

Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Effortless Terhadap Keputusan Menggunakan E-Payment QRIS Pada Pelanggan Di Kedai Kopi PSC

Nur Ismiyanthi Ismaya^{1*}, Komang Aryasa², Nurdiana²

¹Binis Digital, Universitas Dipa Makassar, Makassar, Indonesia

²Universitas Dipa Makassar, Makassar, Indonesia

e-mail: *¹nurismiya@gmail.com., ²komangaryasa@undipa.ac.id, ³nurdiananur@undipa.ac.id

Abstrak

Perkembangan sistem pembayaran digital di Indonesia semakin pesat dengan hadirnya Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Meski demikian, tingkat adopsi pengguna masih menghadapi hambatan yang dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Effortless terhadap keputusan penggunaan QRIS. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Data diperoleh melalui kuesioner terhadap 96 responden pengguna QRIS, kemudian diuji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, serta regresi. Hasil penelitian menunjukkan kedua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS, dengan nilai $R^2=0.600$, artinya 60% variasi keputusan dapat dijelaskan oleh kedua variabel. Uji t membuktikan pengaruh signifikan masing-masing variabel, sedangkan uji F menunjukkan model signifikan dengan $F_{hitung} = 72.229 > F_{tabel} = 3.09$. Kesimpulan penelitian ini adalah semakin tinggi persepsi manfaat dan kemudahan, semakin besar keputusan pengguna dalam memanfaatkan QRIS.

Kata kunci—QRIS, Perceived Usefulness, Perceived Effortless.

Abstract

The development of digital payment systems in Indonesia has grown rapidly with the introduction of the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). However, the adoption rate still faces challenges influenced by perceived usefulness and perceived effortlessness. This study aims to analyze the effect of Perceived Usefulness and Perceived Effortless on the decision to use QRIS. The research employed a quantitative approach using multiple linear regression analysis. Data were collected through questionnaires distributed to 96 QRIS users and tested for validity, reliability, normality, multicollinearity, and regression. The results indicate that both independent variables have a positive and significant effect on the decision to use QRIS, with an R^2 value of 0.600, meaning that 60% of the variance in decisions can be explained by these variables. The t -test confirmed the significance of each variable, while the F -test showed the overall model was significant with $F_{calculated} = 72.229 > F_{table} = 3.09$. This study concludes that higher perceived usefulness and effortlessness increase the likelihood of users adopting QRIS.

Keywords—QRIS, Perceived Usefulness, Perceived Effortless.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah sistem pembayaran dari metode tunai menjadi pembayaran digital yang lebih praktis, cepat, dan aman. Salah satu inovasi yang berkembang adalah penggunaan Quick Response (QR) Code melalui berbagai aplikasi dompet digital. Namun, perbedaan standar QR antar penyedia layanan sempat menimbulkan kendala bagi

pelaku usaha dan konsumen. Untuk mengatasi hal tersebut, Bank Indonesia meluncurkan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) pada 17 Agustus 2019 sebagai standar nasional pembayaran berbasis QR Code yang menyatukan berbagai sistem dalam satu kode. Sejak 1 Januari 2020, penggunaan QRIS diwajibkan secara nasional [1].

Salah satu pelaku UMKM yang telah mengimplementasikan QRIS adalah Kedai Kopi PSC Makassar, yang melayani konsumen dengan kebutuhan transaksi cepat dan efisien. Sebelum menggunakan QRIS, transaksi di kedai ini kerap terkendala karena terbatasnya metode pembayaran. Berdasarkan data transaksi Juni–Juli 2025, rata-rata transaksi tunai masih lebih tinggi dibandingkan QRIS, meski penggunaan QRIS menunjukkan tren yang stabil (Data Kedai Kopi PSC, 2025).

Dalam konteks penerimaan teknologi, Technology Acceptance Model (TAM) menjelaskan bahwa Perceived Usefulness (manfaat yang dirasakan) dan Perceived Effortless (kemudahan penggunaan) memengaruhi keputusan pengguna dalam mengadopsi teknologi baru. Namun, sejauh mana kedua faktor ini berpengaruh terhadap keputusan pelanggan Kedai Kopi PSC dalam menggunakan QRIS masih belum diketahui.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Effortless terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan QRIS. Hasil penelitian diharapkan menjadi masukan bagi Kedai Kopi PSC dan pelaku UMKM lain dalam mengoptimalkan layanan digital serta memahami perilaku konsumen terhadap sistem pembayaran non-tunai.

1.1 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah suatu pendekatan untuk memahami berbagai faktor yang memengaruhi penerimaan dan menggunakan teknologi oleh individu. Teori Technology Acceptance Model ini diperkenalkan oleh Fred Davis (1986) dan berfungsi sebagai landasan untuk menganalisis serta memahami berbagai faktor yang memengaruhi menggunakan teknologi informasi [2]. TAM menunjukkan bahwa kebermanfaatan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh seseorang merupakan faktor yang menentukan sikap terhadap penggunaan teknologi tertentu, dan pada akhirnya menentukan tujuan penggunaannya, di mana pada akhirnya teknologi tersebut digunakan [3].

Terdapat dua faktor utama yang memengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan sistem pembayaran elektronik QRIS. Pertama, Perceived Usefulness (persepsi manfaat), yaitu sejauh mana pelanggan percaya bahwa penggunaan QRIS memberikan manfaat dan meningkatkan efisiensi proses pembayaran. Kedua, Perceived Effortless (persepsi kemudahan) yang menggambarkan bahwa pelanggan merasakan kemudahan dalam menggunakan sistem QRIS, sehingga mereka dapat mengoperasikannya dengan mudah dan memahami cara menggunakannya tanpa kesulitan.

1.2 Pengertian Perceived Usefulness

Perceived Usefulness adalah manfaat yang ditawarkan oleh suatu sistem yang memengaruhi kepercayaan pengguna dalam menentukan apakah mereka akan menggunakan sistem tersebut [4]. Persepsi mengenai kemanfaatan menjelaskan bahwa pengguna yang percaya bahwa sistem informasi tersebut bermanfaat akan cenderung menggunakannya, sedangkan jika mereka meragukan kegunaan sistem informasi itu, mereka tidak akan menggunakannya.

1.3 Pengertian Perceived Effortless

Kutipan [5] menyatakan bahwa Perceived Effortless adalah sejauh mana sistem dirasakan mudah digunakan oleh pengguna, yang akan mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan sistem tersebut. Dalam konteks penelitian ini, menggunakan QRIS di Kedai Kopi PSC akan dipengaruhi oleh seberapa besar kemudahan yang dirasakan oleh pelanggan saat melakukan pembayaran. Jika pelanggan merasa QRIS mudah digunakan, maka kemungkinan besar mereka akan memutuskan untuk menggunakannya

1.4 Pengembangan Hipotesis

Perceived Usefulness merupakan persepsi pelanggan terhadap manfaat yang diperoleh dari penggunaan QRIS, seperti kemudahan transaksi, kecepatan pembayaran, dan kepraktisan. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan, maka semakin besar pula keputusan pelanggan untuk menggunakan E-payment QRIS. Penelitian [6] juga menunjukkan bahwa Perceived Usefulness berpengaruh terhadap keputusan dalam menggunakan suatu sistem digital. Sementara itu, Perceived Effortless menggambarkan tingkat kemudahan yang dirasakan pelanggan ketika menggunakan QRIS, baik dari segi proses maupun upaya yang diperlukan. Semakin mudah sistem digunakan, semakin besar kemungkinan pelanggan memutuskan untuk mengadopsi E-payment QRIS.

Kedua variabel tersebut, yaitu Perceived Usefulness dan Perceived Effortless, secara bersama-sama dapat membentuk pengalaman positif yang meningkatkan keputusan pelanggan untuk menggunakan sistem pembayaran digital. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya [6], [7] menyatakan bahwa manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan teknologi pembayaran non-tunai.

Berdasarkan uraian dan penelitian terdahulu, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1: Perceived Usefulness berpengaruh terhadap keputusan menggunakan E-payment QRIS pada pelanggan di Kedai Kopi PSC.

H2: Perceived Effortless berpengaruh terhadap keputusan menggunakan E-payment QRIS pada pelanggan di Kedai Kopi PSC.

H3: Perceived Usefulness dan Perceived Effortless berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menggunakan E-payment QRIS pada pelanggan di Kedai Kopi PSC.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Kedai Kopi PSC yang melakukan transaksi pada bulan Juli 2025. Pemilihan bulan tersebut didasarkan pada pertimbangan metodologis, yakni untuk memperoleh data yang representatif dan valid sesuai dengan kesiapan instrumen penelitian serta kemudahan akses terhadap responden. Berdasarkan catatan transaksi, total transaksi pelanggan selama bulan Juli 2025 berjumlah 2.480 transaksi dengan rata-rata 80 transaksi per hari.

Penentuan sampel dilakukan dengan teknik non-probability sampling melalui metode purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian [8]. Adapun kriteria responden adalah: (1) pernah melakukan transaksi di Kedai Kopi PSC selama bulan Juli 2025, (2) mengetahui bahwa QRIS tersedia di kedai, (3) berusia minimal 17 tahun, dan (4) bersedia menjadi responden serta mengisi kuesioner secara sadar. Karena jumlah populasi diketahui, penentuan ukuran sampel menggunakan pendekatan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%. Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 96 responden.

2.2 Jenis Data, Sumber Data, dan Skala Pengukuran

Pengumpulan data dilakukan untuk mendukung hasil temuan dalam penelitian. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dua variabel independen, yaitu Perceived Usefulness dan Perceived Effortless, terhadap variabel dependen, yaitu keputusan menggunakan QRIS.

Penelitian ini bersifat kuantitatif deskriptif, karena menggunakan data berupa angka untuk mengukur, menafsirkan, dan menganalisis hubungan antarvariabel secara objektif [8]. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner berbasis Google Form yang dibagikan melalui media sosial kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Setiap pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala Likert dengan lima tingkat penilaian, yang menggambarkan tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diajukan.

2.3 Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah seluruh kuesioner terkumpul untuk mengetahui pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Effortless terhadap keputusan menggunakan E-payment QRIS di Kedai Kopi PSC [8]. Pengolahan data menggunakan SPSS versi terbaru melalui beberapa tahapan analisis berikut:

Uji Statistik Deskriptif, Uji Instrumen Penelitian (uji validitas dan uji reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas). Uji Ketepatan Model (uji koefisien determinasi (R^2), uji F (simultan), dan uji t (parsial) dan Regresi Linier Berganda [9].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Statistik Deskriptif

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel Perceived Usefulness dan Perceived Effortless memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.600 menunjukkan bahwa 60% variasi keputusan penggunaan QRIS dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Uji F menghasilkan nilai Fhitung = 72.229 > Ftabel = 3.09 yang berarti model signifikan. Uji t juga menunjukkan bahwa masing-masing variabel berpengaruh signifikan. Hal ini membuktikan bahwa semakin besar manfaat dan kemudahan yang dirasakan pelanggan, semakin tinggi kecenderungan mereka menggunakan QRIS di Kedai Kopi PSC.

Tabel 1 Statistik Deskriptif (Sumber: Hasil olahan data primer, 2025)

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
X1.1	96	2	5	4,31	0,654
X1.2	96	1	5	4,29	0,753
X1.3	96	2	5	4,30	0,698
X1.4	96	2	5	4,28	0,721
X1.5	96	1	5	4,16	0,812
X2.1	96	1	5	4,28	0,721
X2.2	96	1	5	4,30	0,713
X2.3	96	1	5	4,08	0,914
X2.4	96	2	5	4,34	0,678
Y.1	96	1	5	4,30	0,742
Y.2	96	1	5	4,17	0,925
Y.3	96	1	5	4,30	0,769
Y.4	96	1	5	4,33	0,777

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.4, responden memberikan penilaian positif terhadap penggunaan QRIS di Kedai Kopi PSC. Variabel Perceived Usefulness (X1) dan Perceived Effortless (X2) menunjukkan rata-rata di atas 4,0 dengan standar deviasi rendah, menandakan persepsi yang konsisten bahwa QRIS bermanfaat, mudah dipahami, dan praktis digunakan. Sementara itu, variabel Keputusan Menggunakan QRIS (Y) juga memperoleh rata-rata tinggi (4,17–4,33), menunjukkan bahwa responden cenderung memilih QRIS karena efisien dan sesuai kebutuhan transaksi. Secara keseluruhan, hasil ini menegaskan bahwa manfaat dan kemudahan penggunaan merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan QRIS, meskipun sebagian kecil responden masih menunjukkan perbedaan persepsi akibat variasi pengalaman atau tingkat literasi digital.

3.1.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Tabel 2 Uji Validitas (Sumber: Hasil olahan data primer, 2025)

Item Pernyataan	Nilai R Tabel	Nilai R Hitung	Keterangan
X1.1	0,201	0,58175	VALID
X1.2	0,201	0,58500	VALID
X1.3	0,201	0,54899	VALID
X1.4	0,201	0,56521	VALID
X1.5	0,201	0,62486	VALID
X2.1	0,201	0,64853	VALID
X2.2	0,201	0,62677	VALID
X2.3	0,201	0,52670	VALID
X2.4	0,201	0,55239	VALID
Y.1	0,201	0,64520	VALID
Y.2	0,201	0,56858	VALID
Y.3	0,201	0,70453	VALID
Y.4	0,201	0,66962	VALID

Berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat bahwa semua pernyataan dalam kuesioner mengenai variabel keputusan yang menggunakan QRIS dalam studi ini valid, karena nilai r yang dihitung lebih besar dari nilai r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 3 Uji Reliabilitas (Sumber: Hasil olahan data primer, 2025)

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
<i>Perceived Usefulness</i> <i>Perceived Effortless</i> Keputusan menggunakan QRIS	0,852	13	Reliabel

Berdasarkan hasil pada Tabel 3, seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,80. Hal ini menunjukkan bahwa semua instrumen pada penelitian ini termasuk dalam kategori sangat reliabel.

3.1.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4 Uji Normalitas (Sumber: Hasil olahan data primer, 2025)

Model	Asym Sig (2-tailed)	Probabilitas	Keterangan
1	0.021	0,05	Tidak Normal

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov–Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,021. Karena nilai tersebut lebih kecil dari taraf $\alpha = 0,05$, maka secara statistik data tidak berdistribusi normal. Namun demikian, dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden, analisis regresi linier tetap dapat digunakan karena berdasarkan prinsip Central Limit Theorem, distribusi residual cenderung mendekati normal pada ukuran sampel yang cukup besar.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 5 Uji Multikolinearitas (Sumber: Hasil olahan data primer, 2025)

Model	<i>Collinearity Statistics</i>		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	VIF	
<i>Perceived Usefulness</i>	0.446	2.242	Bebas Multikolinearitas
<i>Perceived Effortless</i>	0.446	2.242	Bebas Multikolinearitas

Berdasarkan pada Tabel 5, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai VIF untuk

variabel Perceived Usefulness dan Perceived Effortless masing- masing adalah 2.242 (< 10) dan 2.242 (< 10), dengan nilai Tolerance sebesar 0.446 (> 0.10). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda dalam studi ini tidak mengandung multikolinearitas dan cocok untuk analisis lebih lanjut.

c. Uji Heterokedastisitas

Tabel 6 Uji Heteroskedastisitas (Sumber: Hasil olahan data primer, 2025)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
<i>Perceived Usefulness</i>	-0.027	0.063	0.066	0.437	0.663
<i>Perceived Effortless</i>	-0.119	0.075	-0.241	-1.585	0.373

Berdasarkan hasil pada Tabel 6, dapat dilihat bahwa setiap variabel memiliki nilai signifikansi di atas 0.05, yaitu variabel Perceived Usefulness (X1) sebesar 0.663 dan variabel Perceived Effortless (X2) sebesar 0.373. Oleh karena itu, hasil uji ini menunjukkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas.

3.1.3 Uji Ketepatan Model

a. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) (Sumber: Hasil olahan data primer, 2025)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780	0.608	0.600	1.444

Berdasarkan tabel 7, nilai Adjusted R^2 sebesar 0,600 menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu Perceived Usefulness (X1) dan Perceived Effortless (X2), mampu menjelaskan variasi variabel dependen Keputusan Menggunakan QRIS (Y) sebesar 60%. Sementara itu, sisanya sebesar 40% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

b. Uji F

Tabel 8: Hasil Uji F (Sumber: Data Primer diolah, 2025)

Variabel	F Hitung	F Tabel	P Value	Interprestasi
<i>Perceived Usefulness</i> <i>Perceived Effortless</i>	72.229	3,09	0.001	Signifikan

Berdasarkan tabel 8, diperoleh nilai F hitung = 72,229, sedangkan F tabel = 3,09 pada taraf signifikansi 5%. Karena $72,229 > 3,09$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (Perceived Usefulness dan Perceived Effortless) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Keputusan Menggunakan QRIS). Dengan demikian, hipotesis penelitian dapat diterima.

c. Uji T

Tabel 9: Hasil Uji T (Sumber: Hasil olahan data primer, 2025)

Variabel	B	T	Sig
Constant	0.204	0.143	0.886
<i>Perceived Usefulness</i>	0.337	3.545	0.001
<i>Perceived Effortless</i>	0.571	5.030	0.001

Berdasarkan tabel 9 hasil uji t di atas, menjelaskan bahwa :

1) Variabel Perceived Usefulness (X1)

Nilai thitung = 3,545 $>$ ttabel = 1,986 dan Sig = 0,001 $<$ 0,05. Hal ini

menunjukkan bahwa H1 diterima, artinya variabel Perceived Usefulness berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan E-payment QRIS pada pelanggan Kedai Kopi PSC.

2) Variabel Perceived Effortless (X2)

Nilai thitung = 5,030 > ttabel = 1,986 dan Sig = 0,001 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H2 diterima, artinya variabel Perceived Effortless berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan E-payment QRIS pada pelanggan Kedai Kopi PSC.

3) Constant

Nilai thitung = 0,143 < ttabel = 1,986 dan Sig = 0,886 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa konstanta tidak berpengaruh signifikan dalam model regresi.

3.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan tabel 9 maka dapat disusun regresi sebagai berikut sesuai dengan persamaan pada (2.10) :

$$Y = 0,204 + 0,337X_1 + 0,571X_2 + \varepsilon$$

Dari rumus tersebut maka dapat dijelaskan regresi sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta α sebesar 0,204 artinya jika terdapat variabel Perceived Usefulness dan perceived effortless yang mempengaruhi keputusan menggunakan QRIS pada pelanggan di Kedai Kopi PSC dengan nilai konstanta sebesar 0,204.
- b. Nilai koefisien $\beta_1 = 0,337$ dapat diartikan jika Perceived Usefulness(X1) mengalami kenaikan satu-satuan, maka keputusan menggunakan QRIS pada pelanggan di Kedai Kopi PSC (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,337 dengan asumsi nilai variabel independen lainnya bernilai tetap.
- c. Nilai koefisien $\beta_2 = 0,571$ dapat diartikan jika Perceived Effortless (X2) mengalami kenaikan satu-satuan, maka keputusan menggunakan QRIS pada pelanggan di Kedai Kopi PSC (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,571 dengan asumsi nilai variabel independen lainnya bernilai tetap

3.1.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya diterima atau ditolak. Analisis dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda melalui uji t (parsial) dan uji F (simultan) dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Kriteria pengambilan keputusan adalah:

- a. Jika nilai signifikansi (p-value) < 0,05 maka hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (H1) diterima.
- b. Jika nilai signifikansi (p-value) > 0,05 maka hipotesis nol (H0) diterima dan hipotesis alternatif (H1) ditolak.

Berdasarkan hasil analisis, seluruh hipotesis penelitian terbukti:

- a. H1 diterima: Perceived Usefulness berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS.
- b. H2 diterima: Perceived Effortless berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS.
- c. H3 diterima: Perceived Usefulness dan Perceived Effortless secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa manfaat dan kemudahan penggunaan QRIS menjadi faktor utama yang mendorong pelanggan dalam pengambilan keputusan menggunakan metode pembayaran digital di Kedai Kopi PSC.

3.2 Pembahasan

3.2.1 Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap keputusan menggunakan QRIS pada pelanggan Di Kedai Kopi PSC

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SPSS versi 31, diketahui bahwa variabel *Perceived Usefulness* memiliki nilai thitung = 3,545 lebih besar dari ttabel = 1,986 dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan QRIS di Kedai Kopi PSC. Artinya, semakin besar manfaat yang dirasakan pelanggan dalam menggunakan QRIS, maka semakin tinggi pula keinginan mereka memutuskan untuk menggunakannya.

Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan Kedai Kopi PSC merasakan berbagai manfaat dari penggunaan QRIS, seperti efisiensi waktu, kemudahan dalam bertransaksi, serta fleksibilitas dalam melakukan pembayaran tanpa uang tunai. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan pelanggan, semakin kuat keputusan mereka untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran utama. Temuan ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikemukakan oleh [11] yang menyatakan bahwa *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh terhadap tingginya keinginan dalam menggunakan teknologi. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan temuan [12] yang menunjukkan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa gen Z sebagai pengguna QRIS di Kota Pekanbaru.

3.2.2 Pengaruh *Perceived Effortless* terhadap keputusan menggunakan QRIS pada pelanggan Di Kedai Kopi PSC

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) menggunakan SPSS versi 31, diketahui bahwa variabel *Perceived Effortless* memiliki nilai thitung = 5,030 lebih besar dari ttabel = 1,986 dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa *Perceived Effortless* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS di Kedai Kopi PSC. Dengan demikian, semakin mudah penggunaan QRIS, maka semakin tinggi pula keinginan masyarakat dalam memutuskan untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran.

Hasil ini menunjukkan bahwa apabila pelanggan Kedai Kopi PSC merasakan kemudahan dalam menggunakan QRIS, maka aktivitas pembayaran yang dilakukan menjadi lebih praktis dan efisien. Semakin mudah sistem pembayaran digunakan, maka semakin tinggi pula keinginan untuk memutuskan penggunaan QRIS pada pelanggan untuk terus memanfaatkannya. Hal ini membuktikan bahwa layanan QRIS telah berfungsi dengan baik dalam mempermudah proses transaksi non-tunai kapan pun dan di mana pun. Temuan ini juga mendukung teori *Technology Acceptance Model (TAM)*, yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Effortless*) berpengaruh terhadap keputusan penggunaan teknologi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [10] yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingginya keinginan dalam keputusan menggunakan QRIS.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: (1) Hasil analisis deskriptif (Tabel 1) menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi yang positif terhadap penggunaan E-Payment QRIS di Kedai Kopi PSC. Nilai rata-rata jawaban yang berada pada kategori setuju mengindikasikan bahwa QRIS dinilai praktis, cepat, dan aman oleh mayoritas responden. Meskipun demikian, temuan ini menggambarkan persepsi atau sikap responden terhadap QRIS dan tidak secara langsung menunjukkan bahwa transaksi QRIS lebih dominan dibandingkan pembayaran tunai; (2) Hasil uji t (Tabel 9) dan uji F (Tabel 8) membuktikan bahwa variabel *Perceived Usefulness* (manfaat) dan *Perceived Effortless* (kemudahan) berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan menggunakan QRIS. Pada

tabel 10 juga menunjukkan bahwa pengaruh Perceived Effortless (0,571) lebih dominan dibandingkan Perceived Usefulness (0,337), sehingga aspek kemudahan menjadi faktor utama dalam mendorong pelanggan menggunakan QRIS; (3) Dengan demikian, seluruh pertanyaan penelitian terjawab, tujuan penelitian tercapai, serta pokok masalah yang diajukan dapat diselesaikan dengan baik. Implikasi praktis dari temuan ini adalah Kedai Kopi PSC, maupun UMKM lain di Indonesia, dapat meningkatkan menggunakan QRIS dengan menekankan manfaat nyata (praktis, aman, efisien) serta menjaga pengalaman menggunakan tetap mudah dan bebas hambatan teknis.

5. SARAN

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada jumlah sampel dan variabel yang digunakan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah responden agar hasilnya lebih representatif, serta memasukkan variabel lain seperti Perceived Security, Trust, atau Attitude Toward Using guna memperluas pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan QRIS. Selain itu, penelitian mendatang dapat dilakukan pada sektor usaha berbeda untuk membandingkan tingkat penerimaan dan penggunaan QRIS di berbagai konteks bisnis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Y. Johny W. Soetikno, S.E.,M.M, selaku Rektor Universitas Dipa Makassar; Bapak Dr. Muh. Syahlan Natsir, S.Kom., M.T, selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital Universitas Dipa Makassar; Bapak Komang Aryasa, S.Kom., M.T., Ph.D, selaku Wakil Rektor I Universitas Dipa Makassar sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan dukungan selama proses penulisan ini; Ibu Nurdiana, SE., MM, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan komitmen memberikan saran berharga di tengah kesibukan kepada penulis. Merupakan kebanggaan bagi penulis menjadi mahasiswa bimbingan Ibu; Bapak dan ibu dosen Universitas Dipa Makassar. Khususnya, Bapak dan Ibu dosen Program Studi Bisnis Digital, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan mendidik penulis selama perkuliahan; Terima kasih kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Ismail Muhammad dan Ibu Sitti Nurbaya, atas cinta, doa, dan dukungan yang tiada henti. Terima kasih selalu memotivasi dan memperhatikan perkembangan skripsi ini. Terakhir saya ucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah berjuang untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Rukayyah, E. Triwisudaningsih, and W. Aqidah, "Analisis pemanfaatan QRIS dalam kemudahan pembayaran konsumen CFD Kraksaan," *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis (INFEB)*, vol. 6, no. 2, pp. 330–336, 2024. [Online]. Available: <https://www.infeb.org/index.php/infeb/article/view/866>
- [2] A. Annisa, K. Karmawan, and J. Julia, "Pengaruh kemudahan persepsian, kepercayaan persepsian, dan risiko persepsian terhadap niat penggunaan QRIS dalam transaksi pembelian offline dan online pada generasi milenial di Kota Pangkalpinang," *Holistic Journal of Management Research (HJMR)*, vol. 8, no. 2, pp. 15–27, 2023. [Online]. Available: <https://holistic.ubb.ac.id/index.php/holistic/article/view/4307>
- [3] F. Liebana-Cabanillas, I. Ramos de Luna, and F. J. Montoro-Rios, "User behaviour in QR mobile payment system: The QR payment acceptance model," *Technology Analysis and Strategic Management*, vol. 27, no. 9, pp. 1031–1049, 2015. doi: 10.1080/09537325.2015.1047757
- [4] H. Paleni, T. P. Indah, and U. Bisnis Insan, "Pengaruh perceived usefulness, perceived ease

- of use dan perceived risk terhadap minat penggunaan e-payment QRIS pada mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bina Insan,” in Proc. ESCAF 3rd 2024, pp. 390–398, 2024. [Online]. Available: <https://semnas.univbinainsan.ac.id/index.php/escaf/article/view/652>
- [5] A. S. Awotkay, Y. F. Richard, and M. O. K., “Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, dan kenyamanan terhadap minat penggunaan e-payment (QRIS),” *Jurnal Administrasi Karya Dharma (JAKD)*, vol. 4, no. 1, pp. 92–104, 2025. [Online]. Available: <https://www.jurnal.stiakdmerauke.ac.id/index.php/jakd/article/view/103>
- [6] D. D. Safitri and N. Diana, “Pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan pengguna pada minat penggunaan dompet elektronik (OVO) dalam transaksi keuangan,” *E-Journal Ilmiah Riset Akuntansi (E-JRA)*, vol. 9, no. 5, pp. 92–107, 2020. [Online]. Available: <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/8291>
- [7] N. D. Abrilia and S. Tri, “Pengaruh persepsi kemudahan dan fitur layanan terhadap minat menggunakan e-wallet pada aplikasi Dana di Surabaya,” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, vol. 8, no. 3, pp. 1006–1012, 2020. [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/45517>
- [8] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2023.
- [9] S. H. Sahir, *Metodologi Penelitian*. Banguntapan–Bantul–Yogyakarta/Bojonegoro–Jawa Timur: KBM Indonesia, 2022.
- [10] A. O. Riady, “Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan persepsi risiko terhadap minat top up menggunakan QRIS di aplikasi BSI Mobile pada masyarakat Kota Surakarta,” *Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta*, 2023. [Online]. Available: <https://digilib.uinsaid.ac.id/>
- [11] F. D. Davis, “Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology,” *MIS Quarterly: Management Information Systems*, vol. 13, no. 3, pp. 319–339, 1989. doi: 10.2307/249008.
- [12] P. A. Putri and H. N. Taufiqurrahman, “Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan melalui kepercayaan terhadap keputusan penggunaan QRIS pada mahasiswa generasi Z di Kota Pekanbaru,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, vol. 9, no. 2, pp. 296–316, 2024. [Online]. Available: www.jim.usk.ac.id/ekm.