

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan QRIS Terhadap Keputusan Pembelian di Fore Coffee Cabang Trans Studio Mall Makassar

Zilpa Rante Tondok^{1*}, Nasaruddin², Risnayanti Andi Djamro²

¹Bisnis Digital, Universitas Dipa Makassar, Makassar, Indonesia

²Universitas Dipa Makassar, Makassar, Indonesia

e-mail: ¹zilparantetondok@gmail.com, ²nhas@undipa.ac.id,

³rdjamro09@undipa.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital mendorong penggunaan sistem pembayaran non-tunai, salah satunya Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai standar nasional pembayaran berbasis kode QR di Indonesia. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan QRIS terhadap keputusan pembelian konsumen di Fore Coffee cabang Trans Studio Mall Makassar. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris terhadap kajian penerimaan teknologi pembayaran digital pada sektor ritel kopi modern yang menerapkan sistem transaksi cashless. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 91 responden yang dipilih menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 10% dan teknik accidental sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ($p < 0,001$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,452 menunjukkan bahwa 45,2% keputusan pembelian dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan QRIS.

Kata kunci—QRIS, Persepsi Kemudahan, Keputusan Pembelian, Pembayaran Digital.

Abstract

The development of digital technology has accelerated the adoption of cashless payment systems, one of which is the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) introduced by Bank Indonesia as a national QR-based payment standard. This study aims to analyze the effect of perceived ease of use of QRIS on consumer purchasing decisions at Fore Coffee, Trans Studio Mall Makassar branch. This research contributes empirically to the literature on digital payment technology acceptance in the modern coffee retail sector that implements a fully cashless transaction system. This study employed a quantitative approach using a survey method with 91 respondents selected through the Slovin formula with a 10% margin of error and accidental sampling technique. Data were analyzed using simple linear regression with SPSS 27. The results indicate that perceived ease of use of QRIS has a positive and significant effect on purchasing decisions ($p < 0.001$). The coefficient of determination (R^2) of 0.452 shows that 45.2% of purchasing decisions are influenced by perceived ease of use of QRIS.

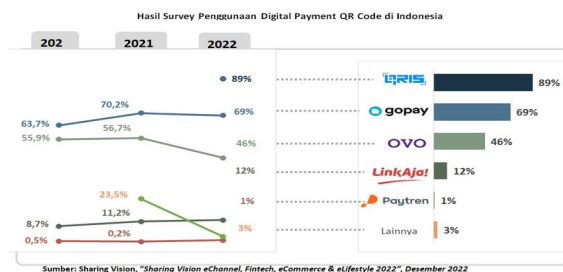
Keywords—QRIS, Perceived Ease Of Use, Purchasing Decision, Digital Payment.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan besar di sektor keuangan, salah satunya melalui hadirnya Financial Technology (Fintech). Inovasi penting dalam bidang ini adalah Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) yang diluncurkan Bank Indonesia

sebagai standar nasional pembayaran berbasis QR Code. QRIS menyatukan berbagai aplikasi pembayaran digital ke dalam satu kode universal sehingga transaksi menjadi lebih praktis dan efisien [1].

Berdasarkan survei tingkat penggunaan QR Code di Indonesia, QRIS tercatat sebagai platform pembayaran berbasis QR dengan pengguna terbanyak, yaitu mencapai 89%. Data ini mengindikasikan bahwa QRIS tidak hanya lebih disukai tetapi juga lebih sering digunakan oleh konsumen dibandingkan dengan platform pembayaran QR Code lainnya. Temuan ini menunjukkan tingginya penerimaan masyarakat terhadap QRIS sebagai sistem pembayaran digital yang mudah dan efisien [2].



Gambar 1 Grafik hasil survey penggunaan QR Code di Indonesia (Sumber : Sharing Vision, 2022)

Menurut Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), penerimaan suatu teknologi oleh pengguna dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tidak memerlukan usaha yang besar. Dalam konteks pembayaran digital, kemudahan penggunaan dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dalam melakukan transaksi serta mempengaruhi keputusan pembelian. [3].

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan sistem pembayaran digital seperti QRIS dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan transaksi. Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada sektor UMKM atau mahasiswa sebagai responden penelitian. Penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan QRIS terhadap keputusan pembelian pada industri ritel kopi modern masih relatif terbatas. [4].

Fore Coffee sebagai salah satu kedai kopi modern di Indonesia telah menerapkan sistem transaksi full cashless di seluruh cabangnya, termasuk di Trans Studio Mall Makassar. Sistem ini menjadikan pembayaran digital, khususnya QRIS, sebagai metode utama dalam proses transaksi konsumen. Kondisi ini menjadikan Fore Coffee sebagai objek penelitian yang relevan untuk mengkaji bagaimana persepsi kemudahan penggunaan QRIS memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan QRIS terhadap keputusan pembelian konsumen di Fore Coffee cabang Trans Studio Mall Makassar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan literatur mengenai penerimaan teknologi pembayaran digital serta memberikan implikasi praktis bagi pelaku usaha dalam mengoptimalkan penggunaan sistem pembayaran digital.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni - Agustus 2025 di Fore Coffee Cabang Trans Studio Mall Makassar, yang berlokasi di Jl. Metro Tj. Bunga, Maccini Sombala, Kec. Tamalate, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif dan menggunakan metode survei melalui kuesioner tertutup berbasis skala Likert. Pendekatan ini juga digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan, yaitu untuk melihat apakah persepsi kemudahan penggunaan QRIS berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Fore Coffee cabang Trans Studio Mall Makassar.

2.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Fore Coffee cabang Trans Studio Mall Makassar yang melakukan transaksi pembelian. Berdasarkan informasi dari pihak manajemen, rata-rata jumlah konsumen yang melakukan transaksi setiap bulan sekitar 1.000 orang.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Rumus ini digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya. Dalam penelitian ini digunakan margin of error sebesar 10%. Penggunaan tingkat kesalahan 10% masih dapat diterima dalam penelitian eksploratif pada bidang perilaku konsumen yang bertujuan untuk memperoleh gambaran awal mengenai hubungan antar variabel penelitian, terutama ketika populasi bersifat dinamis dan peneliti memiliki keterbatasan waktu serta akses terhadap seluruh anggota populasi.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan metode accidental sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan konsumen yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti di lokasi penelitian dan bersedia menjadi responden. Teknik ini dipilih karena populasi penelitian bersifat dinamis dan tidak memiliki daftar anggota populasi yang pasti.

Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 10%. Rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \tag{1}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi (1000 konsumen)

e = Margin of eror (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10% atau 0,1)

$$n = \frac{1000}{1+1000(0,1)^2} = \frac{1000}{1+1000(0,01)} = \frac{1000}{1+10} = \frac{1000}{11} \approx 91$$

Dengan demikian, jumlah minimum sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 91 responden.

Tabel 1 Definisi Operasional variabel

| Variabel | Definisi Operasioanal | Indikator |
|--|---|--|
| Persepsi Kemudahan Penggunaan QRIS (X) | Persepsi konsumen mengenai sejauh mana sistem pembayaran QRIS mudah dipahami dan digunakan dalam proses transaksi | 1. QRIS mudah dipelajari 2. QRIS mudah digunakan saat melakukan pembayaran 3. QRIS mempermudah proses transaksi 4. QRIS dapat digunakan tanpa kesulitan 5. QRIS mempercepat proses pembayaran |
| Keputusan Pembelian (Y) | Keputusan konsumen untuk membeli produk di Fore Coffee setelah mempertimbangkan berbagai alternatif | 1. Keyakinan untuk membeli produk 2. Keinginan melakukan pembelian 3. Kemantapan dalam memilih produk 4. Kesiediaan melakukan pembelian ulang 5. Kesiediaan merekomendasikan kepada orang lain |

2.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data disusun secara terstruktur agar data yang dikumpulkan relevan dan valid dengan tujuan penelitian. Data dikumpulkan melalui:

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan penyebaran sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden melalui Google Form. Tujuannya untuk meminta responden memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut. Skala yang digunakan dalam kuesioner adalah skala likert 5.

Observasi penelitian ini juga menggunakan metode observasi untuk melengkapi pemahaman terhadap kondisi lapangan secara langsung. Observasi dilakukan di Fore Coffee cabang Trans Studio Mall Makassar dengan tujuan untuk mengamati implementasi penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran di tempat tersebut.

2.4 Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu:

2.4.1 Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Syarat untuk dianggap valid adalah nilai r hitung $>$ dari nilai r table.

2.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek sama, akan menghasilkan data yang sama. Suatu angket dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel atau dapat diandalkan jika koefisien Cronbach Alpha $>$ 0,60.

2.4.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk menguji kelayakan model regresi menggunakan uji normalitas, linearitas, dan heteroskedastisitas.

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual (selisih antara nilai prediksi dan nilai sebenarnya) dalam model regresi menyebar secara normal. Untuk menguji hal ini, digunakan metode statistik non-parametrik, yaitu uji Kolmogorov-Smirnov (K-S).

Uji Linearitas Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linear antara variabel persepsi kemudahan penggunaan QRIS dan keputusan pembelian. Uji ini penting untuk memastikan bahwa analisis regresi yang digunakan sesuai. Jika nilai Linearity $<$ 0,05 dan Deviation from Linearity $>$ 0,05.

Uji Heteroskedastisitas untuk mengetahui apakah ada perbedaan varian (keragaman) dari nilai residual atau galat antar satu responden dengan yang lain dalam model regresi. Uji ini penting untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan stabil dan layak.

2.4.4 Uji Regresi Linear Sederhana

Uji Regresi Linear Sederhana untuk Uji regresi linear sederhana untuk mengetahui fungsi kausal satu variabel dengan variabel lainnya. Metode ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (persepsi kemudahan penggunaan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

2.4.5 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah salah satu uji asumsi klasik dalam analisis regresi yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan (korelasi) yang tinggi antar variabel independen dalam suatu model regresi. Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap variabel X (independen) berdiri sendiri dan tidak saling memengaruhi secara kuat. Jika antar variabel X saling berkorelasi sangat tinggi, maka hasil regresi menjadi tidak valid.

2.4.6 Uji Deskriptif

Uji Deskriptif, untuk memberikan gambaran umum tentang data dalam hal mean, standar deviasi, maksimum, minimum.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Fore Coffee cabang Trans Studio Mall Makassar. Hal ini dibuktikan dari hasil uji regresi linear sederhana yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$ yang lebih kecil dari taraf signifikansi $0,05$. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan QRIS berpengaruh terhadap keputusan pembelian dapat diterima.

Temuan ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Fred D. Davis, yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan suatu teknologi oleh individu. Dalam konteks penelitian ini, kemudahan penggunaan QRIS membuat konsumen merasa bahwa proses pembayaran menjadi lebih cepat, praktis, dan tidak memerlukan usaha yang besar. Kondisi tersebut dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dalam melakukan transaksi sehingga mendorong keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa konsumen Fore Coffee memiliki persepsi yang tinggi terhadap kemudahan penggunaan QRIS. Hal ini terlihat dari hasil analisis deskriptif yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa QRIS mudah dipelajari, mudah digunakan, serta mempermudah proses transaksi pembayaran. Kemudahan tersebut menjadi faktor penting dalam mendukung pengalaman konsumen ketika melakukan pembelian di gerai kopi modern yang menerapkan sistem pembayaran digital.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Natsir et al. (2024) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan sistem pembayaran digital dapat meningkatkan minat dan keputusan konsumen dalam melakukan transaksi. Selain itu, penelitian oleh Nurrohmah dan Nuryani (2025) juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan QRIS memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital. Kesamaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor yang konsisten memengaruhi perilaku konsumen dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital.

3.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk menilai valid tidaknya suatu pernyataan dalam kuesioner [6]. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai r tabel menggunakan *degree of freedom* (df) = $n-2$, n dalam hal ini adalah jumlah sampel. Jadi r tabel dengan $df = 91-2 = 89$ dengan taraf signifikansi $0,05$ atau 5% , sehingga menghasilkan r tabel sebesar $0,206$. Untuk lebih jelasnya, ringkasan hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 2 Hasil Uji validitas variabel kemudahan penggunaan QRIS

| Item Pernyataan | r Hitung | r Tabel | Keterangan |
|-----------------|----------|---------|------------|
| XP1 | 0.890 | 0.206 | VALID |
| XP2 | 0.660 | 0.206 | VALID |
| XP3 | 0.721 | 0.206 | VALID |

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada tabel 2 di atas, dapat diketahui bahwa seluruh item memiliki nilai r -hitung yang lebih besar daripada r -tabel ($0,206$). Selain itu, seluruh nilai signifikansi uji korelasi juga berada dibawah $0,05$. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Berikut disajikan tabel uji validitas dari variabel keputusan pembelian (Y):

Tabel 3 Hasil Uji validitas variabel keputusan pembelian

| Item Pernyataan | r Hitung | r Tabel | Keterangan |
|-----------------|----------|---------|------------|
| YP1 | 0.868 | 0.206 | VALID |
| YP2 | 0.862 | 0.206 | VALID |
| YP3 | 0.727 | 0.206 | VALID |

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa semua pernyataan dalam kuesioner mengenai variabel keputusan pembelian dalam penelitian ini valid, karena nilai r yang dihitung lebih besar dari nilai r tabel.

3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengukur reliable atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Hasil pengujian reliabilitas untuk setiap variabel secara keseluruhan ditampilkan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | <i>Cronbach's Alpha</i> $> 0,60$ | Keterangan |
|-------------------------|----------------------------------|------------|
| Kemudahan (X) | 0.914 | RELIABEL |
| Keputusan Pembelian (Y) | 0.944 | RELIABEL |

Berdasarkan tabel 4 di atas, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

3.1.3 Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, semua variabel residual berdistribusi normal atau tidak. Regresi yang baik adalah data yang terdistribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S), karena jumlah responden melebihi 50 orang ($n=91$). Pengujian Normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Adapun hasil pengujian normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov terdapat data residual dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas

| Model | Asymp. Sig. (2-tailed) | Probabilitas | Keterangan |
|-------|------------------------|--------------|----------------------|
| 1 | 0.169 | 0.05 | Terdistribusi Normal |

Berdasarkan tabel 5 di atas, menunjukkan nilai signifikansi asymp.sig sebesar 0.169 > 0.05 , sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian.

3.1.4 Uji Linearitas

Uji linearitas berfungsi untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Uji linearitas dilakukan dengan ANOVA *Test of Linearity* pada SPSS yang menilai hubungan antara variabel X dan variabel Y. Nilai signifikansi pada baris *Linearity* menunjukkan hubungan linear jika nilai $< 0,05$. Sementara itu, nilai signifikansi pada baris *Deviation from Linearity* menunjukkan penyimpangan jika nilai $\leq 0,05$. Jika $> 0,05$, maka tidak ada penyimpangan dan hubungan dianggap linear.

Tabel 6 Hasil Uji Linearitas
ANOVA Tabel

| | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. | |
|----------------|----------------|----------------|----------|-------------|----------|--------|-------|
| TotalY*Total X | Between Groups | (Combined) | 3384.276 | 20 | 169.214 | 4.392 | <.001 |
| | Linearity | | 2746.606 | 1 | 2746.606 | 71.290 | <.001 |

| | | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--|---------------|--------------------------|----------------|----|-------------|------|------|
| | | Deviation from Linearity | 637.670 | 19 | 33.562 | .871 | .618 |
| | Within Groups | | 2696.911 | 70 | 38.527 | | |
| | Total | | 6081.187 | 90 | | | |

Berdasarkan hasil uji linearitas, diperoleh nilai signifikansi Linearity <0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear yang signifikan secara statistik antara variabel kemudahan penggunaan QRIS dan variabel keputusan pembelian. Sementara itu, pada bagian *Deviation from Linearity* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,618 yang lebih besar dari 0,05. Artinya, tidak terdapat penyimpangan yang berarti dari hubungan linear tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel X dan Y bersifat linear serta memenuhi asumsi linearitas, sehingga model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak untuk dilanjutkan pada tahap analisis berikutnya.

3.1.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan menguji apakah dalam sebuah model regresi yang digunakan terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain [6]. Hasil uji Glejser pada penelitian ini ditampilkan pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | Sig |
|-------|-----------|-----------------------------|-----------|---------------------------|------|------|
| | | B | Std Error | beta | T | |
| 1 | Constan | 2.228 | 3.108 | | .717 | .475 |
| | Kemudahan | .047 | .070 | .071 | .672 | .503 |

Berdasarkan tabel 7 di atas hasil uji heteroskedastisitas untuk variabel independen (X) menunjukkan nilai signifikansi 0.503 > 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel tersebut.

3.1.6 Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Pada penelitian ini, uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah dengan menggunakan model regresi linier sederhana. Hal ini dikarenakan pada penelitian ini peneliti ingin meneliti pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat serta arah hubungan antara kedua variabel tersebut Uji regresi linear sederhana yaitu untuk mengetahui hubungan kuantitatif dari kemudahan penggunaan QRIS (X) dengan keputusan pembelian (Y). Hasil analisis regresi linear sederhana dapat dilihat pada persamaan (2.9) sebagai berikut:

Tabel 8 hasil uji analisis regresi linear sederhana

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | Sig |
|-------|-----------|-----------------------------|-----------|---------------------------|-------|-------|
| | | B | Std Error | beta | T | |
| 1 | Constan | 3.291 | 4.421 | | .744 | .459 |
| | Kemudahan | .857 | .100 | .672 | 8.562 | <.001 |

Berdasarkan table 4.10 di atas model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX \tag{2}$$

$$Y = 3,291 + 0,857X$$

- Nilai konstanta sebesar 3,291 artinya apabila variabel Kemudahan (X) sama dengan nol, maka nilai Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 3,291.
- Koefisien regresi (X) Kemudahan sebesar 0,857 menyatakan bahwa setiap peningkatan satu satuan nilai Kemudahan, maka nilai Keputusan Pembelian juga meningkat sebesar 0,857. Koefisien bernilai positif, yang berarti terdapat hubungan positif antara Kemudahan dengan Keputusan Pembelian
- Nilai signifikansi (Sig) sebesar $< 0,001$ lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

3.1.7 Uji T

Uji t digunakan untuk melihat ada tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Kriteria pengujian uji T dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel atau dengan melihat nilai signifikansi (probabilitas) untuk membuat keputusan menolak atau menerima H_0 . Hasil uji t secara lengkap dapat dilihat pada tabel 9 di bawah ini:

Tabel 9 Hasil Uji T

| Variabel | T | Sig. |
|-----------|-------|-------|
| Constant | 0.744 | 0.459 |
| Kemudahan | 8.562 | <.001 |

Berdasarkan hasil pengujian t statistik yang telah dilakukan, maka interpretasi yang dapat disampaikan adalah bahwa nilai t hitung dari kemudahan penggunaan QRIS adalah 8.562 dengan nilai signifikansi sebesar < 0.001 . Hal tersebut mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kemudahan penggunaan QRIS terhadap keputusan pembelian konsumen. Karena nilai signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima. Dengan kata lain, semakin tinggi persepsi kemudahan yang dirasakan konsumen, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian di *Fore Coffee* cabang Trans Studio Mall Makassar.

3.1.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Adjusted R Square digunakan untuk menyesuaikan nilai R^2 terhadap jumlah variabel independen dan jumlah sampel. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1. Perhitungan R^2 diperoleh dari kuadrat koefisien korelasi (R) yaitu: $R^2 = 0.672^2 = 0.452$. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 10 di bawah ini:

Tabel 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

| Model Summary | | | | |
|-------------------------------------|-------------------|----------|------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R | Std. Error of |
| 1 | .672 ^a | .452 | .445 | 6.121 |
| a. Predictors: (Constan), Kemudahan | | | | |

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diketahui bahwasanya hasil output Model Summary, diperoleh koefisien korelasi (R) sebesar 0,672 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen karena nilai R mendekati angka 1. Hal itu menunjukkan semakin besar nilai X maka semakin besar pula nilai Y. Nilai R Square sebesar 0,452 yang berarti 45,2% Sehingga dapat diartikan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel kemudahan penggunaan QRIS. Sedangkan sisanya sebesar 54.8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian yang telah dilakukan.

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,672 yang menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara persepsi kemudahan penggunaan QRIS dengan keputusan pembelian konsumen. Namun demikian, nilai R hanya menunjukkan kekuatan hubungan antar variabel dan tidak menentukan signifikansi pengaruh secara statistik.

Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,452 menunjukkan bahwa sebesar 45,2% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan QRIS, sedangkan sisanya sebesar 54,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

3.1.9 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan bahwa tidak terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Meskipun penelitian ini hanya menggunakan satu variabel bebas (X), uji multikolinearitas tetap ditampilkan sebagai bentuk kelengkapan metodologis, sesuai standar penelitian kuantitatif.

Tabel 11 Hasil Uji Multikolinearitas

| Coefficients ^a | | | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 36.675 | 6.067 | | 6.045 | <.001 | | |
| | Kemudahan | .100 | .137 | .077 | .730 | .468 | 1.000 | 1.000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel Coefficients, diketahui bahwa nilai Tolerance untuk variabel Kemudahan adalah 1.000 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) adalah 1.000. Nilai Tolerance tersebut berada jauh di atas batas minimum 0,10 dan nilai VIF juga berada jauh di bawah batas maksimum 10. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini, yaitu Kemudahan Penggunaan QRIS, tidak mengalami masalah multikolinearitas.

Selain itu, karena model regresi dalam penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen, maka secara teoritis multikolinearitas tidak dapat terjadi. Kondisi tersebut diperkuat dengan nilai Tolerance dan VIF yang ideal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi telah bebas dari gejala multikolinearitas dan layak digunakan untuk analisis regresi selanjutnya.

3.1.10 Uji Deskriptif

Uji statistik deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran umum tanggapan responden terhadap variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan QRIS. Berdasarkan output SPSS, terdapat 10 indikator (X1–X10) yang digunakan untuk mengukur persepsi kemudahan penggunaan QRIS pada konsumen Fore *Coffee* cabang Trans Studio Mall Makassar. Setiap item diukur menggunakan skala Likert 1–5.

Tabel 12 hasil uji deskriptif

| Descriptive Statistics | | | | | |
|------------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| X1 | 91 | 1.00 | 5.00 | 4.4725 | .77947 |
| X2 | 91 | 1.00 | 5.00 | 4.2857 | .96937 |
| X3 | 91 | 1.00 | 5.00 | 4.2198 | 1.00887 |
| X4 | 91 | 1.00 | 5.00 | 4.4066 | .80247 |
| X5 | 91 | 1.00 | 5.00 | 4.4066 | .77428 |
| X6 | 91 | 1.00 | 5.00 | 4.4505 | .84674 |
| X7 | 91 | 1.00 | 5.00 | 4.3516 | .83498 |
| X8 | 91 | 1.00 | 5.00 | 4.5055 | .84818 |
| X9 | 91 | 1.00 | 5.00 | 4.3187 | .80110 |
| X10 | 91 | 1.00 | 5.00 | 4.2747 | .88275 |
| Valid N (listwise) | 91 | | | | |

Berdasarkan tabel 12 di atas, diketahui bahwa semua indikator memiliki nilai rata-rata di atas 4.00, yang berarti mayoritas responden menyatakan setuju hingga sangat setuju bahwa penggunaan QRIS di Fore *Coffee* mudah dilakukan. Nilai mean tertinggi terdapat pada indikator X8, yaitu “QRIS memudahkan transaksi tanpa membawa uang tunai” (mean = 4.5055), sedangkan nilai mean terendah terdapat pada indikator X3, yaitu “Penggunaan QRIS dapat dilakukan tanpa bantuan staf” (mean = 4.2198). Hal ini menunjukkan bahwa secara umum, QRIS dipersepsikan sebagai metode pembayaran yang mudah, praktis, dan efisien oleh konsumen Fore *Coffee*.

Dengan demikian, hasil uji deskriptif ini mendukung kesimpulan bahwa tingkat persepsi kemudahan penggunaan QRIS di kalangan konsumen Fore *Coffee* cabang Trans Studio Mall Makassar berada pada kategori tinggi, yang berarti bahwa teknologi pembayaran digital ini telah diterima dengan baik dan dipandang memudahkan proses transaksi oleh pengguna.

3.2 Uji Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menegaskan bahwa *perceived ease of use* merupakan determinan utama dalam adopsi teknologi [3].

Penelitian ini juga konsisten dengan temuan Pratiwi (2023) yang menunjukkan bahwa kemudahan QRIS mendorong keputusan pembelian pada mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. Selain itu, penelitian oleh Natsir et al. (2024) juga menyatakan bahwa semakin mudah suatu sistem pembayaran digunakan, semakin tinggi minat konsumen untuk melakukan transaksi.

Berdasarkan teori perilaku konsumen, kemudahan mendorong pengurangan effort, mempercepat transaksi, meningkatkan efisiensi, dan mengurangi risiko kesalahan. Fore *Coffee* sebagai gerai full cashless memberikan lingkungan transaksi yang mendukung konsumen modern yang mengutamakan kecepatan dan fleksibilitas [5].

Pembahasan dalam penelitian ini juga bertujuan untuk menjelaskan keterkaitan antara hasil analisis statistik dengan teori-teori yang telah dikemukakan dalam landasan teori, serta untuk menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian. Fokus utama pembahasan ini adalah pada hubungan antara variabel independen (kemudahan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) terhadap persepsi penggunaan QRIS di Fore *Coffee* cabang Trans Studio Mall Makassar [6].

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan penelitian ini membahas tentang hasil penelitian yang telah dilakukan guna untuk menjawab rumusan masalah yaitu:

- a. Bagaimana persepsi kemudahan penggunaan QRIS di kalangan konsumen Fore *Coffee* cabang Trans Studio Mall Makassar
Hasil ini memperkuat teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis, yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan) merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna [8]. Hasil menunjukkan persepsi konsumen tergolong tinggi, dengan rata-rata skor indikator antara 4,22–4,51. Tingginya persepsi ini menandakan bahwa mayoritas konsumen merasa QRIS sangat mudah digunakan, prosesnya cepat, minim risiko kesalahan, dan memberikan kenyamanan dalam bertransaksi [7].
- b. Apakah persepsi kemudahan penggunaan QRIS berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Fore *Coffee* Trans Studio Mall Makassar
Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana, diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig) sebesar $< 0,001$, yang berarti lebih kecil dari batas signifikan ($\alpha = 0,05$). maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya persepsi kemudahan penggunaan QRIS berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Fore *Coffee* cabang Trans Studio Mall Makassar. Hal ini membuktikan bahwa kemudahan dalam penggunaan sistem pembayaran digital seperti QRIS menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong konsumen untuk melakukan pembelian [9], [10].
- c. Seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan penggunaan QRIS terhadap keputusan pembelian konsumen di Fore *Coffee* Trans Studio Mall Makassar
Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,672 yang menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara persepsi kemudahan penggunaan QRIS dengan keputusan pembelian konsumen. Namun demikian, nilai R hanya menunjukkan kekuatan hubungan antar variabel dan tidak menentukan signifikansi pengaruh secara statistik.
Signifikansi pengaruh dalam penelitian ini ditentukan melalui uji t, yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$ atau lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan

demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan QRIS berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Fore Coffee cabang Trans Studio Mall Makassar. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,452 menunjukkan bahwa sebesar 45,2% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan QRIS, sedangkan sisanya sebesar 54,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Persepsi kemudahan penggunaan QRIS di kalangan konsumen Fore Coffee cabang Trans Studio Mall Makassar tergolong tinggi. Hasil uji deskriptif menunjukkan bahwa nilai rata-rata indikator variabel kemudahan penggunaan QRIS (X) berada dalam rentang 4,22 hingga 4,51 dari skala maksimal 5 yang menunjukkan bahwa mayoritas konsumen merasa QRIS mudah digunakan, praktis, dan mendukung proses transaksi tanpa hambatan.
- b. Persepsi kemudahan penggunaan QRIS berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa adanya hubungan positif dengan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$ yang berarti lebih kecil dari batas signifikan ($\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa H_a yang menyatakan kemudahan penggunaan QRIS terhadap keputusan pembelian di Fore Coffee cabang Trans Studio Mall Makassar dalam penelitian ini diterima.
- c. Besarnya pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan pembelian dapat dilihat dari hasil uji Koefisien Determinasi, di mana nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,672. Nilai ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat antara variabel persepsi kemudahan penggunaan QRIS (X) terhadap keputusan pembelian (Y). Sementara itu, nilai R Square sebesar 0,452 menunjukkan bahwa sebesar 45,2% keputusan pembelian dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan QRIS. Dengan demikian, persepsi kemudahan berperan cukup besar dalam membentuk keputusan pembelian konsumen, meskipun masih terdapat 54,8% pengaruh dari faktor lain di luar variabel yang diteliti.

5. SARAN

Berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian, berikut beberapa saran yang dapat disimpulkan:

- a. Untuk Pihak Fore Coffee disarankan untuk terus meningkatkan kemudahan dan kenyamanan penggunaan sistem pembayaran QRIS, misalnya dengan memastikan proses pemindaian kode QR berjalan cepat dan stabil, menyediakan petunjuk penggunaan yang jelas bagi konsumen, serta mengoptimalkan integrasi sistem pembayaran digital pada setiap titik transaksi. Upaya tersebut dapat meningkatkan pengalaman transaksi konsumen dan mendorong keputusan pembelian.
- b. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti persepsi manfaat, kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital, promosi, maupun kualitas layanan. Selain itu, penggunaan teknik sampling yang lebih representatif juga dapat meningkatkan kemampuan generalisasi hasil penelitian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak Fore Coffee cabang Trans Studio Mall Makassar atas dukungan serta akses data yang diberikan, yang

sangat membantu dalam penyelesaian penelitian ini serta konsumen yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini. Tanpa bantuan dan kerja sama yang diberikan, penelitian ini tidak akan dapat berjalan dengan lancar. Ucapan terima kasih juga penulis tujukan kepada dosen pembimbing, Dr. Nasaruddin, SE., MM. dan Risnayanti A. Djamro, SE., MM., yang dengan sabar telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan berharga selama proses penelitian ini berlangsung. Dukungan akademik dan ilmu yang diberikan sangat membantu dalam menyusun penelitian ini secara sistematis dan mendalam.

Tak lupa, penulis mengapresiasi kedua orang tua tercinta, keluarga, sahabat, serta rekan-rekan Program Studi Bisnis Digital Universitas Dipa Makassar yang selalu memberikan motivasi, inspirasi, serta berbagai bentuk dukungan, baik secara moral maupun material. Kehadiran dan dorongan dari mereka menjadi sumber semangat yang tak ternilai dalam menyelesaikan penelitian ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi dunia akademik serta menjadi referensi yang berguna bagi pelaku usaha, khususnya dalam pengembangan sistem pembayaran digital berbasis QRIS.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Wibowo, D. I. Octavia, et al., “Pengaruh penggunaan QRIS & promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di Lokananta Bloc,” *Research and Academic Publication Consulting E-Journal*, 2025.
- [2] K. Natsir, N. Bangun, M. B. Attan, and J. S. Landias, “Penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran digital untuk meningkatkan produktivitas UMKM,” *Jurnal Serina Abdimas*, vol. 1, no. 3, pp. 1154–1163, 2024, doi: 10.24912/jsa.v1i3.26208.
- [3] I. Imsar, N. Nurhayati, I. Harahap, and P. R. Silalahi, “The impact of the halal industry and Islamic financial assets on Indonesia’s economic growth using the vector autoregression (VAR) approach,” *Ekuitas (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, vol. 8, no. 2, pp. 274–287, 2024, doi: 10.24034/j25485024.y2024.v8.i2.6299.
- [4] N. A. Pangestu, “Pengaruh kemudahan penggunaan, kecepatan dan keamanan terhadap keputusan mahasiswa GENBI Purwokerto dalam bertransaksi menggunakan QRIS,” UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2024.
- [5] Heppi, “Pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat konsumen dalam menggunakan QRIS (studi kasus masyarakat Kecamatan Pangkalan Kuras, Provinsi Riau),” Universitas Medan Area, 2024.
- [6] A. N. Asfendi, A. Alfizi, and F. R. Yuttama, “Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, risiko dan literasi keuangan terhadap minat penggunaan QRIS pada UMKM di Kabupaten Banyumas,” *Postgraduate Management Journal*, vol. 4, no. 2, 2025.
- [7] S. Astiansyah and S. Damayanti, “Analisis preferensi penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada generasi Z,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 3, 2024. [Online]. Available: <https://www.ejournal.poltekbaubau.ac.id/index.php/jeko/article/view/389/110>
- [8] Z. N. Pangestika, D. K. Putri, S. F. Angelica, I. Nuryana, and D. M. Nihayah, “Systematic literature review: Persepsi penggunaan QRIS sebagai peningkatan efektivitas alat pembayaran dan sistem keuangan digital,” *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, vol. 13, no. 2, pp. 103–115, 2025.
- [9] S. R. Zulkarnaen, N. Wisna, and Asniar, “Pengaruh teknologi informasi dan keamanan aplikasi terhadap kepuasan pengguna QRIS pada masyarakat di Kota Bandung,” *JIMEA (Jurnal Ilmiah MEA)*, vol. 8, p. 2345, 2024.

-
- [10] A. Nurrohmah and Y. Nuryani, “Pengaruh persepsi kemanfaatan dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan digital payment QRIS pada UMKM di Kabupaten Bandung,” *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, vol. 2, no. 3, pp. 508–517, 2025, doi: 10.70451/cakrawala.v2i3.635.
- [11] R. N. Rohmat, “Pengaruh kemudahan, kecepatan, dan keamanan terhadap minat penggunaan sistem pembayaran Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) (studi pada pelaku UMKM kuliner Pasar Manis Purwokerto),” Universitas Islam Negeri Prof. Kiai Saifuddin Zuhri, 2024.
- [12] E. F. Santika, “Apa betul Gen Z hedon? Ini survei pengeluaran bulanannya,” *Databoks Katadata*, [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id>