gopay. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *6*(6), 5501-5517.

Rangkuti, F. A. V. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Qris Dan Kemudahan Qris Terhadap Efisiensi Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Uinsu* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).

Riri Nilmalasari, Mustato Mustato, & Moh Tauhid. (2025). Pengaruh Penggunaan Qris dan Strategi Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kurnia Jaya Sangatta Utara Kutai Timur . *Dinamika Pembelajaran : Jurnal Pendidikan Dan Bahasa*, *2*(3), 243–253. https://doi.org/10.62383/dilan.v2i3.1969

Ris Dwinomo, A. S., Ainiyah, N., & Isnaini, N. F. (2024). *Pengaruh Ketersediaan, Efektivitas Dan Kemudahan Penggunaan Qris (Quick Response Code Indonesia Standard) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Anggota Organisasi Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (Gmni)*

Mojokerto) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Majapahit). https://doi.org/10.61132/jieap.v1i3.424

Rizky, R. (2024). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Di UD. Kopi Teungku Aceh* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry).

Sardiyo, Rimbano, D., Famalika, A., Nadziro, N., & Diana, H. S. (2022). *Metodologi Penelitian*. Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia