

Pengaruh Persepsi Manfaat Penggunaan QRIS Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Sriwedari: Survei pada Pelanggan Ayam Geprek Sriwedari

¹⁾Muhammad Rizki Ramadhan, ²⁾Muhammad Daffa Jauza Fikri, ³⁾Abdul Yusuf

^{1,2,3)} Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang

¹⁾221063102038@student.unsika.ac.id ²⁾221063102033@student.unsika.ac.id

³⁾abdulyusuf@staff.unsika.ac.id

ABSTRACT

Technological developments have had a very broad impact on various aspects of life, one of which is being adopted by the financial industry. The presence of QRIS or Indonesian Standard Quick Response Code provides a new style in transactions, because users no longer need to make payments in cash, just by scanning the barcode, payments can easily be made, of course with a payment model like this provides convenience, security and satisfaction in transactions. This also applies to the transaction of purchasing Sriwedari fried chicken which is a student favorite in the East Telukjambe area. The use of QRIS is widely used by the millennial generation among students. Therefore, this research aims to review and find out more about the perception of the benefits of using QRIS in chicken purchasing decisions. smashed Sriwedari. The research was carried out using a descriptive quantitative method by collecting data using a questionnaire distributed to respondents. The number of respondents in this study was 103 respondents who were taken randomly with the criteria of purchasing Sriwedari fried chicken at least once a week. The results of the research show that the magnitude of the influence of the perceived benefits of using QRIS on purchasing decisions is 59.7% and the perceived benefits (X1) of using QRIS on purchasing decisions (Y) Sriwedari fried chicken has a simultaneous and positive effect.

Keywords: Perceived Benefits, QRIS, Decision to Purchase Sriwedari Geprek Chicken

ABSTRAK

Perkembangan teknologi membawa dampak yang sangat luas terhadap berbagai aspek kehidupan, salah satunya diadopsi oleh industri keuangan. Hadirnya QRIS atau Kode Respons Cepat Standar Indonesia memberikan gaya baru dalam bertransaksi, karena pengguna tidak perlu lagi melakukan pembayaran secara tunai, hanya dengan *scan barcode* pembayaran dapat dilakukan dengan mudah, tentunya dengan model pembayaran seperti ini memberikan kemudahan, keamanan dan kepuasan dalam bertransaksi. Hal ini juga berlaku pada transaksi pembelian ayam goreng Sriwedari yang menjadi favorit pelajar di kawasan Telukjambe Timur. Penggunaan QRIS banyak digunakan oleh generasi milenial di kalangan pelajar. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan mengetahui lebih lanjut persepsi manfaat penggunaan QRIS dalam keputusan pembelian ayam. hantam Sriwedari. Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 103 responden yang diambil secara acak dengan kriteria pembelian Ayam Goreng Sriwedari minimal seminggu sekali. Hasil penelitian menunjukkan besarnya pengaruh persepsi manfaat penggunaan QRIS terhadap keputusan pembelian sebesar 59,7%

dan persepsi manfaat (X1) penggunaan QRIS terhadap keputusan pembelian (Y) Ayam Goreng Sriwedari berpengaruh secara simultan dan positif. .

Kata Kunci: *Perceived Benefits*, QRIS, Keputusan Pembelian Ayam Geprek Sriwedari

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan informasi yang semakin canggih menghadirkan beragam inovasi yang diadopsi oleh beragam sektor. Gaya hidup masyarakat yang semakin maju dengan didominasi oleh penggunaan teknologi sehingga mendorong sektor keuangan untuk memenuhi tuntutan hidup yang serba cepat. Demikian, untuk dapat terus memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat perusahaan yang bergerak di sektor keuangan memadukan layanannya dengan perkembangan teknologi halnya mengaplikasikan dan mengembangkan pelayanan dengan alat pembayaran yang lebih praktis, yang dapat diakses dimana pun dan kapan pun. Konsep *fintech* yang mengadaptasi perkembangan teknologi yang dipadukan dengan bidang finansial diyakinkan mampu menghadirkan proses transaksi keuangan yang lebih praktis, aman dan *modern* (Kusuma & Asmoro, 2021)

Dengan kemudahan akses ini tentunya permasalahan dalam jual beli dan pembayaran seperti tidak sempat mencari barang ke tempat perbelanjaan, ke bank/ATM untuk mentransfer sejumlah dana serta keengganan untuk mengunjungi suatu tempat karena pelayanan kurang menyenangkan dapat diminimalkan (A.Ramadhan, 2022). Salah satu produk inovasi teknologi khususnya dalam dunia keuangan adalah metode pembayaran QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). Merupakan sistem pembayaran berbasis QR Code yang disahkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). (Sava et al., 2024).

Sejak awal kemunculannya pada 1 Januari 2020, QRIS banyak digunakan oleh masyarakat, mengacu pada data yang bersumber dari (Ahdiat, 2023) dalam Katadata.co.id bahwasanya pada Desember 2022 QRIS telah dimanfaatkan oleh sekitar 28,76 juta pengguna, dimana jumlahnya meningkat 4,6% dibanding November 2022 serta tumbuh 92,5% dibanding awal tahun lalu, pertumbuhan ini diiringi oleh semakin banyaknya *merchant* QRIS, ASPI mencatat 23,97 juta pedagang telah melayani transaksi via QRIS, namun *volume* dan nilai transaksi QRIS setiap *merchant* rata-rata masih cenderung rendah.

Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Akhyar & Sisilia, 2023) dalam *survey*-nya mengenai alasan penggunaan QRIS menunjukkan 60% pengguna QRIS merasakan praktis dan *simple* dalam melakukan transaksi pembayaran, 20% memudahkan dalam transaksi, 13% mengikuti *trend cashless* dan 7% mempercepat transaksi.

Segudang kemudahan yang ditawarkan dengan hadirnya inovasi pembayaran QRIS ini juga diadaptasi oleh Ayam Geprek Sriwedari, yang merupakan salah satu *merchant* QRIS. Ayam Geprek Sriwedari merupakan produk makanan berbahan dasar ayam dengan sajian nasi hangat dan sambal yang menjadi kegemaran mahasiswa

Universitas Singaperbangsa Karawang, Ayam Geprek Sriwedari menawarkan produk dengan harganya yang terjangkau, rasa yang nikmat serta lokasi yang mudah di akses karena berada di jalan utama kampus UNSIKA, serta memberikan beberapa opsi pembayaran salah satunya pembayaran dengan QRIS.

Ayam Geprek Sriwedari sejauh ini memahami bahwa *target market* mereka merupakan mahasiswa atau Generasi Z yang paham betul dan mengikuti perkembangan teknologi. Gen Z merupakan generasi muda terbesar yang menggunakan alat pembayaran non tunai, hal ini terjadi karena berprinsip pada gaya hidup (Ramandati et al., 2021). Maka pembayaran dengan QRIS diadikannya untuk memberi kemudahan dalam pembayaran dengan itu mampu memaksimalkan penjualan. Menurut (Sava et al., 2024) bahwasanya penggunaan QRIS berpengaruh positif pada keputusan pembelian, hal ini dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan keamanan secara simultan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Sriwedari (Survei Pada Pelanggan Ayam Geprek Sriwedari).

Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa sistem informasi tertentu mampu meningkatkan kinerjanya, dengan kinerja yang meningkat dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segala aspek baik fisik maupun non fisik, dibanding tidak menggunakan teknologi tersebut (Diah Mustika Wati, 2023). Persepsi manfaat merupakan pengguna yang memanfaatkan program tertentu untuk mempercepat penyelesaian tugas (Anggun Nur Rahmawati, 2023). Demikian kehadiran teknologi dapat dirasakan manfaatnya apabila pengguna merasa jauh lebih baik kinerjanya apabila menggunakan teknologi, namun apabila yang terjadi sebaliknya, maka tidak dikatakan penggunaan teknologi mampu memberi manfaat. Untuk itu, kehadiran teknologi diharapkan mampu memberi manfaat bagi pengguna.

Menurut (Davis et al, 2017:4) Persepsi Manfaat dapat diukur dari beberapa indikator- indikator sebagai berikut:

1. Mempermudah transaksi pembayaran
2. Mempercepat transaksi pembayaran
3. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi
4. Memberikan rasa aman ketika sedang melakukan transaksi pembayaran
5. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran

QRIS (*Quick Respons Code Indonesian Standard*)

QRIS (*Quick Respons Code Indonesian Standard*) merupakan format QR code yang telah menjadi standar pembayaran di Indonesia yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). Dengan inovasi metode pembayaran ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan menyederhanakan

proses pembayaran secara nasional. Dengan QRIS, pengguna dapat dengan mudah melakukan pembayaran di berbagai lokasi, termasuk toko fisik dan platform *online*, cukup dengan memindai ponsel mereka pada QR Code yang tersedia. Standar ini mempermudah penggunaan aplikasi pembayaran favorit kita tanpa adanya kerumitan teknis.

Secara *real time* pembayaran dengan QRIS dapat langsung sampai kepada penerima, dan secara otomatis uang pengguna dapat terpotong setelah melakukan pembayaran, asalkan *smartphone* yang digunakan untuk pembayaran tersambung dengan akses internet.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan target dari sebuah aktivitas pemasaran, dimana keputusan pembelian cenderung timbul setelah konsumen merasa tertarik, butuh dan ingin menggunakan produk yang dilihatnya (Dinawan, 2010). Mengacu pada (Firmansyah, 2018) bahwasanya keputusan pembelian adalah kegiatan dalam membeli suatu produk barang atau jasa, konsumen dapat melakukan evaluasi untuk memilih produk barang dan jasa. Keputusan pembelian umumnya dipengaruhi oleh beragam stimulus baik internal maupun eksternal.

Menurut Kotler dan Keller (2016) dimensi keputusan pembelian, diantaranya:

1. Pilihan Produk
2. Pilihan Merek
3. Pilihan Tempat Penyalur
4. Jumlah Pembelian
5. Waktu Pembelian
6. Metode Pembayaran

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Dimana, data diperoleh melalui kuesioner yang disebar dengan pernyataan yang berkenaan dengan variabel penelitian dengan tujuan menilai sikap jawaban responden dengan penilaian. menggunakan skala Likert 1-5. Data yang diperoleh berupa angka statistik yang diolah dengan *software* SPSS 23. Untuk dilakukan uji, dan disajikan secara deskriptif dengan tujuan menjabarkan hasil penelitian secara terperinci guna mempermudah proses interpretasi dan penarikan kesimpulan. Adapun banyaknya sampel pada penelitian ini berjumlah 103 responden yang merupakan pelanggan Ayam Geprek Sriwedari, dalam pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Responden

Didasarkan pengujian data responden terhadap setiap item pernyataan yang diberikan kepada responden, bahwasanya menunjukkan besaran nilai *loading factor* tertinggi pada variabel persepsi manfaat (X1) sebesar 4,45 yaitu QRIS mempermudah pembayaran saat melakukan pembelian Ayam Geprek Sriwedari, hal ini sejalan sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Djaja et al., 2022) bahwasanya penggunaan QRIS memberikan kemudahan transaksi dan meningkatkan kepuasan pengguna. Selain itu adapun besaran *loading factor* pada variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 4,50 yaitu dengan pernyataan brand Ayam Geprek Sriwedari mudah diingat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sutrisno, Syailendra, dkk, 2022) bahwasanya *brand awareness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dimana dalam hal ini istilah nama Ayam Geprek Sriwedari diingat oleh konsumen mahasiswa karena keberadaannya di sekitar kampus dan menawarkan harga yang cukup bersahabat, demikian membuat brand tersebut mudah diingat.

**Tabel 1. Analisis Deskriptif
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.773 ^a	.597	.593	4.729

a. Predictors: (Constant), XTOTAL

Perhitungan analisis regresi linear berganda pada variabel persepsi manfaat (X1), dan keputusan pembelian (Y) dengan perhitungan SPSS sebagai berikut :

Sebagaimana perhitungan pada tabel di atas menunjukkan perhitungan determinasi dan korelasi linear berganda menunjukkan R sebesar 0,773 yang artinya terdapat korelasi yang kuat antara variabel persepsi manfaat (X1) sebagai faktor yang mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian yang ditunjukkan oleh nilai $R\ 0,773 > 0,50$.

Nilai R Square sebesar 0,597 atau 59,7% yang artinya Keputusan Pembelian (Y) dipengaruhi oleh variabel persepsi manfaat (X1) dan sisanya dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti dalam penelitian.

Pengujian Hipotesis

Uji T

**Tabel 1. Uji T
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17.786	3.136		5.672	.000
Persepsi Manfaat	.887	.072	.773	12.239	.000

a. *Dependent Variable:* Keputusan Pembelian

Pengaruh persepsi manfaat penggunaan QRIS ditunjukkan dengan adanya tabel di atas. Dipengaruhi koefisien regresi bernilai positif dan signifikan, variabel persepsi manfaat (X1) menunjukkan $\alpha=0,000$ yang artinya $< 0,05$ dan $t_{hitung} = 12.239$ dan $t_{tabel} = 1.98373$. demikian menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang didasarkan oleh persepsi manfaat penggunaan QRIS. Demikian menunjukkan bahwa hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak, dimana persepsi manfaat (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Ayam Geprek Sriwedari.

**Tabel 2. Uji F
ANOVA^a**

Model		F	Sig.
1	Regression	149.797	.000 ^b
	Residual		
	Total		

a. *Dependent Variable:* YTOTAL

b. *Predictors:* (Constant), XTOTAL

Berdasarkan tabel uji F bahwasanya dapat disimpulkan jika pengaruh persepsi manfaat penggunaan QRIS (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan nilai sign. 0,000 yang artinya $< 0,05$ dan $F_{hitung} 149.797 > F_{tabel} 3,94$. Sehingga berdasarkan uji F menyatakan bahwa variabel (X1) berpengaruh secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel Y.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada kajian variabel persepsi manfaat (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) bahwasanya dapat disimpulkan :

1. Persepsi manfaat (X1) penggunaan QRIS terhadap keputusan pembelian (Y) Ayam Geprek Sriwedari berpengaruh secara simultan dan positif

2. Persepsi Manfaat (X1) penggunaan QRIS pada keputusan pembelian (Y) Ayam Geprek Sriwedari memiliki pengaruh sebesar 59,7%
3. Terdapat pengaruh positif antara Persepsi manfaat terhadap keputusan pembelian, hal ini membuktikan hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian bahwasanya diperoleh beberapa poin rekomendasi yang dapat diimplementasikan untuk menunjang keputusan pembelian Ayam Geprek Sriwedari :

1. Ayam Geprek Sriwedari melakukan inovasi dalam penyediaan menu, hal ini dilakukan untuk mempertahankan *brand awareness* dan keunggulan bersaing.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Ramadhan, R. . T. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet Gopay di wilayah DKI Jakarta. *Abiwarra: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 3(2), 134–139.
- Ahdiat, A. (2023). *Ini Pertumbuhan Jumlah Pengguna QRIS sampai Akhir 2022*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/ini-pertumbuhan-jumlah-pengguna-qris-sampai-akhir-2022>
- Akhyar, R. A., & Sisilia, K. (2023). The Influence Of Perceptions Of Usefulness And Perceptions Of Convenience On The Decision To Use Digital Quick Response Code Payment Indonesian Standard (QRIS). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3944–3953. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Anggun Nur Rahmawati, M. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1247–1256. <https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jet/article/view/16032/9248>
- Diah Mustika Wati. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah). *Skripsi*, 1–122. [http://repository.radenintan.ac.id/31765/1/BAB 1 2 DAPUS.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/31765/1/BAB%201%20DAPUS.pdf)
- Dinawan, M. R. (2010). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 9(3), 335–369. www.cahyamotor.com/index
- Djaja, J., Tongli, B., & Tahendrika, A. (2022). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Transaksi Menggunakan Kode QR Terhadap Kepuasan Pengguna ShopeePay Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Makassar. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan*

Terapan (JESIT), 3(1), 35–50. <https://doi.org/10.47178/jesit.v3i1.1644>

Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen: Sikap Dan Pemasaran*. Deepublish

Kusuma, H., & Asmoro, W. K. (2021). Perkembangan Financial Teknologi (Fintech) Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam. *ISTITHMAR: Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam*, 4(2), 141–163. <https://doi.org/10.30762/itr.v4i2.3044>

Ramandati, H. R. A. S., Nawir, J., & Marlina. (2021). Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society Analysis of Financial Behavior of Generation Z on Cashless Society. *Jurnal Visionida*, 7(2), 96–109.

Sava, A. A., Mas'ud Mizoguchi, K., Hardika, R. A., Luthfyardy, R. N., & Rakhmawati, N. A. (2024). Pengaruh Penggunaan Metode Pembayaran QRIS Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa ITS : Studi Kasus Kantin Pusat ITS. *Jurnal Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(1), 98–111. <https://doi.org/10.59581/jusiik-widyakarya.v2i1.2302>

Sutrisno, Syailendra Reza Irwansyah, Alfi Rochmi, Teguh Setiawan Wibowo, H. U. R. (2022). Analysis Of Product Quality, Price And Brand Awareness On The Purchase Decision Of Coffee Products At Mccafe Fast Food Restaurant. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(6), 4121–4128. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>