

PENGARUH PENGGUNAAN QRIS DAN PERKEMBANGAN TRANSAKSI CASHLESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASYARAKAT DI PURWOKERTO

The Influence of QRIS Use and The Development of Cashless Transactions on People's Purchasing Decisions in Purwokerto

Triyana Laudry Qumaeroh^{*1}, Citra Aurel Safara², Dian Isnawati³, Aldila Krisnaresanti⁴
^{1,2,3,4}Pendidikan Ekonomi, Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, Indonesia

Penulis Korespondensi; Citra Aurel Safara

Email: triyana.qumaeroh@mhs.unsoed.ac.id^{*1}, citra.safara@mhs.unsoed.ac.id²,
dian.isnawati@unsoed.ac.id³, aldila.krisnaresanti@unsoed.ac.id⁴

Informasi Artikel:

Diterima 06, 01, 2026

Disetujui 06, 03, 2026

Diterbitkan 06, 07, 2026

Keywords:

QRIS, cashless transactions, purchasing decisions, digital payments, consumer behavior.

Kata kunci:

QRIS, transaksi cashless, keputusan pembelian, pembayaran digital, perilaku konsumen.

Abstract. The emergence of digital transaction systems also affects consumer behavior in making purchases. This study aims to determine the effect of using QRIS and the development of cashless transactions on the purchasing decisions of the community in Purwokerto. This study uses a quantitative method with an associative-causal approach, targeting 103 respondents who use QRIS and non-cash transactions. Primary data was obtained through questionnaires using a random sampling technique. Data analysis includes validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, t-tests, F-tests, and coefficient of determination. The results of this study indicate that the use of QRIS does not have a significant effect on purchasing decisions, while non-cash transactions have a significant effect. Simultaneously, both variables affect purchasing decisions with a contribution of 49.1%, while 50.9% is influenced by other factors. It is hoped that this research can provide benefits for entrepreneurs and researchers in the future regarding cashless transactions.

Abstrak. Munculnya sistem transaksi digital juga memengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan QRIS dan perkembangan transaksi cashless terhadap keputusan pembelian masyarakat di Purwokerto. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif-kausal, yang ditujukan kepada 103 responden yang menggunakan QRIS dan transaksi non-tunai. Data primer diperoleh melalui kuesioner dengan menggunakan teknik random sampling. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan QRIS tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan transaksi non-tunai memiliki pengaruh yang signifikan. Secara bersamaan, kedua variabel memengaruhi keputusan pembelian dengan kontribusi sebesar 49.1%, sementara 50.9% dipengaruhi oleh faktor lain. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pelaku usaha dan peneliti di masa depan terkait transaksi non-tunai

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat era digital telah mendorong perubahan dalam sistem pembayaran, dari penggunaan uang tunai yang dominan menuju pembayaran non-tunai. Salah satu sistem pembayaran digital yang saat ini dikembangkan di Indonesia adalah QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia. QRIS merupakan standar kode QR nasional untuk pembayaran yang ditetapkan oleh Bank Indonesia. Menurut Bank Indonesia (2020), QRIS merupakan solusi yang efektif untuk meningkatkan inklusi keuangan dan mendorong transaksi non-tunai. Badrawani (2021) menyatakan bahwa keunggulan QRIS meliputi percepatan proses transaksi, pengurangan risiko kesalahan pembayaran, serta peningkatan kenyamanan dan keamanan pengguna. Selain itu, QRIS juga dianggap mampu meningkatkan pengalaman berbelanja modern berbasis teknologi digital (Samlatul Izzah & Evita Novilia, 2024). Kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam penerimaan teknologi pembayaran digital. Semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna mengadopsi dan menggunakannya secara berkelanjutan (Kamilah & Haryati, 2024).

Transaksi *cashless* merupakan transaksi keuangan yang dilakukan tanpa menggunakan uang tunai, baik uang kertas maupun uang logam (Marlina et al., 2020). Sementara itu, *cashless society* diartikan sebagai kondisi masyarakat yang telah terbiasa menggunakan instrumen pembayaran non-tunai, khususnya dalam aktivitas jual beli barang dan jasa (Hanifah & Rahadi, 2020). Sejalan dengan definisi tersebut, Fachruddin et al. (2025) mendefinisikan *cashless society* sebagai kondisi ketika sebagian besar transaksi dalam sistem ekonomi tidak lagi dilakukan menggunakan uang tunai. Transaksi *cashless* dapat dilakukan melalui berbagai media digital, seperti kartu kredit, dompet digital (*e-wallet*), *mobile banking*, dan QRIS.

Minat beli muncul ketika konsumen tertarik terhadap suatu produk dan meyakini bahwa produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan atau keinginannya. Semakin tinggi minat beli seseorang, semakin besar kemungkinan individu tersebut mengambil keputusan untuk melakukan pembelian (Kotler & Keller, 2021). Keputusan untuk membeli juga dipengaruhi oleh faktor emosional dan rasional setelah munculnya minat terhadap produk tertentu. Konsumen umumnya mempertimbangkan manfaat, harga, dan nilai produk yang diyakini dapat memberikan kepuasan sesuai dengan harapan mereka (Krismajayanti et al., 2025). Dalam konteks pembayaran digital, QRIS dianggap mampu menawarkan pengalaman transaksi yang nyaman dan efisien sehingga

dapat membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian (Bank Indonesia, 2023). Selain itu, metode pembayaran non-tunai serta kemudahan penggunaan QRIS juga memberikan dampak positif terhadap keputusan pembelian, terutama pada generasi muda yang telah terbiasa dengan penggunaan teknologi digital.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara penggunaan sistem pembayaran digital dengan perilaku konsumen. Nurananda (2025) menemukan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena memberikan kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi. Temuan tersebut didukung oleh Kamilah dan Haryati (2024) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan teknologi pembayaran digital mendorong masyarakat untuk mengadopsi dan menggunakannya secara berkelanjutan. Selain itu, Samlatul Izzah dan Evita Novilia (2024) menjelaskan bahwa QRIS mampu meningkatkan pengalaman berbelanja melalui transaksi yang lebih praktis, cepat, dan nyaman. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berpotensi memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada pengaruh penggunaan QRIS secara parsial terhadap perilaku konsumen. Padahal, transaksi *cashless* tidak hanya mencakup penggunaan QRIS, tetapi juga berbagai instrumen pembayaran digital lainnya, seperti kartu debit, kartu kredit, *mobile banking*, dan dompet digital (*e-wallet*) (Marlina et al., 2020). Hanifah dan Rahadi (2020) serta Fachruddin et al. (2025) menjelaskan bahwa *cashless society* merupakan kondisi ketika masyarakat semakin terbiasa melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai. Oleh karena itu, keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh penggunaan QRIS, tetapi juga oleh perkembangan transaksi *cashless* yang semakin menjadi bagian dari aktivitas ekonomi masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) berupa masih terbatasnya penelitian yang menguji pengaruh penggunaan QRIS dan perkembangan transaksi *cashless* secara simultan terhadap keputusan pembelian masyarakat. Penelitian sebelumnya cenderung lebih banyak menyoroti penggunaan QRIS sebagai variabel tunggal, sedangkan kajian yang mengintegrasikan penggunaan QRIS dan perkembangan transaksi *cashless* dalam satu model penelitian masih relatif sedikit, khususnya pada masyarakat di Purwokerto. Selain itu, perkembangan transaksi non-tunai yang semakin pesat belum sepenuhnya diikuti oleh bukti

empiris mengenai sejauh mana perubahan metode pembayaran tersebut mampu memengaruhi keputusan pembelian masyarakat pada tingkat daerah.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh penggunaan QRIS dan perkembangan transaksi *cashless* terhadap keputusan pembelian masyarakat di Purwokerto. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada pengujian kedua variabel tersebut secara simultan dalam konteks masyarakat Purwokerto yang sedang mengalami peningkatan penggunaan pembayaran digital. Penelitian ini tidak hanya menilai peran QRIS sebagai instrumen pembayaran, tetapi juga mengkaji bagaimana perkembangan transaksi *cashless* secara umum memengaruhi perilaku pembelian masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis pengaruh penggunaan QRIS terhadap keputusan pembelian masyarakat di Purwokerto; (2) menganalisis pengaruh perkembangan transaksi *cashless* terhadap keputusan pembelian masyarakat di Purwokerto; dan (3) menganalisis pengaruh penggunaan QRIS dan perkembangan transaksi *cashless* secara simultan terhadap keputusan pembelian masyarakat di Purwokerto. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen dan sistem pembayaran digital. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha, penyedia layanan pembayaran digital, serta pemerintah dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan penggunaan transaksi non-tunai di masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausal-asosiatif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan QRIS (X_1) dan perkembangan transaksi *cashless* (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).

Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner yang disusun menggunakan skala Likert dengan empat pilihan jawaban, yaitu mulai dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Analisis data dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

Populasi dan Jenis Data

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Purwokerto yang pernah menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability*

sampling dengan metode *simple random sampling*, yaitu setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai responden penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat Purwokerto yang memenuhi kriteria penelitian. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 103 responden. Jumlah tersebut dinilai telah memenuhi kebutuhan analisis statistik menggunakan regresi linier berganda sehingga dapat mewakili karakteristik responden yang diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang menggunakan skala Likert empat poin, yaitu 1 = sangat tidak setuju hingga 4 = sangat setuju. Skala Likert dipilih karena memungkinkan pengukuran secara sistematis terhadap tingkat persetujuan responden atas pernyataan yang diajukan (Sugiyono, 2017). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperoleh data yang akurat dan dapat diandalkan.

Kuesioner penelitian dibagi menjadi tiga bagian sebagai berikut.

1. Bagian pertama mengukur penggunaan QRIS dengan indikator kemudahan penggunaan, kepraktisan, efisiensi, serta keamanan dan kenyamanan transaksi.
2. Bagian kedua mengukur perkembangan transaksi *cashless* dengan indikator intensitas penggunaan pembayaran non-tunai, kemudahan transaksi digital, fleksibilitas penggunaan, dan gaya hidup digital.
3. Bagian ketiga mengukur keputusan pembelian dengan indikator minat pembelian, pengaruh kemudahan transaksi, pengaruh promosi digital, dan frekuensi pembelian.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum digunakan dalam penelitian utama, kuesioner diuji terlebih dahulu untuk memastikan kualitas instrumen penelitian.

1. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dengan kriteria nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Item pernyataan yang tidak memenuhi kriteria tersebut dikeluarkan dari analisis.
2. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* dengan kriteria nilai $\geq 0,60$ (Nunnally, 1978). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki tingkat reliabilitas yang baik sehingga instrumen penelitian dinyatakan layak digunakan.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak statistik. Tahapan analisis data yang dilakukan meliputi:

1. Uji asumsi klasik, yang terdiri atas:
 - a. Uji normalitas;
 - b. Uji linearitas;
 - c. Uji multikolinearitas;
 - d. Uji heteroskedastisitas; dan
 - e. Uji autokorelasi.
2. Analisis regresi linier berganda, yang digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh penggunaan QRIS serta perkembangan transaksi *cashless* terhadap keputusan pembelian masyarakat di Purwokerto.
3. Uji hipotesis, yang meliputi:
 - a. Uji F untuk mengetahui pengaruh penggunaan QRIS dan perkembangan transaksi *cashless* secara simultan terhadap keputusan pembelian.
 - b. Uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.
4. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas, ditemukan bahwa semua item pada variabel Penggunaan QRIS (X1), Pertumbuhan Transaksi *Cashless* (X2), dan Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai *r*hitung lebih besar daripada nilai *r*tabel. Oleh karena itu, semua item tersebut dianggap valid. Dengan demikian, semua item pernyataan dari variabel penelitian dapat digunakan sebagai instrumen penelitian, karena memenuhi persyaratan validitas.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Butir Pernyataan	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Keterangan
1	X1.1	0.513	0.192	Valid
2	X1.2	0.493	0.192	Valid
3	X1.3	0.526	0.192	Valid
4	X1.4	0.496	0.192	Valid

5	X1.5	0.454	0.192	Valid
6	X1.6	0.625	0.192	Valid
7	X1.7	0.601	0.192	Valid
8	X1.8	0.702	0.192	Valid
9	X1.9	0.567	0.192	Valid
10	X2.1	0.736	0.192	Valid
11	X2.2	0.672	0.192	Valid
12	X2.3	0.763	0.192	Valid
13	X2.4	0.742	0.192	Valid
14	X2.5	0.383	0.192	Valid
15	X2.6	0.712	0.192	Valid
16	X2.7	0.622	0.192	Valid
17	X2.8	0.738	0.192	Valid
18	Y.1	0.659	0.192	Valid
19	Y.2	0.698	0.192	Valid
20	Y.3	0.760	0.192	Valid
21	Y.4	0.729	0.192	Valid
22	Y.5	0.723	0.192	Valid
23	Y.6	0.737	0.192	Valid
24	Y.7	0.771	0.192	Valid
25	Y.8	0.622	0.192	Valid
26	Y.9	0.752	0.192	Valid

Sumber: Data primer yang di olah 2026

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, variabel Penggunaan QRIS (X1), variabel Perkembangan Transaksi *Cashless* (X2), dan variabel Keputusan Pembelian (Y) memperoleh nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0.943. Nilai ini lebih besar dari 0.60. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang baik, sehingga instrumen penelitian dianggap reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.943	26

Sumber: Data primer yang di olah

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.263 yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

Tabel. 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		103	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000	
	Std. Deviation	4.45617746	
Most Extreme Differences	Absolute	0.069	
	Positive	0.060	
	Negative	-0.069	
Test Statistic		0.069	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		0.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	0.263	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0.252
		Upper Bound	0.274

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Data primer yang di olah

2. Uji Linearitas

Berdasarkan hasil uji linearitas antara penggunaan QRIS (X1) dan keputusan pembelian (Y), diperoleh nilai signifikansi untuk deviasi linearitas sebesar 0.518 yang lebih besar dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X1 dan Y bersifat linear.

Tabel. 4 Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian [Y]*	Between Groups	(Combined)	2353.922	19	123.891	6.017	<0.001

Pengembangan Transaksi Cashless [X2]	Linearity	2000.075	1	2000.075	97.139	<0.001
	Deviation from Linearity	353.847	18	19.658	0.955	0.518
Within Groups		1708.952	83	20.590		
Total		4062.874	102			

Sumber: Data primer yang di olah 2026

3. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, variabel penggunaan QRIS (X1) dan perkembangan transaksi *cashless* (X2) memiliki nilai toleransi (0.583) > 0.10 dan VIF (1.715) < 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas dalam model regresi, sehingga model tersebut valid untuk digunakan.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	0.780	3.959		0.197	0.844		
Penggunaan QRIS [X1]	0.218	0.161	0.126	1.358	0.178	0.583	1.715
Pengembangan Transaksi Cashless [X2]	0.794	0.118	0.621	6.713	0.000	0.583	1.715

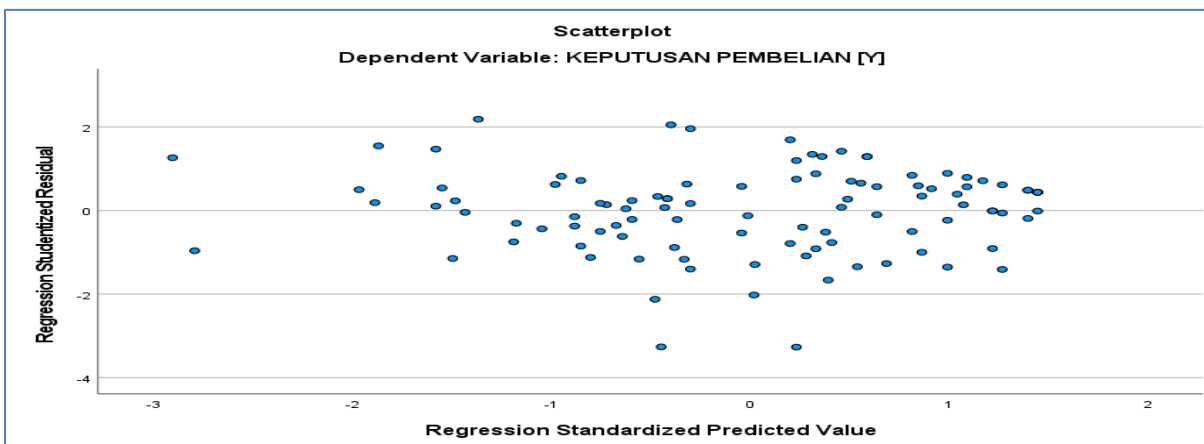
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN [Y]

Sumber: Data primer yang di olah 2026

4. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, terlihat bahwa titik-titik pada diagram sebar tersebar tanpa pola yang jelas. Selain itu, nilai signifikansi untuk setiap variabel independen lebih besar dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga model tersebut memenuhi asumsi heteroskedastisitas.

Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang di olah

5. Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil uji runs (nilai sig), nilai sig harus lebih besar dari 0.05, karena nilainya adalah (0.922), maka tidak ada autokorelasi.

Tabel 6. Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	0.61171
Cases < Test Value	51
Cases >= Test Value	52
Total Cases	103
Number of Runs	52
Z	-0.098
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.922
a. Median	

Sumber: Data primer yang di olah

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0.780	3.959		0.197	0.844		
	Penggunaan QRIS [X1]	0.218	0.161	0.126	1.358	0.178	0.583	1.715

Pengembangan Transaksi Cashless [X2]	0.794	0.118	0.621	6.713	0.000	0.583	1.715
--------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN [Y]

Sumber: Data primer yang di olah

Persamaan regresi linier berganda dengan 2 variabel independen sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Keterangan:

Y : variabel dependen

b1, b2 : koefisien regresi

b0 : konstanta

X1, X2: variabel independen

Nilai-nilai koefisien dapat dilihat pada output tabel *Coefficients* dan dimasukkan pada persamaan. Maka persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0.780 + 0.218 X_1 + 0.794 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi, dapat dijelaskan bahwa: nilai konstanta sebesar 0.780 berarti bahwa, jika variabel Penggunaan QRIS (X1) dan Perkembangan transaksi *cashless* (X2) bernilai 0, maka nilai Keputusan Pembelian (Y) akan berjumlah 0.780. Koefisien regresi untuk variabel Penggunaan QRIS (X1), yaitu 0.218, berarti bahwa peningkatan satu unit dalam penggunaan QRIS akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0.218, dengan asumsi semua variabel lain tetap konstan dan tidak berubah.

Koefisien regresi untuk variabel Perkembangan transaksi *cashless* (X2) sebesar 0.794, menunjukkan bahwa kenaikan satu unit pada perkembangan transaksi nontunai akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0.794, dengan asumsi bahwa semua variabel lainnya tetap konstan. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Uji Hipotesis

1. Uji f

Uji-F dilakukan untuk menentukan sejauh mana variabel-variabel independen secara kolektif memengaruhi variabel dependen. Berdasarkan hasil uji-F, diperoleh nilai F terhitung sebesar 50.295 dengan tingkat signifikansi 0.001. Karena tingkat signifikansi < 0.05 dan nilai fhitung $>$ nilai ftabel, H0 ditolak dan Ha diterima. Oleh karena itu, penggunaan QRIS (X1) dan perkembangan transaksi *cashless* (X2) secara signifikan dan simultan memengaruhi keputusan

pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital secara keseluruhan mampu memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Gambar 7. Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2037.407	2	1018.703	50.295	.000 ^b
	Residual	2025.467	100	20.255		
	Total	4062.874	102			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian [Y]

b. Predictors: (Constant), Perkembangan Transaksi Casless [X2], Penggunaan QRIS [X1]

Sumber: Data primer yang di olah

2. Uji t

a. Variabel Penggunaan QRIS (X1)

Berdasarkan hasil uji t, terlihat bahwa nilai thitung untuk variabel penggunaan QRIS (X1) adalah 1.358 dengan nilai signifikansi 0.178. Karena nilai signifikansi > 0.05 dan nilai thitung < nilai t tabel, H0 diterima dan Ha ditolak. Ini berarti bahwa penggunaan QRIS (X1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

b. Variabel Perkembangan Transaksi Cashless (X2)

Berdasarkan hasil uji t, terlihat bahwa nilai thitung untuk variabel Perkembangan transaksi *cashless* (X2) adalah 6.713, dengan tingkat signifikansi sebesar 0.001. Karena tingkat signifikansi < 0.05 dan nilai thitung > nilai t tabel, H0 ditolak dan Ha diterima. Oleh karena itu, perkembangan transaksi *cashless* (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan transaksi *cashless* memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam proses pembayaran, yang pada gilirannya meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.780	3.959		0.197	0.844
	Penggunaan QRIS [X1]	0.218	0.161	0.126	1.358	0.178
	Perkembangan Transaksi Cashless [X2]	0.794	0.118	0.621	6.713	0.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian [Y]

Sumber: Data primer yang di olah

Koefisien Determinasi

Analisis R^2 (*R Square*), atau koefisien determinasi, digunakan untuk membantu memahami sejauh mana variabel-variabel *independen*, secara keseluruhan, memengaruhi variabel *dependen*.

Tabel 9. Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 ^a	.501	.491	4.501

a. Predictors: (Constant), Perkembangan Transaksi Casless [X2], Penggunaan QRIS [X1]
Sumber: Data primer yang di olah

Berdasarkan hasil pada tabel Model Summary, terlihat bahwa nilai R^2 yang disesuaikan adalah 0.491. Oleh karena itu, variabel-variabel independen menjelaskan 49.1% variasi, sedangkan 50.9% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang belum diteliti.

Pembahasan

Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat di Purwokerto

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan QRIS tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian masyarakat di Purwokerto. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,178 ($> 0,05$), sehingga hipotesis pertama ditolak. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa meskipun QRIS telah digunakan secara luas sebagai alat pembayaran digital, keberadaannya belum menjadi faktor utama yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

Kondisi ini dapat dijelaskan oleh fungsi QRIS yang pada dasarnya hanya sebagai instrumen pembayaran, bukan sebagai faktor yang menentukan kebutuhan atau keinginan konsumen terhadap suatu produk. Sebelum melakukan pembelian, konsumen umumnya mempertimbangkan berbagai aspek, seperti harga, kualitas produk, kebutuhan, serta promosi yang ditawarkan. Dengan demikian, QRIS lebih berperan dalam mempermudah proses transaksi daripada memengaruhi keputusan pembelian itu sendiri.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2021), yang menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor sosial, psikologis, pribadi, dan budaya. Dalam konteks penelitian ini, metode pembayaran hanya merupakan salah satu faktor yang berperan pada tahap akhir proses pembelian. Temuan ini juga mendukung penelitian Setiawan et al. (2025) serta Samlatul Izzah dan Novilia (2024), yang

menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan QRIS dapat meningkatkan adopsi teknologi pembayaran digital, tetapi tidak selalu berdampak langsung terhadap peningkatan pembelian. Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Nurananda (2025) yang menyatakan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Perbedaan hasil tersebut kemungkinan disebabkan oleh karakteristik responden dan lokasi penelitian yang berbeda. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan QRIS saja belum cukup untuk meningkatkan keputusan pembelian masyarakat. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu mengintegrasikan penggunaan QRIS dengan berbagai strategi pemasaran, seperti promosi, *cashback*, diskon, atau program insentif lainnya, agar konsumen memperoleh manfaat tambahan dari penggunaan QRIS. Dengan demikian, QRIS sebagai alat pembayaran digital belum menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian masyarakat, meskipun tingkat penggunaannya terus meningkat.

Pengaruh Perkembangan Transaksi *Cashless* terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat di Purwokerto

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan transaksi non-tunai (*cashless*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian masyarakat di Purwokerto. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dan koefisien regresi sebesar 0,794. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan transaksi non-tunai dalam kehidupan sehari-hari, semakin tinggi pula kecenderungan masyarakat untuk melakukan pembelian.

Berbeda dengan QRIS yang hanya merupakan salah satu metode pembayaran, perkembangan transaksi non-tunai mencerminkan perubahan yang lebih luas dalam perilaku dan gaya hidup masyarakat. Kemudahan akses terhadap pembayaran digital, kecepatan transaksi, fleksibilitas penggunaan berbagai platform pembayaran, serta integrasi dengan berbagai program pemasaran digital dapat mendorong konsumen untuk lebih mudah melakukan pembelian. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transaksi *cashless* tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga menjadi bagian dari perubahan perilaku konsumsi masyarakat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan konsep *cashless society* yang dikemukakan oleh Hanifah dan Rahadi (2020), yang menyatakan bahwa masyarakat yang terbiasa menggunakan metode pembayaran non-tunai cenderung lebih aktif dalam melakukan aktivitas ekonomi. Temuan ini juga

mendukung penelitian Marlina et al. (2020), Kuwangga et al. (2025), dan Fachruddin et al. (2025), yang menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital dapat meningkatkan frekuensi transaksi, efisiensi, serta kenyamanan konsumen dalam bertransaksi.

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan sistem pembayaran non-tunai berpotensi meningkatkan keputusan pembelian masyarakat. Oleh karena itu, pelaku usaha dan penyedia layanan keuangan perlu menyediakan sistem pembayaran digital yang mudah diakses, nyaman digunakan, dan terintegrasi dengan baik. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor yang lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian bukan hanya QRIS sebagai salah satu teknologi pembayaran, melainkan perkembangan transaksi non-tunai secara keseluruhan.

Pengaruh Penggunaan QRIS dan Perkembangan Transaksi *Cashless* terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat di Purwokerto

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa penggunaan QRIS dan perkembangan transaksi *cashless* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian masyarakat di Purwokerto. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 50,295 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa meskipun penggunaan QRIS secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, QRIS tetap memberikan kontribusi ketika menjadi bagian dari ekosistem pembayaran digital yang lebih luas.

Dengan kata lain, keputusan pembelian masyarakat tidak hanya dipengaruhi oleh satu metode pembayaran tertentu, tetapi juga oleh kemudahan, efisiensi, dan keamanan yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital secara keseluruhan. Integrasi berbagai metode pembayaran non-tunai memungkinkan konsumen memperoleh pengalaman transaksi yang lebih praktis dan nyaman, sehingga dapat mendorong peningkatan keputusan pembelian.

Selain itu, nilai *Adjusted R²* sebesar 0,491 menunjukkan bahwa penggunaan QRIS dan perkembangan transaksi *cashless* mampu menjelaskan sebesar 49,1% variasi keputusan pembelian masyarakat. Sementara itu, sisanya sebesar 50,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Persentase tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian merupakan fenomena yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor-faktor seperti harga, kualitas produk, promosi, pendapatan, gaya hidup, kepercayaan konsumen, persepsi manfaat, serta pengaruh sosial diduga turut memengaruhi keputusan pembelian masyarakat.

Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa penelitian mengenai keputusan pembelian pada era digital tidak dapat hanya berfokus pada aspek pembayaran digital semata. Penelitian selanjutnya perlu memasukkan variabel lain yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan pemasaran agar dapat menjelaskan keputusan pembelian secara lebih komprehensif. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya memperkuat teori perilaku konsumen, tetapi juga membuka peluang bagi pengembangan model penelitian yang lebih komprehensif dalam konteks transformasi digital.

Penelitian ini memiliki kebaruan pada pengujian penggunaan QRIS dan perkembangan transaksi non-tunai secara simultan dalam menjelaskan keputusan pembelian masyarakat di Purwokerto. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya hanya mengkaji QRIS atau pembayaran digital secara terpisah, penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian masyarakat lebih dipengaruhi oleh perkembangan ekosistem transaksi non-tunai secara keseluruhan, bukan hanya oleh keberadaan satu instrumen pembayaran digital tertentu.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan QRIS belum terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian para responden dalam studi ini. Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran QRIS sebagai sistem pembayaran belum menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat. Masyarakat masih mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti harga, kualitas produk, layanan, kebutuhan, dan promosi yang ditawarkan. Di sisi lain, terdapat pengaruh yang signifikan antara perkembangan transaksi *cashless* dan keputusan pembelian masyarakat di Purwokerto. Keuntungan yang ditawarkan oleh transaksi digital menjadi faktor penentu bagi masyarakat dalam mengambil keputusan pembelian.

Pada saat yang sama, terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan QRIS dan perkembangan transaksi *cashless* terhadap keputusan pembelian masyarakat di Purwokerto. Hal ini menunjukkan fakta bahwa pertumbuhan transaksi digital secara keseluruhan memengaruhi pengambilan keputusan pembelian. Selain itu, pada koefisien determinasi menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut menjelaskan 49,1% dari keputusan pembelian, sedangkan 50,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar cakupan penelitian ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa pergeseran metode pembayaran masyarakat ke arah sistem transaksi non-tunai juga mempengaruhi keputusan pembelian. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi

para pelaku usaha dalam menawarkan metode pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, serta landasan bagi peneliti di masa mendatang untuk menganalisis faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi keputusan pembelian masyarakat di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Badrawani, W. (2021). Digital payment policy impact analysis on the intention to use QRIS (quick response code Indonesian standard) during COVID-19 pandemi. *Presented at International Conference On Economics*, 1–23.
- Bank Indonesia. (2020). *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. 2020. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/kanal-layanan/qris/default.aspx>
- Bank Indonesia. (2023). *Bank Indonesia Luncurkan Standar Nasional Fitur Baru QRIS untuk Tarik Tunai, Transfer, dan Setor Tunai serta Inisiasi Uji Coba QRIS Antarnegara Indonesia – Singapura Siaran Pers*. 2023. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2522523.aspx?utm_source=chatgpt.com
- Fachruddin, M., Nur, M., & Basri, H. (2025). *Cashless society: Tantangan dan Kesiapan Masyarakat di Kabupaten Fakfak*. 8(2), 426–442.
- Hanifah, N., & Rahadi, D. R. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(2), 112–122. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v8i2.206>
- Kamilah, L. K., & Haryati, D. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan. Persepsi Manfaat dan Risiko Terhadap. *Jurnal EMBA*, 11(2), 375–386.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management *MARKETING MANAGEMENT Marketing Management*. In *Pearson Practice Hall* (Vol. 2, Issue 1). [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2354118%5C&val=22677%5C&title=The The influence of social media marketing on brand awareness and brand image moderating effect of religiosity](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2354118%5C&val=22677%5C&title=The%20influence%20of%20social%20media%20marketing%20on%20brand%20awareness%20and%20brand%20image%20moderating%20effect%20of%20religiosity)
- Krismajayanti, N. P. A., Nurmalasari, M. R., Prawitasari, P. P., & Megawati, I. A. P. (2025). Minat Beli Konsumen: Antara Tren, Gaya dan Kebutuhan Pada Produk Fashion. *Journal of Islamic Business Management Studies (JIBMS)*, 6(1), 28–38. <https://doi.org/10.51875/jibms.v6i1.587>
- Kuwangga, H., Fitriano, A., Pangestu, I., Nicholas, G., & Pratiwi, H. (2025). Pengaruh metode *Ekonomipedia: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* <https://journals.gesociety.org/index.php/ekonomipedia>

pembayaran digital, potongan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Atek Sukses Mandiri. *Mount Hope Management International Journal*, 3(1), 64–79.
<https://jicnusantara.com/index.php/jicn/article/view/1486%0Ahttps://jicnusantara.com/index.php/jicn/article/download/1486/1632>

Marlina, L., Mundzir, A., Pratama, H., Sebagai, C., Dan, C., Sebagai, C., Transaksi, P., Era, D. I., Marlina, L., Mundzir, A., & Pratama, H. (2020). Lina Marlina, Ahmad Mundzir, Herda Pratama, Cashless dan Cardless Sebagai... | 533. *Journal Ikopin*, 533–542.

Nurananda, R. (2025). Pengaruh Penggunaan QRIS dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal FEB-UMI*, 5(2), 20–34.

Samlatul Izzah, & Evita Novilia. (2024). Persepsi dan Intensi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Terhadap Penggunaan Qris Sebagai Sistem Pembayaran Digital Di Kota Blitar. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(5), 211–217.
<https://doi.org/10.61722/jrme.v1i5.3820>

Setiawan, H., Fatmala, I. A., & Hanifah, L. (2025). Analisis Technology Acceptance Model pada penggunaan QRIS (Studi Kasus UMKM Madiun). *Jesya*, 8(1), 318–329.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v8i1.1801>

Sugiyono. (2017). *Sugiyono Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Rd*.
[https://ftp.arcchurches.com/default.aspx/mL50F4/602619/Sugiyono Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Rd.pdf](https://ftp.arcchurches.com/default.aspx/mL50F4/602619/Sugiyono%20Metode%20Penelitian%20Kuantitatif%20Kualitatif%20Dan%20Rd.pdf)