



PENGARUH PENGGUNAAN METODE PEMBAYARAN QRIS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA COFFEE SHOP DIMANA? KOPI KISARAN, SUMATERA UTARA

THE EFFECT OF QRIS PAYMENT METHOD AND SERVICE QUALITY ON PURCHASE DECISIONS AT WHERE? COFFEE KISARAN, NORTH SUMATRA

Fauzi Armila¹, Maisyura², Sufi³, Cut Sukmawati⁴, Nanda Ameliyany⁵

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Malikussaleh, Aceh, Indonesia

Email: fauzi.220260042@mhs.unimal.ac.id¹, maisyura@unimal.ac.id², sufi@unimal.ac.id³,
cutsukmawati@unimal.ac.id⁴, nanda.ameliyani@unimal.ac.id⁵

Article Info

Article history :

Received : 03-09-2026

Revised : 05-09-2026

Accepted : 07-09-2026

Published : 09-09-2026

Abstract

This study analyzes the effect of the QRIS payment method and service quality on purchase decisions at where?Coffee Shop in Kisaran, North Sumatra. The study used a quantitative survey approach with 100 consumers selected through non-probability convenience sampling based on predetermined criteria. Data were collected through questionnaires, observation, interviews, and documentation and analyzed using multiple linear regression with SPSS. The QRIS payment method had a positive and significant effect on purchase decisions ($B = 0.390$; $t = 3.683$; $p < 0.001$). Service quality also had a positive and significant effect ($B = 0.543$; $t = 5.948$; $p < 0.001$). Simultaneously, both variables significantly affected purchase decisions ($F = 31.437$; $p < 0.001$). The coefficient of determination showed $R^2 = 0.363$, indicating that both variables explained 36.3% of the variation in purchase decisions. These findings indicate the importance of reliable digital payment facilities and consistent service quality in supporting consumer purchase decisions.

Keywords: *purchase decision, QRIS, service quality*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penggunaan metode pembayaran qris dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada coffee shop dimana?kopi kisaran, Sumatera Utara. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis survei. Sampel penelitian berjumlah 100 konsumen yang ditentukan melalui teknik non-probability sampling dengan pendekatan convenience sampling berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Data dikumpulkan melalui kuesioner, observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode pembayaran qris berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi 0,390, nilai t hitung 3,683, dan signifikansi 0,000. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien regresi 0,543, nilai t hitung 5,948, dan signifikansi 0,000. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan F hitung 31,437 dan signifikansi 0,000. Nilai R Square sebesar 0,363 menunjukkan bahwa metode pembayaran qris dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan 36,3% variasi keputusan pembelian, sedangkan 63,7% dipengaruhi faktor lain di luar model. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan transaksi digital dan pelayanan yang konsisten merupakan faktor penting dalam mendorong keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: *keputusan pembelian, kualitas pelayanan, QRIS*



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara konsumen melakukan transaksi dan mengambil keputusan pembelian. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah Quick Response Code Indonesian Standar (QRIS), yaitu standar pembayaran berbasis kode QR yang dikembangkan untuk menciptakan transaksi yang lebih mudah, cepat, aman, dan efisien. Dalam industri coffee shop yang menghadapi persaingan tinggi, kemudahan pembayaran dapat menjadi bagian dari pengalaman konsumen ketika melakukan pembelian.

Coffee shop dimana?kopi di kisaran telah menyediakan qris sebagai alternatif pembayaran non-tunai. Namun, berdasarkan fenomena yang diuraikan dalam penelitian, penggunaan qris masih menghadapi beberapa kendala, antara lain gangguan jaringan, proses transaksi yang dapat melambat, serta kekhawatiran sebagian konsumen terhadap keamanan dan keberhasilan transaksi. Di sisi lain, sebagian konsumen tetap memilih pembayaran tunai karena dianggap lebih familiar atau praktis dalam kondisi tertentu.

Selain sistem pembayaran, kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam membentuk pengalaman konsumen. Pelayanan yang andal, responsif, memberikan jaminan, menunjukkan empati, dan didukung bukti fisik yang baik dapat membantu memenuhi harapan konsumen. Fenomena pada objek penelitian menunjukkan adanya perbedaan persepsi konsumen terhadap kecepatan pelayanan, responsivitas karyawan, dan konsistensi pelayanan, terutama ketika jumlah pengunjung meningkat.

Penelitian terdahulu yang digunakan dalam skripsi menunjukkan bahwa penggunaan qris dan kualitas pelayanan memiliki keterkaitan dengan keputusan pembelian. Penelitian Alzura dan Dewi (2025) menunjukkan bahwa qris memberikan kemudahan transaksi yang berdampak pada keputusan pembelian, sedangkan Priyanto et al. (2023) mengkaji penggunaan qris bersama faktor pemasaran lain dalam keputusan pembelian pada coffee shop. Berdasarkan fenomena dan penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh metode pembayaran qris dan kualitas pelayanan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan pembelian pada coffee shop dimana?kopi kisaran, Sumatera Utara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survei dan dilaksanakan pada konsumen coffee shop dimana?kopi di Kota Kisaran, Kabupaten Asahan, Sumatera Utara. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada objek penelitian dan jumlah populasi tidak diketahui secara pasti.

Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dan dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan pendekatan convenience sampling. Responden yang digunakan memenuhi kriteria pernah melakukan pembelian minimal tiga kali, pernah menggunakan qris pada coffee shop dimana?kopi, berjenis kelamin laki-laki atau perempuan, dan berusia minimal 17 tahun.

Variabel independen terdiri atas metode pembayaran qris (X1) dan kualitas pelayanan (X2), sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y). Data primer diperoleh melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin, sedangkan observasi, wawancara, dan dokumentasi



digunakan sebagai data pendukung. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS melalui uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis kelamin	Laki-laki	47	47%
Jenis kelamin	Perempuan	53	53%
Usia	17–20 tahun	35	35%
Usia	21–25 tahun	45	45%
Usia	26–30 tahun	20	20%
Frekuensi berkunjung	>3 kali	34	34%
Frekuensi berkunjung	5 kali	8	8%
Frekuensi berkunjung	>5 kali	58	58%
Penggunaan QRIS	Pernah	100	100%

Sumber: Hasil penelitian, 2026

Berdasarkan Tabel 1, responden didominasi oleh perempuan sebanyak 53% dan kelompok usia 21–25 tahun sebanyak 45%. Mayoritas responden telah berkunjung lebih dari lima kali, yaitu 58%, dan seluruh responden pernah menggunakan qris pada coffee shop dimana?kopi. karakteristik tersebut menunjukkan bahwa data diperoleh dari konsumen yang memiliki pengalaman langsung terhadap objek penelitian dan penggunaan metode pembayaran qris.

Analisis Deskriptif Variabel

Tabel 2. Ringkasan Penilaian Responden

Variabel	Jumlah Item	Mean Keseluruhan	Temuan Utama
Metode Pembayaran QRIS (X1)	8	3,57	Penilaian cenderung positif; aspek kecepatan memperoleh penilaian tertinggi.
Kualitas Pelayanan (X2)	10	3,56	Penilaian cenderung positif; beberapa aspek pelayanan masih perlu ditingkatkan.

Sumber: Data olahan peneliti, 2026.

Nilai rata-rata kedua variabel berada pada kisaran penilaian positif. Metode pembayaran qris memperoleh mean 3,57, sedangkan kualitas pelayanan memperoleh mean 3,56. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen secara umum telah merasakan manfaat pembayaran digital dan pelayanan yang cukup baik, meskipun masih terdapat aspek keamanan qris dan konsistensi pelayanan yang perlu mendapat perhatian.



Uji Instrumen dan Asumsi Klasik

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan sebelum analisis regresi untuk memastikan bahwa instrumen mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten. Berdasarkan hasil pengujian dalam skripsi, seluruh item instrumen yang digunakan dinyatakan layak untuk analisis, dan pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen memenuhi kriteria konsistensi internal.

Uji normalitas menunjukkan bahwa residual model memenuhi asumsi normalitas berdasarkan pengujian yang dilakukan dalam penelitian. Pengujian multikolinearitas juga menunjukkan tidak terdapat masalah korelasi tinggi antarvariabel independen, sehingga metode pembayaran qris dan kualitas pelayanan dapat digunakan secara bersama-sama dalam model regresi. Sementara itu, pemeriksaan scatterplot menunjukkan titik residual menyebar secara acak di sekitar garis nol dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas.

Dengan terpenuhinya pengujian instrumen dan asumsi klasik tersebut, analisis regresi linear berganda dapat digunakan untuk menguji pengaruh metode pembayaran qris dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Konstanta	10,678	3,961	-	2,696	0,000
Metode Pembayaran QRIS	0,390	0,106	0,300	3,683	0,000
Kualitas Pelayanan	0,543	0,091	0,484	5,948	0,000

Sumber: Hasil penelitian diolah menggunakan SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 3, persamaan regresi adalah $Y = 10,678 + 0,390X_1 + 0,543X_2 + e$. koefisien metode pembayaran qris sebesar 0,390 menunjukkan arah pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,543 juga menunjukkan arah positif. Dengan demikian, peningkatan persepsi konsumen terhadap kemudahan dan kualitas qris maupun peningkatan kualitas pelayanan cenderung diikuti peningkatan keputusan pembelian.

Pengujian Hipotesis

Tabel 4. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Hipotesis	t Hitung	Sig.	Keputusan
H1: QRIS → Keputusan Pembelian	3,683	0,000	Diterima
H2: Kualitas Pelayanan → Keputusan Pembelian	5,948	0,000	Diterima

Sumber: Hasil penelitian diolah menggunakan SPSS, 2026.



Nilai signifikansi kedua variabel lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, metode pembayaran qris dan kualitas pelayanan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki kontribusi individual dalam mendorong konsumen mengambil keputusan pembelian.

Tabel 5. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Sumber Variasi	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3958,449	2	1979,225	31,437	0,000
Residual	6106,991	97	62,959	-	-
Total	10065,440	99	-	-	-

Sumber: Hasil penelitian diolah menggunakan SPSS, 2026.

Nilai F hitung sebesar 31,437 lebih besar daripada F tabel 3,09 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, metode pembayaran qris dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi

R	R Square	Std. Error of the Estimate
0,627	0,363	7,93465

Sumber: Hasil penelitian diolah menggunakan SPSS, 2026.

Nilai R Square sebesar 0,363 menunjukkan bahwa metode pembayaran qris dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mampu menjelaskan 36,3% variasi keputusan pembelian. Sebesar 63,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti harga, kualitas produk, promosi, lokasi, suasana, citra merek, atau faktor pribadi konsumen.

PEMBAHASAN

Pengaruh Metode Pembayaran Qris Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa metode pembayaran qris berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung 3,683 dan signifikansi 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik pengalaman konsumen dalam menggunakan qris, semakin besar kecenderungan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Analisis deskriptif menunjukkan bahwa qris dinilai memberikan kemudahan dan kecepatan transaksi. Konsumen dapat melakukan pembayaran tanpa membawa uang tunai dan proses transaksi dapat diselesaikan secara lebih praktis. Namun, penelitian juga menemukan aspek yang perlu diperhatikan, terutama kekhawatiran terhadap keamanan data, gangguan jaringan, dan pengalaman transaksi yang belum berhasil meskipun saldo telah terpotong.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Alzura dan Dewi (2025) yang menunjukkan bahwa kemudahan transaksi qris dapat berdampak pada keputusan pembelian. Dalam konteks coffee shop dimana?kopi, keberadaan qris tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga menjadi bagian dari pengalaman transaksi konsumen. Oleh karena itu, kelancaran jaringan, kejelasan informasi, dan bantuan ketika terjadi masalah transaksi perlu diperhatikan agar kepercayaan konsumen tetap terjaga.



Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung 5,948 dan signifikansi 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh individual yang kuat dalam model penelitian. Semakin baik konsumen menilai pelayanan yang diterima, semakin besar kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian.

Secara deskriptif, konsumen memberikan penilaian positif terhadap kualitas pelayanan dengan mean keseluruhan 3,56. Pelayanan yang tepat, kemampuan merespons kebutuhan konsumen, kenyamanan saat berinteraksi, serta kebersihan dan perawatan fasilitas merupakan bagian penting dari pengalaman konsumen. Meskipun demikian, masih terdapat aspek pelayanan yang memperoleh penilaian relatif lebih rendah sehingga perlu ditingkatkan secara konsisten.

Temuan ini memperlihatkan bahwa keputusan pembelian pada usaha coffee shop tidak hanya berkaitan dengan produk, tetapi juga pengalaman layanan yang diterima konsumen. Coffee shop perlu mempertahankan aspek pelayanan yang telah baik dan melakukan evaluasi berkala terhadap kemampuan karyawan, terutama dalam memberikan pelayanan yang baik sejak awal interaksi dan menjaga konsistensi pelayanan pada berbagai kondisi jumlah pengunjung.

Pengaruh Metode Pembayaran Qris dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa metode pembayaran qris dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Nilai F hitung sebesar 31,437 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa kombinasi kedua variabel memberikan pengaruh yang bermakna dalam menjelaskan keputusan pembelian konsumen.

Nilai R Square sebesar 0,363 menunjukkan bahwa kedua variabel menjelaskan 36,3% variasi keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital dan kualitas pelayanan merupakan faktor penting, tetapi bukan satu-satunya faktor yang dipertimbangkan konsumen. Faktor lain seperti harga, kualitas produk, promosi, lokasi, suasana tempat, dan citra usaha juga berpotensi memengaruhi keputusan pembelian.

Dengan demikian, peningkatan keputusan pembelian sebaiknya dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi. coffee shop dimana?kopi perlu memastikan qris mudah digunakan dan transaksi berjalan lancar, sekaligus mempertahankan kualitas pelayanan yang responsif dan konsisten. Kombinasi kemudahan transaksi dan pengalaman pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman konsumen yang lebih positif.

KESIMPULAN

Metode pembayaran qris berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada coffee shop dimana?kopi kisaran, Sumatera Utara. Kualitas Pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, metode pembayaran qris dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kedua variabel mampu menjelaskan 36,3% variasi keputusan pembelian. Secara praktis, hasil penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi sistem pembayaran digital perlu berjalan bersama dengan



peningkatan kualitas pelayanan agar konsumen memperoleh pengalaman transaksi dan pelayanan yang lebih mudah, aman, cepat, nyaman, dan konsisten.

SARAN

Coffee shop dimana?kopi disarankan terus meningkatkan penerapan qris dengan memastikan sistem pembayaran berfungsi dengan baik, menyediakan dukungan ketika terjadi kendala transaksi, serta meningkatkan pemahaman dan kepercayaan konsumen terutama terkait keamanan data pribadi dan manfaat pembayaran digital. Pengelola juga perlu memastikan kode qris yang digunakan merupakan kode resmi dan terpercaya.

Pada aspek kualitas pelayanan, coffee shop dimana?kopi perlu mempertahankan ketepatan pelayanan, kecepatan respons karyawan, serta kebersihan dan perawatan fasilitas. Aspek pelayanan yang memperoleh penilaian relatif lebih rendah perlu dievaluasi secara berkala, khususnya kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik sejak awal interaksi dengan konsumen.

Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi Keputusan Pembelian karena 63,7% variasi keputusan pembelian dijelaskan oleh faktor di luar model penelitian. Variabel seperti harga, kualitas produk, promosi, lokasi, suasana tempat, citra merek, dan kepuasan pelanggan dapat dipertimbangkan, disertai perluasan objek dan jumlah responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Alzura, N., dan Dewi, L. A. P. (2025). Pengaruh metode pembayaran qris terhadap keputusan pembelian pada Paragraph Coffee and Eatery. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains*, 6(2).
- Anggraeni, R., Putri, D., dan Saputra, H. (2022). Pengaruh sistem pembayaran digital terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 123–134.
- Bank Indonesia. (2019). qris (Quick Response Code Indonesian Standard). Jakarta: Bank Indonesia.
- Cynthian, D., et al. (2022). Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Publik*, 9(1).
- Handyaningrat, S. (2011). Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen. Jakarta: CV Haji Masagung.
- Irfan, M., dan Astuti, S. R. T. (2023). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, promosi, harga, dan penggunaan QRIS terhadap keputusan pembelian mahasiswa pada Coffee Shop Embun Senja. *Diponegoro Journal of Management*, 12(4).
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., dan Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. John Wiley & Sons.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Oktrichaendy, F. O., Putra, R., dan Lestari, D. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 452–460.



-
- Pohan, A. (2011). Sistem Pembayaran di Indonesia. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Priyanto, A., et al. (2023). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, promosi, harga, dan penggunaan QRIS terhadap keputusan pembelian mahasiswa pada Coffee Shop Bento Kopi UMS. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto. (2016). Manajemen Administrasi Perkantoran. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, F. (2011). Service Management: Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: Andi.