

Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan QRIS terhadap Minat Konsumen pada UMKM Kuliner di Kota Pagar Alam (Studi Kasus Warung Epek-Epek Bik Ira)

Bima Al Ihsan¹, Yadi Maryadi², Kusnita Yusmiarti³

^{1,2,3}Universitas Lembah Dempo Pagar Alam, Indonesia

E-mail: bima18062020@gmail.com¹, yadimaryadi@lembahdempo.ac.id², kusnita@lembahdempo.ac.id³

Article History:

Received: 01 Juni 2026

Revised: 31 Juli 2026

Accepted: 07 Agustus 2026

Keywords: QRIS; persepsi manfaat; kemudahan penggunaan; minat penggunaan; pembayaran digital; UMKM kuliner.

Abstract: Adopsi pembayaran digital melalui Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) menjadi bagian penting dalam transformasi transaksi UMKM, tetapi penerimaan konsumen masih dipengaruhi oleh persepsi terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap minat konsumen menggunakan QRIS pada UMKM kuliner di Kota Pagar Alam, dengan studi pada Warung Epek-Epek Bik Ira. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif. Data diperoleh melalui kuesioner terhadap 100 responden yang dipilih menggunakan teknik accidental sampling dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Secara simultan, kedua variabel tersebut juga memberikan pengaruh yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa adopsi QRIS pada konsumen UMKM kuliner sangat ditentukan oleh persepsi atas nilai praktis, efisiensi, dan kemudahan sistem pembayaran. Penelitian ini memberikan implikasi bagi pelaku UMKM dan penyedia layanan pembayaran untuk memperkuat edukasi, kemudahan transaksi, dan pengalaman pengguna guna meningkatkan penggunaan QRIS.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola kehidupan masyarakat menuju sistem yang lebih praktis dan efisien. Di era sekarang, segala sesuatu dapat diselesaikan dengan cara-cara yang praktis. Hal ini merupakan dampak yang timbul dari hadirnya teknologi. Teknologi adalah sesuatu yang bermanfaat untuk mempermudah semua aspek kehidupan manusia. (Marpaung J, 2018) Kemajuan teknologi mendorong pertumbuhan ekonomi digital yang semakin didorong oleh peningkatan efisiensi teknologi informasi dari waktu ke waktu.

Fenomena dari salah satu contoh kemajuan ini adalah popularitas pembayaran non-tunai

yang semakin meningkat. Di Indonesia, pemerintah melalui Bank Indonesia terus mendorong adopsi pembayaran non-tunai melalui inisiatif *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), sebuah standar nasional yang memungkinkan transaksi digital dengan satu kode QR yang dapat diterima di berbagai *platform* dan *merchant* se-Indonesia. (Bank Indonesia, 2023). QRIS dirancang untuk meningkatkan efisiensi sistem pembayaran, mengurangi ketergantungan pada uang tunai, serta memperluas inklusi keuangan, terutama bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) termasuk pedagang makanan yang tersebar luas di kota-kota kecil seperti Pagar Alam.

Penggunaan QRIS di Indonesia diatur dalam Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG) Nomor 21/18/PADG/2019 tentang Implementasi Standar Nasional *Quick Response Code* untuk Pembayaran, yang kemudian diubah dengan PADG No. 24/1/PADG/2022. Bank Indonesia mencatat, nominal transaksi melalui QRIS mengalami pertumbuhan sebesar 194% secara tahunan (*year to year*) pada April 2024 dengan jumlah pengguna mencapai 48,90 - 51 juta dan jumlah *merchant* 31,86 – 33 juta (Bank Indonesia, 2024). Keberhasilan adopsi QRIS tidak hanya bergantung pada infrastruktur teknologi, tetapi juga pada persepsi pengguna terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan sistem tersebut. Menurut teori penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* - TAM), persepsi tentang *usefulness* (kebermanfaatan) dan *ease of use* (kemudahan digunakan) merupakan dua faktor kunci yang memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan suatu teknologi. (Davis, F. 1989). Di kota Pagar Alam, meskipun QRIS telah diterapkan secara bertahap, masih banyak pedagang dan konsumen yang merasa ragu atau enggan beralih dari pembayaran tunai ke digital. Hal ini bisa disebabkan oleh keterbatasan literasi digital, ketidakpercayaan terhadap keamanan transaksi, atau rasa frustrasi akibat kendala teknis seperti koneksi internet yang tidak stabil atau kode QR yang tidak terbaca sehingga transaksi pembayaran non tunai sering mengalami kegagalan. Artinya, masih kurangnya minat ketertarikan masyarakat untuk beralih ke pembayaran digital.

QRIS memiliki banyak manfaat, pengguna aplikasi pembayaran dengan QRIS dapat melakukan transaksi dengan lebih mudah, cepat, praktis, dan efektif. Standarisasi kode QR dengan QRIS juga mengurangi biaya administrasi, menghindari uang palsu, dan tidak perlu memberikan uang kembali untuk transaksi yang tercatat secara otomatis dan dapat dilihat kapan saja. (Risma & Sri 2021) menyatakan bahwa kode QR memiliki beberapa keuntungan, termasuk kemudahan penyimpanan dan pemanfaatan data serta kekuatan fisik yang tahan lama. Oleh karena itu, Bank Indonesia menjadikan kode QR sebagai teknologi standar untuk metode pembayaran. Berdasarkan prasurevei yang dilakukan pada 30 responden, Beberapa responden menolak semua pernyataan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa QR Code memiliki batasan dalam kapasitas penyimpanan informasi, yang berarti mereka tidak dapat menyimpan data besar. Kesalahan tidak terbaca atau perawatan dapat terjadi ketika QR Code di pindai lebih sering. Menurut Ernawati & Noersanti (2020), masyarakat percaya QRIS mudah digunakan untuk transaksi. Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai ukuran setiap orang yang percaya bahwa menggunakan teknologi yang jelas digunakan dan tidak memerlukan penuh upaya tetapi mudah dioperasikan. Berdasarkan hasil prasurevei yang dilakukan terhadap beberapa masyarakat Kecamatan Kota Pagar Alam yang menggunakan QRIS. Berdasarkan prasurevei yang dilakukan pada 30 responden, terdapat beberapa responden yang menjawab tidak dari setiap pernyataan yang telah diberikan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa QRIS sering mengalami gangguan jaringan yang menyebabkan transaksi tertunda atau tidak dapat diselesaikan, yang menyebabkan responden tidak merasakan manfaat dan kemudahan penggunaan QRIS.

Warung epek-epek Bik Ira merupakan salah satu usaha kuliner skala Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak dalam bidang penjualan makanan tradisional berupa

berbagai jenis sate isi perut ayam dan makanan ringan dengan konsep angkringan. Warung ini menyediakan berbagai menu sederhana yang memiliki cita rasa khas dengan harga yang relatif terjangkau sehingga dapat dinikmati oleh berbagai kalangan masyarakat, seperti pelajar, mahasiswa, pekerja, maupun masyarakat umum. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Warung epek-epek Bik Ira tidak hanya mengutamakan kualitas produk dan pelayanan kepada konsumen, tetapi juga mulai beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital dalam sistem pembayaran. Salah satu bentuk adaptasi tersebut adalah dengan menyediakan metode pembayaran non-tunai melalui *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) yang memungkinkan konsumen melakukan transaksi secara digital menggunakan berbagai aplikasi pembayaran elektronik.

Oleh karena itu, Warung epek-epek Bik Ira menjadi salah satu objek yang relevan untuk mengkaji bagaimana persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan QRIS dapat mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan transaksi pada usaha kuliner skala UMKM. Dengan adanya penerapan sistem pembayaran digital tersebut, diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan konsumen sekaligus mendukung transformasi digital dalam sektor usaha mikro. Dengan mempertimbangkan keseluruhan konteks dan permasalahan yang telah dijelaskan, peneliti mengambil judul “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan QRIS terhadap Minat Konsumen pada UMKM Kuliner di Kota Pagar Alam (Studi Kasus Warung epek-epek Bik Ira).”

LANDASAN TEORI

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model atau TAM, adalah sebuah teori yang menggambarkan bagaimana pengguna mengadopsi dan memanfaatkan teknologi dalam lingkungan sistem informasi. Model ini dikenalkan oleh Davis, F pada tahun 1986. Pada model TAM tersebut terdapat dua konstruk utama yaitu *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan penggunaan) dan *Perceived Usefulness* (persepsi manfaat). Terdapat konstruk *Attitude Towards Using* atau sikap dalam menggunakan model TAM yang dapat digunakan untuk memprediksi minat, tetapi konstruk ini masih jarang digunakan (Budiastuti & Muid, 2020). TAM menjadi teori terkenal untuk menjelaskan mengapa orang menerima jenis teknologi / sistem tertentu (Davis et al., 1989).

Minat Konsumen

Minat adalah sikap yang membuat orang senang akan obyek situasi atau ide-ide tertentu. Hal ini diikuti oleh perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari obyek yang disenangi itu. (Ruhamak M.D dalam penelitian Moh. As’ad, 1987) Menurut *Technology Acceptance Model* (TAM), minat untuk menggunakan dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan manfaat teknologi (Davis, 1989).

Teori Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Davis et al., (1989) menggambarkan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) sebagai keyakinan seseorang tentang kemampuan suatu teknologi atau sistem untuk memberikan manfaat, yaitu keyakinan pengguna tentang kemampuan teknologi untuk meningkatkan performa atau produktivitas dalam pekerjaan mereka. Menurut Jogiyanto (2008), persepsi manfaat adalah keyakinan seseorang dalam proses pengambilan keputusan, di mana jika seseorang memiliki keyakinan bahwa mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik, maka mereka akan lebih baik.

Teori Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Davis et al., (1989) mengatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berarti bahwa menggunakan teknologi tidak memerlukan banyak usaha atau sistem yang dianggap mudah dioperasikan. Artinya, pengguna percaya bahwa teknologi tersebut tidak akan menimbulkan masalah atau kesulitan yang signifikan. Namun, menurut Jogiyanto (2008), persepsi kemudahan adalah keyakinan yang dibentuk selama proses pengambilan keputusan. Pengguna akan tertarik untuk menggunakan sistem teknologi jika mudah digunakan. Sebaliknya, jika sistem itu mudah digunakan, pengguna akan tertarik untuk menggunakannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan fokus pada analisis asosiatif untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antarvariabel. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Penelitian ini dilaksanakan pada Warung epek-epek Bik Ira yang beralamat di Jl. Prof. Dr. Bakri Hamid No.10, RT 06, RW 02, Kelurahan Bangun jaya, Kecamatan Pagar Alam Utara, Kota Pagar Alam, Provinsi Sumatera Selatan. Penelitian ini memilih Warung Epek-epek Bik Ira sebagai lokasi studi tugas akhir karena warung ini merepresentasikan fenomena adopsi teknologi digital pada UMKM kuliner di daerah yang sedang berkembang, sehingga memberikan gambaran konkret tentang tantangan dan peluang digitalisasi dalam konteks lokal yang spesifik. Untuk waktu penelitian ini akan dilakukan sejak pengambilan sk pembimbing pada November 2025 sampai Mei 2026. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berdomisili di Kota Pagar Alam serta pernah melakukan transaksi pada UMKM kuliner yang menyediakan pembayaran menggunakan QRIS, khususnya pada Warung Epek-epek Bik Ira. Penelitian ini menggunakan sampel probability sampling karena teknik pengambilan sampel memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada populasi ini adalah teknik *accidental sampling*. Berdasarkan penjelasan di atas, maka kriteria yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen Warung Epek-epek Bik Ira yang menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi karakteristik responden adalah penjelasan mengenai keberadaan konsumen atau pelanggan Warung epek-epek Bik Ira di Kota Pagaralam, yang menjadi objek dalam penelitian ini. Responden dalam penelitian ini merupakan individu yang pernah melakukan pembayaran non tunai dan pernah melakukan pembelian di Warung epek-epek Bik Ira, sehingga dapat memberikan informasi dan penilaian terkait persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat konsumen tersebut. Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui identitas dan latar belakang konsumen, sehingga dapat membantu dalam memahami perilaku serta preferensi mereka terhadap produk yang di tawarkan, penyebaran kuesioner yang di lakukan penelitian kepada 100 responden.

Dari hasil penelitian yang di lakukan oleh penulis di dapatkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat bahwa responden tersebut terdapat 36% laki – laki atau sebanyak 36 orang dan 64% Perempuan atau sebanyak 64 orang. Dari hasil penelitian yang di lakukan oleh penulis didapatkan karakteristik responden berdasarkan kelompok umur yaitu untuk umur < 18 tahun dengan persentase 5.0% atau sebanyak 5 orang, 18-25 tahun dengan persentase 82.0% atau sebanyak 82 orang, 26-32 tahun dengan persentase 11.0% atau sebanyak 11 orang, > 32 tahun dengan persentase 2,0% atau sebanyak 2 orang. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas

responden berada pada usia 18-25 tahun. karakteristik responden untuk tingkat pekerjaan Pelajar/Mahasiswa dengan persentase 53,0% atau sebanyak 53 orang, Pegawai Negeri (PNS) dengan persentase 10.0% atau sebanyak 10 orang, Pegawai Swasta dengan persentase 19.0% atau sebanyak 19 orang, Wirausaha dengan persentase 6.0% atau sebanyak 6 orang, Petani dengan persentase 1.0% atau sebanyak 1 orang, Ibu Rumah Tangga dengan persentase 4.0% atau sebanyak 4 orang sedangkan Tidak bekerja dengan persentase 7.0% atau sebanyak 7 responden.

Tabel 1. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.098	1.389		1.511	.134
Persepsi Manfaat	.881	.053	.860	16.710	.000

a. Dependent Variable: Minat Konsumen

Berdasarkan hasil uji t pada tabel *coefficients* di atas, diperoleh nilai t hitung untuk variabel persepsi manfaat sebesar 16.710 > t table sebesar 1,984 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat konsumen pada Warung epek-epek Bik Ira.

Tabel 2. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.157	1.588		-.728	.468
Persepsi Kemudahan Penggunaan	.992	.060	.859	16.636	.000

a. Dependent Variable: Minat Konsumen

Berdasarkan hasil uji t pada tabel *coefficients* di atas, diperoleh nilai t hitung untuk variabel persepsi kemudahan penggunaan sebesar 16.636 > t table sebesar 1,984 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat konsumen pada Warung epek-epek Bik Ira.

Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Konsumen dalam Menggunakan QRIS pada Warung epek-epek Bik Ira

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 16.710 lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan QRIS pada Warung epek-epek Bik Ira. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi konsumen terhadap manfaat QRIS, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan metode pembayaran tersebut. Konsumen merasakan bahwa QRIS memberikan kemudahan dalam bertransaksi seperti proses pembayaran yang lebih cepat, tidak perlu membawa uang tunai, serta mengurangi risiko kesalahan dalam transaksi. Selain itu, manfaat seperti efisiensi waktu dan kemudahan akses juga menjadi

alasan utama konsumen tertarik menggunakan QRIS.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis, F (1989) yang menjelaskan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan faktor utama yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi. Semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk menggunakan teknologi tersebut.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Konsumen dalam Menggunakan QRIS pada Warung epek-epek Bik Ira

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 16.636 lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan QRIS pada Warung epek-epek Bik Ira. Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam penggunaan QRIS menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat konsumen. Konsumen merasa bahwa QRIS mudah dipahami, mudah digunakan, serta tidak membutuhkan usaha yang besar dalam proses transaksi. Proses pembayaran yang sederhana, seperti hanya melakukan scan barcode dan konfirmasi pembayaran, membuat konsumen merasa nyaman dan tidak mengalami kesulitan.

Hasil ini sesuai dengan teori dari Davis, F.(1989) dalam TAM yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi. Teknologi yang mudah digunakan akan meningkatkan minat individu untuk menggunakannya. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Heppi (2024) yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Selain itu, penelitian oleh Saputri, G.M. et al. (2025) juga menyatakan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan QRIS pada UMKM.

Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Konsumen dalam Menggunakan QRIS pada Warung epek-epek Bik Ira

Berdasarkan hasil uji f diperoleh nilai F hitung sebesar 10,383 lebih besar dari F tabel sebesar 3,09 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan QRIS pada Warung epek-epek Bik Ira. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H_3) diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat konsumen dalam menggunakan QRIS tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, tetapi merupakan kombinasi dari persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan. Persepsi manfaat memberikan dorongan dari sisi nilai dan keuntungan yang diperoleh, sedangkan kemudahan penggunaan memberikan kenyamanan dalam proses penggunaan teknologi tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis, F.(1989) yang menjelaskan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama memengaruhi minat dan perilaku penggunaan teknologi. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu Nikmah, S.(2023) yang menyatakan bahwa manfaat dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Selain itu, penelitian oleh Peronika et al. (2020) Ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel Brand Image terhadap Minat beli produk Kosmetika Kota Pagar Alam.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Persepsi Manfaat (X1) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap Minat Konsumen (Y) dalam menggunakan QRIS pada UMKM kuliner Warung epek-epek Bik Ira di Kota Pagar Alam. Hal ini juga dapat dibuktikan sebagai berikut:

1. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan QRIS pada Warung epek-epek Bik Ira. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 16.710 lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, semakin tinggi manfaat yang dirasakan konsumen, seperti kemudahan transaksi, efisiensi waktu, dan kepraktisan, maka minat konsumen untuk menggunakan QRIS akan semakin meningkat.
2. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan QRIS pada Warung epek-epek Bik Ira. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 16.636 lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Artinya, semakin mudah QRIS digunakan, dipahami, dan dioperasikan, maka minat konsumen untuk menggunakan QRIS juga akan meningkat.
3. Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan QRIS pada Warung epek-epek Bik Ira. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F dengan nilai F hitung sebesar 10,383 lebih besar dari F tabel sebesar 3,09 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, kedua variabel tersebut secara bersama-sama mampu meningkatkan minat konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, keamanan dan ketersediaan fitur terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan internet banking (Studi pada program layanan Internet Banking BRI). *Competence: Journal of Management Studies*, 8(1).
- Amijaya, G. R. (2010). *Pengaruh persepsi teknologi informasi, kemudahan, risiko dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan internet banking (Studi pada nasabah Bank BCA)* [Skripsi, Universitas Diponegoro].
- Bank Indonesia. (2019a). *Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/16/PADG/2019 tentang pemantauan kegiatan lalu lintas devisa bank dan nasabah*.
- Bank Indonesia. (2019b). *Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019 tentang implementasi Standar Nasional Quick Response Code untuk pembayaran*.
- Bank Indonesia. (n.d.). *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*.
- Budiastuti, A. D. P., & Muid, D. (2020). Analisis faktor-faktor pengaruh minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce pada aplikasi Shopee dengan menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(4).
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. doi:10.2307/249008
- Dewi, I. K., Pandin, M. Y. R., & Daeng GS, A. (2022). Peningkatan kinerja UMKM melalui pengelolaan keuangan. *JEA17: Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 7(1), 23–36. doi:10.30996/jea17.v7i01.6551

- Elvera, & Astarina, Y. (2021). *Metodologi penelitian*. Andi.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan pada aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(2), 27–37.
- Ferdinand, A. (2002). *Structural equation modeling dalam penelitian manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heppi, & Lestari, I. (2024). Pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat konsumen dalam menggunakan QRIS (Studi kasus masyarakat Kecamatan Pangkalan Kuras, Provinsi Riau). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 5(2), 187–194. doi:10.31289/jimbi.v5i2.4283
- Jogiyanto. (2008). *Sistem informasi keperilakuan* (Edisi revisi). Andi.
- Kusumaningtyas, D., & Paramitha, D. A. (2020). *QRIS*. Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Maharani, S., & Bernard, M. (2018). Analisis hubungan resiliensi matematik terhadap kemampuan pemecahan masalah siswa pada materi lingkaran. *JPMI (Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif)*, 1(5), 819–826. doi:10.22460/jpmi.v1i5.p819-826
- Miswanto, M., Sidik, P. A., & Arrafi, M. F. (2021). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, promosi e-wallet dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 28(2), 136–151.
- Nikmah, S. (2023). *Pengaruh manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap minat penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada pelaku UMKM di Purbalingga* [Skripsi, UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto].
- Nugroho, E. (2008). *Sistem informasi manajemen: Konsep, aplikasi, dan perkembangan*. Andi.
- Nurmala, N., Sinari, T., Lilianti, E., Jusmany, J., Emilda, E., Arifin, A., & Novalia, N. (2022). Usaha kuliner sebagai penggerak UMKM pada masa pandemi COVID-19. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 3(1), 65–74. doi:10.36908/akm.v3i1.458
- Peronika, N., Junaidi, & Maryadi, Y. (2020). Pengaruh brand image terhadap minat beli produk kosmetika Wardah di Kota Pagar Alam (Studi pada masyarakat pengguna kosmetika Wardah di Kecamatan Pagar Alam Utara Kota Pagar Alam). *Jurnal Ekonomia*, 10(1), 83–93.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25–41. doi:10.1007/s40821-016-0044-6
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan electronic money: Integrasi model TAM–TPB dengan perceived risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 8(2), 274–284. doi:10.21831/nominal.v8i2.26557
- Ramdanti, E. R., Ruslaini, & Abizar. (2023). Persepsi pedagang pasar tradisional terhadap penggunaan sistem pembayaran QRIS (Studi kasus: Pasar Induk Tamin, Kota Bandar Lampung). *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(7), 3330–3337. doi:10.31604/jips.v10i7.2023.3330-3337
- Ruhamak, M. D., & Sya'idah, E. H. (2018). Pengaruh word of mouth, minat konsumen dan brand image terhadap keputusan konsumen (Studi pada pelajar lembaga kursus di area Kampung Inggris Pare Kediri). *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 3(2), 14. doi:10.30737/ekonika.v3i2.186
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi sistem pembayaran Quick

- Response Indonesia Standard bagi perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 287–297. doi:10.38043/jmb.v17i2.2384
- Silalahi, P. R., Safira, R., Hubara, Z. A., & Sari, E. P. (2022). Pengaruh dompet digital terhadap budaya belanja individu di Kota Medan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 869–878. doi:10.37676/ekombis.v10i2.2673
- Slameto. (2003). *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Rineka Cipta.
- Wijayanti, F. (2017). *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan e-money (Studi kasus: Mahasiswa Universitas Islam Indonesia)* [Skripsi, Universitas Islam Indonesia].