Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMAK)
p–ISSN: 2964-8858 e-ISSN: 2963-3087
Vol. 5, No. 3, November 2026

Determinan Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital Pada Konsumen Sektor Kuliner Di Kota Surakarta

Safira Azharun Nadzifah[1], Dewi Ika Octavia[2]
Program Studi S1 Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta
Email: safirazharun01@gmail.com

Abstrak

Penggunaan pembayaran digital dalam transaksi sektor kuliner semakin berkembang seiring dengan kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan, sehingga penting untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh efisiensi transaksi, perilaku konsumtif, dan aksesibilitas pembayaran terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital pada konsumen sektor kuliner di Kota Surakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada 136 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efisiensi transaksi, perilaku konsumtif, dan aksesibilitas pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital, baik secara parsial maupun simultan. Nilai signifikansi masing-masing variabel secara parsial adalah kurang dari 0,001, sebesar 0,022, dan sebesar 0,005, sedangkan secara simultan kurang dari 0,001. Nilai R Square sebesar 0,521 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan 52,1% variasi keputusan penggunaan pembayaran digital, sedangkan 47,9% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Kata kunci: *Efisiensi Transaksi; Perilaku Konsumtif; Aksesibilitas Pembayaran; Pembayaran Digital*

Abstract

This study examines the increasing use of digital payments in culinary transactions and the factors influencing consumers' decisions to adopt this payment method. This study aims to analyze the effect of transaction efficiency, consumptive behavior, and payment accessibility on the decision to use digital payments among culinary sector consumers in Surakarta City. A quantitative approach was employed, with data collected through questionnaires from 136 respondents selected using purposive sampling. The data were analyzed using multiple linear regression with SPSS. The results show that transaction efficiency, consumptive behavior, and payment accessibility have positive and significant effects on the decision to use digital payments, both partially and simultaneously. The significance values are less than 0.001, 0.022, 0.005, and less than 0.001, respectively. The coefficient of determination (R Square) is 0.521, indicating that the three independent variables explain 52.1% of the variation in consumers' decisions to use digital payments, while the remaining 47.9% is explained by other factors. These findings highlight the importance of transaction efficiency, consumptive behavior, and payment accessibility in influencing digital payment adoption in culinary transactions.

Keywords: *Transaction Efficiency; Consumptive Behavior; Payment Accessibility; Digital Payments*

Pengelolah	:	Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by	:	Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	:	http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2136

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi di berbagai aspek kehidupan, termasuk sistem pembayaran. Sistem pembayaran merupakan mekanisme yang digunakan untuk memindahkan sejumlah dana dari pihak pembayar kepada pihak penerima dalam suatu transaksi ekonomi. Keberadaan sistem pembayaran sangat penting dalam mendukung kelancaran aktivitas ekonomi karena memungkinkan proses pertukaran barang dan jasa berlangsung secara aman, cepat, dan efisien. Seiring perkembangan teknologi digital, sistem pembayaran bergeser dari metode pembayaran tunai (*cash payment*) menuju pembayaran nontunai (*cashless payment*) yang memanfaatkan teknologi elektronik dan jaringan internet sebagai sarana transaksi. Perubahan tersebut mendorong masyarakat untuk semakin terbiasa melakukan transaksi secara digital dalam berbagai aktivitas ekonomi sehari-hari (Bank Indonesia, 2024).

Salah satu inovasi yang berkembang dalam sistem pembayaran digital di Indonesia adalah *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). QRIS merupakan standar kode QR nasional yang dikembangkan oleh Bank Indonesia untuk mengintegrasikan berbagai layanan pembayaran digital dalam satu kode QR yang dapat digunakan oleh seluruh penyedia jasa pembayaran. Kehadiran QRIS memberikan kemudahan bagi masyarakat karena pembayaran dapat dilakukan dengan cepat, praktis, dan aman tanpa menggunakan uang tunai, sehingga penggunaan QRIS dinilai mampu meningkatkan efisiensi transaksi. Yulia et al. (2026) menyatakan bahwa penggunaan QRIS efektif sebagai alat transaksi karena memberikan kemudahan, meningkatkan efisiensi, mempercepat proses pembayaran, serta mendukung keamanan dan kenyamanan bertransaksi.

Perkembangan pembayaran digital juga terlihat pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia karena berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pertumbuhan ekonomi nasional. Salah satu sektor UMKM yang berkembang pesat dalam penggunaan pembayaran digital adalah sektor kuliner. Tingginya frekuensi transaksi pada sektor ini meningkatkan kebutuhan terhadap metode pembayaran yang cepat dan praktis, sehingga banyak pelaku usaha kuliner mengadopsi pembayaran digital untuk memenuhi preferensi konsumen yang

semakin mengutamakan kemudahan bertransaksi. Penerapan pembayaran digital tidak hanya bermanfaat bagi pelaku usaha, tetapi juga bagi konsumen karena meningkatkan kenyamanan dan keamanan dalam melakukan transaksi.

Kota Surakarta memiliki potensi pengembangan UMKM pada sektor kuliner. Kajian Digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta tahun 2023 mencatat 11.157 unit UMKM di Kota Surakarta yang bergerak di berbagai bidang usaha, dengan sektor penyediaan akomodasi dan makan minum sebagai salah satu sektor unggulan daerah (Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Surakarta, 2023). Meskipun demikian, penerapan pembayaran digital pada UMKM belum merata. Kajian tersebut menunjukkan bahwa 56,52% UMKM responden telah menggunakan *mobile payment*, sedangkan 26,09% menggunakan transfer bank dan dompet digital. Pratama dan Suranto (2026) juga menemukan bahwa sebagian pelaku UMKM di Kota Surakarta masih menghadapi kendala dalam mengadopsi QRIS, seperti keterbatasan pemahaman teknologi, preferensi terhadap pembayaran tunai, kekhawatiran terhadap biaya transaksi, serta koneksi internet yang tidak stabil. Namun, data yang tersedia belum menggambarkan secara spesifik jumlah UMKM sektor kuliner yang telah menggunakan QRIS. Oleh karena itu, diperlukan kajian dari sudut pandang konsumen untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan pembayaran digital pada konsumen sektor kuliner di Kota Surakarta.

Secara teoretis, keputusan menggunakan teknologi pembayaran dapat dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM), yaitu model yang menjelaskan penerimaan teknologi berdasarkan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Al-Suqri, 2014). Dalam penelitian ini, efisiensi transaksi dikaitkan dengan persepsi manfaat karena menggambarkan manfaat yang dirasakan konsumen ketika membayar secara digital, sedangkan aksesibilitas pembayaran dikaitkan dengan persepsi kemudahan penggunaan karena mencerminkan kemudahan konsumen mengakses dan menggunakan layanan pembayaran digital. Keterkaitan tersebut merupakan penyesuaian konseptual terhadap konteks penelitian, bukan berarti kedua variabel merupakan konstruk asli TAM. Adapun perilaku konsumtif diposisikan sebagai faktor perilaku konsumen yang diduga turut mempengaruhi keputusan penggunaan pembayaran digital.

Pengelolah	:	Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by	:	Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	:	http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2136

Efisiensi transaksi merujuk pada kemampuan suatu metode pembayaran untuk menyelesaikan transaksi secara cepat, mudah, dan praktis dengan penggunaan waktu serta biaya yang lebih optimal. Prayoga et al. (2025) menjelaskan bahwa pembayaran digital mampu mengurangi waktu dan biaya transaksi dibandingkan metode konvensional. Wulantika dan Sasongko (2026) menemukan bahwa efisiensi transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan QRIS pada UMKM di Solo, dan Erlangga et al. (2025) menemukan bahwa efisiensi waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* GoPay. Sebaliknya, Linggi et al. (2024) menemukan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS pada UMKM di Kota Ambon. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berkaitan dengan penggunaan pembayaran digital tidak selalu memberikan pengaruh yang sama pada setiap konteks, sehingga pengaruh efisiensi transaksi perlu diuji dari sudut pandang konsumen sektor kuliner.

Selain efisiensi transaksi, perilaku konsumtif juga diduga mempengaruhi keputusan penggunaan pembayaran digital. Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu membeli barang atau jasa secara berlebihan yang tidak selalu didasarkan pada kebutuhan rasional. Konsumen dengan tingkat konsumtif tinggi umumnya lebih aktif bertransaksi dan lebih responsif terhadap promosi, diskon, *cashback*, maupun *reward* yang ditawarkan penyedia layanan pembayaran digital. Bardiaman dan Puspitaningrum (2025) menyatakan bahwa program promosi seperti *cashback* dan diskon dapat mendorong perubahan perilaku konsumen menjadi lebih konsumtif, terutama pada generasi muda. Putri et al. (2025) menemukan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Yogyakarta, dan Manurung et al. (2022) menemukan bahwa perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja pada transaksi *e-commerce*. Sebaliknya, Husain (2025) menemukan bahwa gaya hidup konsumtif tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Dana untuk belanja *online* di Kota Palopo. Kedua penelitian terakhir berbeda dalam konteks transaksi dan variabel yang digunakan, sehingga pengaruh perilaku konsumtif perlu diuji kembali pada konsumen sektor kuliner.

Faktor lain adalah aksesibilitas pembayaran, yaitu kemudahan konsumen dalam mengakses dan menggunakan layanan pembayaran digital yang mencakup ketersediaan jaringan internet, kemudahan penggunaan aplikasi, keamanan sistem, serta luasnya penerimaan QRIS di berbagai tempat usaha. Pagini dan Liliyan (2026) menemukan bahwa aksesibilitas dan intensitas penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi pembayaran digital Generasi Z di Surakarta, dan Tondok et al. (2026) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan QRIS berpengaruh terhadap keputusan konsumen bertransaksi. Namun, Saputri dan Anshori (2026) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan QRIS pada Generasi Z di Solo Raya (signifikansi 0,211). Penelitian tersebut menguji minat, sedangkan penelitian ini menguji keputusan penggunaan pembayaran digital sehingga konteks dan variabel dependennya berbeda. Temuan serupa tentang pengaruh manfaat dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan QRIS juga dilaporkan oleh Ningsih et al. (2021), Alfani dan Ariani (2023), serta Apriliana dan Maharani (2024). Ringkasan penelitian terdahulu yang menjadi dasar kajian ini disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Ringkasan penelitian terdahulu (Diolah peneliti, 2026)

Pengelolah	:	Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by	:	Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	:	http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2136

Peneliti (tahun)	Variabel dan metode	Hasil
Apriliana & Maharani (2024)	Sistem pembayaran nontunai, kemanfaatan, kemudahan terhadap keputusan bertransaksi dengan QRIS; 97 responden, *purposive sampling*, regresi berganda	Berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan; R^2 = 51,2%
Alfani & Ariani (2023)	Manfaat, kemudahan, risiko, dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan QRIS; regresi berganda	Manfaat dan kemudahan berpengaruh signifikan; risiko dan kepercayaan juga mempengaruhi
Pagini & Liliyan (2026)	Aksesibilitas dan intensitas QRIS terhadap preferensi pembayaran digital Generasi Z di Surakarta; 88 responden, regresi berganda	Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan (t = 5,684; Sig. 0,000)
Tondok et al. (2026)	Persepsi kemudahan penggunaan QRIS terhadap keputusan pembelian di Fore Coffee Makassar; regresi sederhana	Berpengaruh positif dan signifikan
Ningsih et al. (2021)	Persepsi manfaat, kemudahan, dan risiko terhadap keputusan menggunakan QRIS pada mahasiswa; 65 responden, regresi berganda	Berpengaruh positif dan signifikan; R^2 = 72,9%
Erlangga et al. (2025)	Pemanfaatan, efisiensi waktu, dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan GoPay; regresi berganda	Efisiensi waktu berpengaruh positif dan signifikan; ketiganya berpengaruh simultan
Putri et al. (2025)	Penggunaan QRIS terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Yogyakarta; 103 responden, regresi sederhana	Berpengaruh positif; R^2 = 37,5%
Manurung et al. (2022)	Perilaku konsumtif, *reward*, dan kredibilitas platform terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*; 98 responden, *Moderated Regression Analysis*	Perilaku konsumtif berpengaruh signifikan (Sig. 0,001)

Penelitian terdahulu masih banyak berfokus pada manfaat pembayaran digital atau pengaruhnya terhadap perilaku konsumen secara umum, sedangkan penelitian yang secara khusus menguji pengaruh efisiensi transaksi, perilaku konsumtif, dan aksesibilitas pembayaran secara bersama-sama terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital pada konsumen sektor kuliner masih relatif terbatas. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian ketiga faktor tersebut sekaligus dari sudut pandang konsumen sektor kuliner di Kota Surakarta, dengan menggunakan keputusan penggunaan pembayaran digital sebagai variabel dependen.

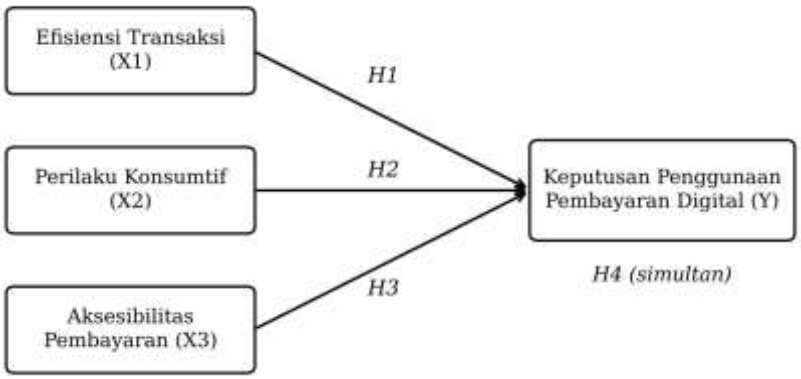
Permasalahan penelitian yang dirumuskan adalah apakah efisiensi transaksi, perilaku konsumtif, dan aksesibilitas pembayaran masing-masing berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital pada konsumen sektor kuliner, serta apakah ketiganya berpengaruh secara simultan. Berdasarkan kajian tersebut, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut (kerangka pemikiran disajikan pada Gambar 1).

H1: Efisiensi transaksi berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital pada konsumen sektor kuliner.

H2: Perilaku konsumtif berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital pada konsumen sektor kuliner.

H3: Aksesibilitas pembayaran berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital pada konsumen sektor kuliner.

H4: Efisiensi transaksi, perilaku konsumtif, dan aksesibilitas pembayaran secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital pada konsumen sektor kuliner.



Gambar 1 Kerangka pemikiran (Diolah oleh peneliti, 2026)

Hipotesis H1 didasarkan pada pandangan bahwa semakin efisien proses pembayaran yang dirasakan konsumen, semakin besar kemungkinan pembayaran digital dipilih, sebagaimana ditunjukkan oleh Erlangga et al. (2025). Hipotesis H2 didasarkan pada dugaan bahwa konsumen yang cenderung konsumtif lebih sering bertransaksi sehingga membutuhkan metode pembayaran yang praktis (Manurung et al., 2022). Hipotesis H3 didasarkan pada temuan Pagini dan Liliyan (2026) bahwa kemudahan akses berkaitan dengan kecenderungan konsumen memilih pembayaran digital, sedangkan H4 didasarkan pada dugaan bahwa ketiga faktor tersebut saling

Pengelolah	:	Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by	:	Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	:	http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2136

melengkapi dalam menjelaskan keputusan konsumen. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh efisiensi transaksi, perilaku konsumtif, dan aksesibilitas pembayaran terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital pada konsumen sektor kuliner di Kota Surakarta, baik secara parsial maupun simultan.

Metode Penelitian

Pendekatan, Objek, dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Objek penelitian adalah konsumen yang menggunakan pembayaran digital pada sektor kuliner di Kota Surakarta, dengan fokus pada efisiensi transaksi (X_1), perilaku konsumtif (X_2), dan aksesibilitas pembayaran (X_3) sebagai variabel independen, serta keputusan penggunaan pembayaran digital (Y) sebagai variabel dependen. Penelitian dilaksanakan di Kota Surakarta dan tidak dibatasi pada satu tempat usaha kuliner, melainkan pada pengalaman konsumen saat membeli makanan dan minuman dengan QRIS, dompet digital, mobile banking, atau metode pembayaran digital lainnya.

Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden, yaitu konsumen yang pernah menggunakan pembayaran digital saat bertransaksi pada sektor kuliner di Kota Surakarta. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dan artikel penelitian terdahulu yang digunakan untuk mendukung landasan teori, penyusunan indikator, dan pembahasan.

Populasi, Sampel, dan Pengumpulan Data

Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan pembayaran digital saat membeli makanan dan minuman pada sektor kuliner di Kota Surakarta. Jumlah populasi tidak dapat diketahui secara pasti (*infinite population*) karena tidak tersedia data jumlah konsumen yang menggunakan pembayaran digital pada sektor kuliner di kota tersebut. Oleh karena itu, ukuran sampel ditentukan dengan rumus Lemeshow yang mengacu pada Damayanti et al. (2021), sebagaimana pada persamaan (1).

$$n = Z^2 \cdot p(1 - p) / d^2 \quad (1)$$

dengan n adalah jumlah sampel minimal, Z adalah nilai Z pada tingkat kepercayaan 95% (1,96), p adalah proporsi populasi (0,5), dan d adalah batas kesalahan (10% atau 0,10). Perhitungan menghasilkan jumlah sampel minimum 96,04 responden yang dibulatkan menjadi 100 responden (Damayanti et al., 2021). Untuk mengantisipasi jawaban yang tidak lengkap atau tidak memenuhi kriteria, penelitian menargetkan 120 responden, dengan sekurang-kurangnya 100 responden yang memenuhi kriteria dan layak dianalisis.

Teknik pengambilan sampel adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria responden adalah (1) berusia minimal 17 tahun, (2) pernah menggunakan pembayaran digital seperti QRIS, dompet digital, mobile banking, atau metode pembayaran digital lainnya, dan (3) pernah menggunakan pembayaran digital saat membeli makanan dan minuman pada sektor kuliner di Kota Surakarta. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan *Google Form* untuk memperluas jangkauan responden dan meningkatkan efisiensi waktu. Sebelum mengisi kuesioner, responden diminta memastikan bahwa mereka memenuhi kriteria penelitian. Jawaban diukur dengan skala Likert lima tingkat, yaitu Sangat Tidak Setuju (skor 1), Tidak Setuju (2), Netral (3), Setuju (4), dan Sangat Setuju (5).

Variabel dan Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang memuat 15 pernyataan skala Likert 1–5 dan butir identitas responden. Pernyataan disusun berdasarkan indikator setiap variabel yang dirumuskan dari landasan teori dan penelitian terdahulu, sebagaimana dirangkum pada Tabel 2. Efisiensi transaksi didefinisikan sebagai persepsi konsumen mengenai kemampuan pembayaran digital memberikan proses pembayaran yang cepat, mudah, praktis, dan efisien dari segi biaya (Erlangga et al., 2025; Prayoga et al., 2025). Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kecenderungan membeli yang lebih dipengaruhi keinginan, promosi, dan tren daripada pertimbangan kebutuhan yang rasional (Mora & Sidiq, 2024; Putri et al., 2025). Aksesibilitas pembayaran didefinisikan sebagai tingkat kemudahan konsumen memperoleh, mengakses, dan menggunakan layanan pembayaran digital (Pagini &

Pengelolah	:	Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by	:	Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	:	http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2136

Liliyan, 2026; Tondok et al., 2026), sedangkan keputusan penggunaan pembayaran digital didefinisikan sebagai hasil pertimbangan konsumen dalam memilih dan menggunakan pembayaran digital sebagai metode pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan transaksi (Apriliana & Maharani, 2024; Ningsih et al., 2021).

Tabel 2 Variabel, indikator, dan jumlah butir (Data primer diolah, 2026)

Variabel	Indikator	Butir
Efisiensi transaksi (X1)	Kecepatan penyelesaian transaksi; kemudahan proses pembayaran; kepraktisan transaksi; efisiensi biaya transaksi	4
Perilaku konsumtif (X2)	Pembelian impulsif; pembelian tidak rasional; pemborosan dalam pembelian	3
Aksesibilitas pembayaran (X3)	Ketersediaan metode pembayaran digital; kemudahan mengakses layanan; kemudahan memahami fitur; kemudahan menggunakan layanan	4
Keputusan penggunaan pembayaran digital (Y)	Pemilihan pembayaran digital sebagai metode pembayaran; keyakinan dalam memilih; keputusan menggunakan saat bertransaksi; penggunaan dalam transaksi kuliner	4

Prosedur penelitian dilakukan dalam beberapa tahap. Pertama, kuesioner disusun berdasarkan indikator setiap variabel. Kedua, kuesioner disebarkan secara daring kepada konsumen yang memenuhi kriteria. Ketiga, jawaban responden dikumpulkan, ditabulasi, dan diolah menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Keempat, hasil pengolahan digunakan untuk menguji kualitas instrumen serta menganalisis pengaruh efisiensi transaksi, perilaku konsumtif, dan aksesibilitas pembayaran terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital.

Teknik Analisis Data

Data diolah dengan IBM SPSS Statistics versi 26 melalui tahapan analisis statistik deskriptif, uji kualitas instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear

berganda, pengujian hipotesis, dan koefisien determinasi. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban tanpa bertujuan menarik kesimpulan yang berlaku umum (Nasution, 2017). Rata-rata skor dikategorikan sebagai sangat rendah (1,00–1,80), rendah (1,81–2,60), sedang (2,61–3,40), tinggi (3,41–4,20), dan sangat tinggi (4,21–5,00).

Uji validitas menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dengan membandingkan r hitung dan r tabel pada taraf signifikansi 5%, sedangkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan kriteria reliabel apabila nilainya lebih dari 0,60 (Banu et al., 2025). Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas (Sholihah et al., 2023). Normalitas residual diuji dengan *One-Sample Kolmogorov–Smirnov* (normal jika signifikansi > 0,05), multikolinearitas dengan nilai *Tolerance* > 0,10 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10, dan heteroskedastisitas dengan uji Glejser, yaitu meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen (tidak terjadi heteroskedastisitas jika signifikansi > 0,05).

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dianalisis dengan regresi linear berganda, yang menurut Sugiyono (2009, dalam Margareta & Temaluru, 2022) digunakan untuk memprediksi keadaan variabel dependen berdasarkan dua atau lebih variabel independen. Model regresi dirumuskan pada persamaan (2).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon \quad (2)$$

dengan Y adalah keputusan penggunaan pembayaran digital, α adalah konstanta, β_1, β_2, dan β_3 adalah koefisien regresi masing-masing variabel, X_1 adalah efisiensi transaksi, X_2 adalah perilaku konsumtif, X_3 adalah aksesibilitas pembayaran, dan ε adalah kesalahan residual. Hipotesis diuji pada taraf signifikansi 5% melalui uji t untuk pengaruh parsial dan uji F untuk pengaruh simultan, dengan keputusan signifikan apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 (Ghozali, 2012, dalam Margareta & Temaluru, 2022). Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen, bukan untuk menyimpulkan bahwa variabel tersebut merupakan satu-satunya faktor yang mempengaruhinya.

Pengelolah	:	Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by	:	Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	:	http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2136

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Jumlah responden yang dianalisis sebanyak 136 orang, melampaui target pengumpulan 120 responden. Seluruh responden memenuhi pertanyaan penyaring mengenai pengalaman menggunakan pembayaran digital untuk transaksi kuliner di Kota Surakarta. Karakteristik responden disajikan pada Tabel 3, dan metode pembayaran digital yang digunakan disajikan pada Tabel 4.

Tabel 3 Karakteristik responden, N = 136 (Data primer diolah, 2026)

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Usia	17–25 tahun	100	73,5
	26–35 tahun	35	25,7
	> 35 tahun	1	0,7
Jenis kelamin	Laki-laki	51	37,5
	Perempuan	85	62,5

Berdasarkan Tabel 3, mayoritas responden berusia 17–25 tahun (73,5%) dan berjenis kelamin perempuan (62,5%). Tabel 4 menunjukkan bahwa metode yang paling banyak digunakan adalah kombinasi QRIS, dompet digital, dan *mobile banking* (24,3%), diikuti QRIS dan dompet digital (22,1%) serta QRIS saja (19,1%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian konsumen menggunakan lebih dari satu metode pembayaran digital dalam transaksi kuliner.

Tabel 4 Metode pembayaran digital yang digunakan responden (Data primer diolah, 2026)

Metode pembayaran	Frekuensi	Persentase (%)
Dompet digital	7	5,1
Dompet digital dan mobile banking	16	11,8
Mobile banking/transfer bank	7	5,1
QRIS	26	19,1
QRIS dan dompet digital	30	22,1
QRIS, dompet digital, dan mobile banking	33	24,3
QRIS, dompet digital, mobile banking, dan lainnya	4	2,9
QRIS dan mobile banking	13	9,6
Total	**136**	**100,0**

Statistik Deskriptif dan Uji Validitas

Analisis deskriptif terhadap tanggapan 136 responden atas 15 pernyataan disajikan pada Tabel 5. Seluruh variabel memiliki rata-rata dalam kategori tinggi, yaitu 4,09 untuk efisiensi transaksi, 3,89 untuk perilaku konsumtif, 4,01 untuk aksesibilitas pembayaran, dan 3,99 untuk keputusan penggunaan pembayaran digital. Pada efisiensi transaksi, indikator efisiensi biaya memiliki rata-rata tertinggi (4,14); pada perilaku konsumtif, indikator pemborosan dalam pembelian tertinggi (3,96) sedangkan pembelian impulsif terendah (3,82); dan pada aksesibilitas, indikator kemudahan menggunakan layanan tertinggi (4,07) sedangkan ketersediaan metode pembayaran digital terendah (3,94).

Uji validitas dilakukan dengan korelasi Pearson antara skor setiap butir dan skor total variabel. Dengan 136 responden, derajat kebebasan 134, dan signifikansi 5% (dua arah), nilai r tabel adalah 0,168. Seluruh 15 butir memiliki r hitung antara 0,747 dan 0,884, lebih besar daripada r tabel, dengan signifikansi kurang dari 0,001, sehingga seluruh butir dinyatakan valid.

Pengelolah : Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by : Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url : http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2136

Tabel 5 Statistik deskriptif dan uji validitas (Data primer diolah, 2026)

Variabel	Butir	Mean	Std. Dev.	r hitung
Efisiensi transaksi	X1.1	4,04	0,704	0,800
	X1.2	4,07	0,757	0,842
	X1.3	4,11	0,737	0,860
	X1.4	4,14	0,742	0,812
Perilaku konsumtif	X2.1	3,82	0,680	0,840
	X2.2	3,88	0,774	0,864
	X2.3	3,96	0,815	0,884
Aksesibilitas pembayaran	X3.1	3,94	0,697	0,749
	X3.2	3,99	0,740	0,775
	X3.3	4,03	0,788	0,748
	X3.4	4,07	0,742	0,772
Keputusan penggunaan	Y.1	3,91	0,704	0,757
	Y.2	3,96	0,754	0,760
	Y.3	4,01	0,807	0,768
	Y.4	4,06	0,748	0,747

Uji Reliabilitas

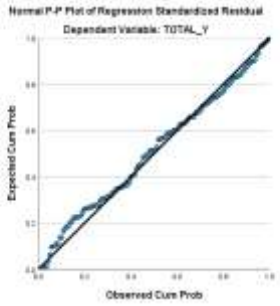
Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden pada setiap variabel. Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* seluruh variabel lebih besar daripada 0,60 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Tabel 6 Hasil uji reliabilitas (Data primer diolah, 2026)

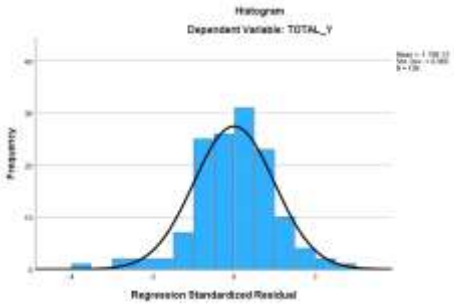
Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah butir
Efisiensi transaksi	0,848	4
Perilaku konsumtif	0,827	3
Aksesibilitas pembayaran	0,757	4
Keputusan penggunaan pembayaran digital	0,752	4

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas residual dengan *One-Sample Kolmogorov–Smirnov* menghasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,098 (N = 136), lebih besar daripada 0,05, sehingga residual tidak menyimpang secara signifikan dari distribusi normal. Hasil ini didukung oleh *Normal P–P Plot* pada Gambar 2, yang titik-titiknya relatif mengikuti garis diagonal, dan histogram residual pada Gambar 3, yang secara umum mengikuti kurva normal meskipun terdapat beberapa nilai di bagian ekor distribusi. Penilaian normalitas tetap mengacu pada hasil uji Kolmogorov–Smirnov.



Gambar 2 Normal P–P plot residual (olah data SPSS, 2026)



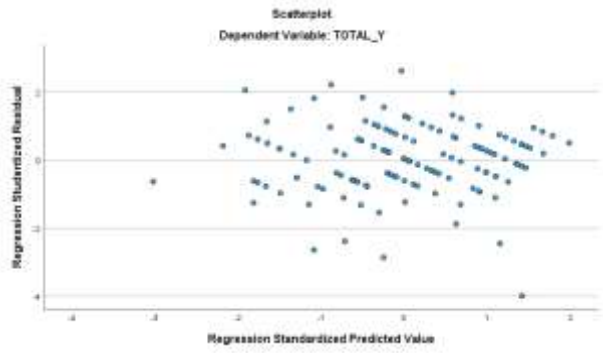
Gambar 3 Histogram residual regresi (olah data SPSS, 2026)

Hasil uji multikolinearitas dan heteroskedastisitas disajikan pada Tabel 7. Seluruh variabel memiliki *Tolerance* lebih besar daripada 0,10 dan VIF lebih kecil daripada 10 sehingga tidak terdapat indikasi multikolinearitas yang mengganggu model. Pada uji Glejser, signifikansi setiap variabel lebih besar daripada 0,05 sehingga model tidak menunjukkan indikasi heteroskedastisitas. Sebaran titik residual pada Gambar 4 berada di kedua sisi nilai nol tanpa pola lengkung atau kerucut yang tegas, yang mendukung hasil uji Glejser, meskipun *scatterplot* hanya merupakan pemeriksaan visual.

Tabel 7 Hasil uji multikolinearitas dan heteroskedastisitas (Data primer diolah, 2026)

Variabel	Tolerance	VIF	t (Glejser)	Sig. (Glejser)
Efisiensi transaksi	0,931	1,074	−1,871	0,064
Perilaku konsumtif	0,935	1,070	0,396	0,692
Aksesibilitas pembayaran	0,991	1,009	1,192	0,236

Pengelolah	:	Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by	:	Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	:	http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2136



Gambar 4 Scatterplot residual regresi (olah data SPSS, 2026)

Hasil Analisis Regresi dan Pengujian Hipotesis

Hasil analisis regresi linear berganda disajikan pada Tabel 8. Berdasarkan koefisien regresi, persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 1{,}348 + 0{,}600X_1 + 0{,}168X_2 + 0{,}176X_3 + \varepsilon$. Seluruh variabel independen memiliki koefisien positif, yang berarti peningkatan efisiensi transaksi, perilaku konsumtif, dan aksesibilitas pembayaran masing-masing berkaitan dengan peningkatan keputusan penggunaan pembayaran digital, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Tabel 8 Hasil analisis regresi linear berganda dan uji t (Data primer diolah, 2026)

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Konstanta	1,348	1,462	–	0,923	0,358
Efisiensi transaksi (X1)	0,600	0,059	0,640	10,249	< 0,001
Perilaku konsumtif (X2)	0,168	0,073	0,145	2,321	0,022
Aksesibilitas pembayaran (X3)	0,176	0,061	0,174	2,882	0,005

Uji t menunjukkan bahwa efisiensi transaksi (t = 10,249; Sig. < 0,001), perilaku konsumtif (t = 2,321; Sig. = 0,022), dan aksesibilitas pembayaran (t = 2,882; Sig. = 0,005) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial karena seluruh nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian, H1, H2, dan H3 diterima. Hasil uji simultan pada Tabel 9 menunjukkan nilai F hitung sebesar 47,911 dengan signifikansi kurang dari 0,001, sehingga ketiga variabel secara simultan berpengaruh

signifikan dan H4 diterima. Nilai R Square sebesar 0,521 menunjukkan bahwa ketiga variabel mampu menjelaskan 52,1% variasi keputusan penggunaan pembayaran digital, sedangkan 47,9% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Tabel 9 Hasil uji simultan (uji F) dan koefisien determinasi (Data primer diolah, 2026)

F hitung	df	Sig.	R	R Square	Adj. R Square
47,911	3; 132	< 0,001	0,722	0,521	0,510

Pengaruh Efisiensi Transaksi terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa efisiensi transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital (B = 0,600; t = 10,249; Sig. < 0,001), sehingga H1 diterima. Rata-rata efisiensi transaksi sebesar 4,09 berada pada kategori tinggi dengan indikator efisiensi biaya sebagai yang tertinggi (4,14), yang menunjukkan bahwa responden cenderung menilai positif manfaat pembayaran digital dalam transaksi kuliner.

Temuan ini dapat dijelaskan karena konsumen sektor kuliner umumnya menginginkan proses pembayaran yang cepat, praktis, dan tidak membutuhkan banyak tahapan. Saat membeli makanan atau minuman, konsumen dapat membayar tanpa menyiapkan uang tunai, menunggu pengembalian uang, atau menjalani proses pembayaran manual, dan pembayaran dapat dilakukan melalui perangkat yang dimiliki konsumen. Kondisi tersebut membuat konsumen merasakan manfaat secara langsung. Dalam perspektif TAM, hal ini sejalan dengan konsep persepsi manfaat, yaitu semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin besar kecenderungan konsumen memilih teknologi tersebut (Al-Suqri, 2014). Hasil ini sejalan dengan Erlangga et al. (2025) yang menemukan bahwa efisiensi waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* GoPay, dengan Wulantika dan Sasongko (2026) yang menemukan pengaruh positif efisiensi transaksi terhadap penggunaan QRIS pada UMKM di Solo, serta dengan Prayoga et al. (2025) dan Yulia et al. (2026) yang menilai pembayaran digital mengurangi waktu dan biaya transaksi. Efisiensi transaksi juga memiliki Standardized Beta tertinggi (0,640) sehingga menjadi variabel dengan pengaruh parsial paling dominan.

Pengelolah : Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by : Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url : http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2136

Pengaruh Perilaku Konsumtif terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital

Perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital (B = 0,168; t = 2,321; Sig. = 0,022), sehingga H2 diterima. Rata-rata perilaku konsumtif sebesar 3,89 berada pada kategori tinggi, dengan indikator pemborosan dalam pembelian sebagai yang tertinggi (3,96) dan pembelian impulsif sebesar 3,82, yang menunjukkan adanya kecenderungan perilaku konsumtif pada responden.

Pengaruh tersebut dapat dikaitkan dengan kecenderungan konsumen membeli secara spontan, mengikuti keinginan, maupun tertarik pada promosi. Dalam sektor kuliner, keputusan membeli makanan atau minuman tidak selalu didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga pada keinginan mencoba produk baru, ketertarikan terhadap tren makanan, dan penawaran promosi, sehingga pembelian dapat berulang atau tidak direncanakan. Dalam aktivitas tersebut, pembayaran digital memudahkan konsumen menyelesaikan transaksi tanpa uang tunai dan memungkinkan mereka memanfaatkan penawaran promosi pada layanan pembayaran, sebagaimana dikemukakan Bardiaman dan Puspitaningrum (2025). Hasil ini sejalan dengan Manurung et al. (2022) yang menemukan pengaruh signifikan perilaku konsumtif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*, dan sejalan dengan Putri et al. (2025) yang menunjukkan hubungan antara penggunaan QRIS dan perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil ini berbeda dari Husain (2025) yang tidak menemukan pengaruh signifikan gaya hidup konsumtif terhadap keputusan penggunaan aplikasi Dana, yang dapat dijelaskan oleh perbedaan konteks transaksi (belanja *online*) dan variabel yang digunakan. Nilai Standardized Beta sebesar 0,145 juga menunjukkan bahwa pengaruh parsial perilaku konsumtif lebih kecil dibandingkan dua variabel lainnya, sehingga meskipun kecenderungan konsumtif mendorong penggunaan pembayaran digital, keputusan konsumen tetap mempertimbangkan manfaat dan kemudahan yang diperoleh.

Pengaruh Aksesibilitas Pembayaran terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital

Aksesibilitas pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital (B = 0,176; t = 2,882; Sig. = 0,005), sehingga H3 diterima. Rata-rata aksesibilitas pembayaran sebesar 4,01 berada pada kategori tinggi; indikator kemudahan menggunakan layanan memperoleh rata-rata tertinggi (4,07), sedangkan ketersediaan metode pembayaran digital sebesar 3,94. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses dan penggunaan menjadi bagian penting dari pengalaman konsumen saat bertransaksi.

Konsumen mempertimbangkan kemudahan memperoleh dan menggunakan layanan pembayaran. Dalam transaksi kuliner, konsumen lebih mudah memilih pembayaran digital apabila tempat usaha menyediakan fasilitas seperti QRIS atau metode digital lainnya, dan akses melalui aplikasi pada telepon seluler memungkinkan pembayaran tanpa membawa uang tunai dalam jumlah tertentu, baik saat membeli langsung maupun memesan makanan melalui layanan digital. Sebaliknya, apabila fasilitas sulit ditemukan atau penggunaannya dianggap menyulitkan, konsumen dapat memilih metode lain. Temuan ini sesuai dengan Pagini dan Liliyan (2026) yang menemukan pengaruh positif dan signifikan aksesibilitas terhadap preferensi pembayaran digital Generasi Z di Surakarta, serta dengan Tondok et al. (2026) mengenai relevansi kemudahan penggunaan QRIS. Hasil ini berbeda dari Saputri dan Anshori (2026) yang tidak menemukan pengaruh signifikan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan QRIS pada Generasi Z di Solo Raya, yang dapat dijelaskan oleh perbedaan variabel dependen (minat, bukan keputusan) dan responden. Nilai Standardized Beta sebesar 0,174 menunjukkan kontribusi parsial yang lebih besar daripada perilaku konsumtif tetapi lebih kecil daripada efisiensi transaksi.

Pengaruh Simultan Ketiga Variabel terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital

Uji F menghasilkan nilai F hitung 47,911 dengan signifikansi kurang dari 0,001, sehingga efisiensi transaksi, perilaku konsumtif, dan aksesibilitas pembayaran secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pembayaran

Pengelolah	:	Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by	:	Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	:	http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2136

digital pada konsumen sektor kuliner di Kota Surakarta dan H4 diterima. Nilai R Square sebesar 0,521 berarti ketiga variabel menjelaskan 52,1% variasi keputusan, sedangkan 47,9% dijelaskan oleh faktor lain, yang menunjukkan bahwa keputusan konsumen berkaitan dengan kombinasi manfaat yang diperoleh, karakteristik perilaku konsumen, dan kemudahan mengakses layanan. Hasil ini konsisten dengan penelitian terdahulu pada konteks QRIS yang juga melaporkan pengaruh simultan variabel manfaat dan kemudahan, yaitu Apriliana dan Maharani (2024) dengan koefisien determinasi 51,2% dan Ningsih et al. (2021) dengan 72,9%.

Efisiensi transaksi memberikan manfaat berupa penghematan waktu, kemudahan, dan kepraktisan; perilaku konsumtif berkaitan dengan kecenderungan membeli berdasarkan keinginan, promosi, atau tren kuliner yang meningkatkan kebutuhan metode pembayaran praktis; dan aksesibilitas mendukung penggunaan melalui ketersediaan fasilitas dan kemudahan akses. Sebagai contoh, konsumen yang tertarik membeli makanan karena promosi akan lebih mudah menyelesaikan pembelian apabila tempat usaha menyediakan pembayaran digital yang cepat dan praktis. Dengan demikian, ketiga faktor saling melengkapi dalam menjelaskan keputusan konsumen. Karena penelitian menggunakan survei, pengaruh yang disajikan merupakan pengaruh statistik dalam model dan tidak dengan sendirinya membuktikan hubungan sebab-akibat.

Implikasi

Secara teoretis, hasil penelitian mendukung penerapan TAM yang disesuaikan dengan konteks pembayaran digital sektor kuliner, di mana manfaat yang dirasakan (efisiensi transaksi) dan kemudahan akses (aksesibilitas pembayaran) berkaitan dengan keputusan penggunaan, dilengkapi faktor perilaku konsumen berupa perilaku konsumtif. Secara praktis, karena efisiensi transaksi memiliki kontribusi parsial paling dominan, pelaku usaha kuliner perlu memperhatikan kecepatan dan kelancaran proses pembayaran, kemudahan transaksi, efisiensi biaya, serta memastikan metode pembayaran digital tersedia dan dapat digunakan dengan baik. Penyedia layanan pembayaran digital perlu meningkatkan kemudahan akses, kestabilan sistem, kecepatan transaksi, dan kemudahan penggunaan fitur, sedangkan konsumen diharapkan memanfaatkan pembayaran digital secara bijak,

memperhatikan kemampuan finansial, dan mengendalikan perilaku konsumtif agar kemudahan bertransaksi tidak mendorong pembelian impulsif maupun pengeluaran berlebihan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 136 konsumen sektor kuliner, di Kota Surakarta, dapat disimpulkan, bahwa (1) efisiensi transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital (koefisien regresi 0,600; t hitung 10,249; signifikansi < 0,001) sehingga H1 diterima; (2) perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan (koefisien 0,168; t hitung 2,321; signifikansi 0,022) sehingga H2 diterima; dan (3) aksesibilitas pembayaran berpengaruh positif dan signifikan (koefisien 0,176; t hitung 2,882; signifikansi 0,005) sehingga H3 diterima. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital (F hitung 47,911; signifikansi < 0,001) sehingga H4 diterima, dengan R Square sebesar 0,521 yang berarti ketiga variabel menjelaskan 52,1% variasi keputusan, sedangkan 47,9% sisanya berkaitan dengan faktor lain dan variasi residual di luar model. Berdasarkan Standardized Beta, efisiensi transaksi memiliki kontribusi parsial paling dominan (0,640), diikuti aksesibilitas pembayaran (0,174) dan perilaku konsumtif (0,145).

Berdasarkan hasil tersebut, pelaku usaha sektor kuliner disarankan terus meningkatkan kualitas fasilitas pembayaran digital, terutama kecepatan dan kelancaran proses pembayaran, kemudahan transaksi, dan efisiensi biaya. Konsumen disarankan menggunakan pembayaran digital secara bijak sesuai kebutuhan dan kemampuan finansial. Penyedia layanan pembayaran digital disarankan meningkatkan kemudahan akses, kestabilan sistem, kecepatan transaksi, dan kemudahan penggunaan fitur.

Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi keputusan penggunaan pembayaran digital, seperti kepercayaan, keamanan transaksi, persepsi manfaat, persepsi risiko, dan promosi, mengingat masih terdapat 47,9% variasi yang belum dijelaskan model. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas karakteristik responden dan cakupan wilayah penelitian agar diperoleh hasil yang lebih beragam dan pemahaman yang lebih luas.

Pengelolah	:	Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by	:	Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	:	http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2136

Daftar Pustaka

Al-Suqri, M. N. (2014). Perceived usefulness, perceived ease-of-use and faculty acceptance of electronic books. *Emerald Insight, 63*(4/5), 276–294.

Alfani, R. S., & Ariani, K. R. (2023). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, risiko dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS). *Edunomika, 8*(1).

Apriliana, S., & Maharani, S. (2024). Pengaruh sistem pembayaran non tunai, kemanfaatan dan kemudahan terhadap keputusan konsumen bertransaksi melalui Quick Response Code Indonesia Standar di Karesidenan Madiun. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 16*(2), 101–108.

Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Surakarta. (2023). *Kajian digitalisasi IKM dan UMKM Kota Surakarta*. BRIDA Kota Surakarta. https://brida.surakarta.go.id/e-riset/uploads/riset//2__LAP__Akhir_Digitalisasi_IKM_UMKM_Solo_Revisi_aw_20052023-isa-sr.pdf

Bank Indonesia. (2024). *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2030: Mengakselerasi ekonomi digital nasional untuk generasi mendatang*. Bank Indonesia. https://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian/Pages/Blueprint-Sistem-Pembayaran-Indonesia-2030.aspx

Banu, E. P., Rahman, D. H., & Zamroni. (2025). Uji validitas dan reliabilitas alat ukur penelitian: Resiliensi akademik pada siswa SMP. *Insight: Jurnal Bimbingan dan Konseling, 14*(1), 110–118.

Bardiaman, R., & Puspitaningrum, D. (2025). Analisis perbandingan efektivitas QRIS dengan metode pembayaran digital lainnya pada generasi muda di Kota Surakarta terhadap minat pengguna pembayaran digital. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi, 2*(6), 203–218. https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jrme/article/view/7026/6129

Damayanti, A. E., Manggabarani, A. S., & Pusporini. (2021). Analisis loyalitas pelanggan terkait kualitas, harga dan desain produk serta kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi pada pengguna kosmetik brand Wardah). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, 20*(2), 125–151.

Erlangga, R., Ferdiansyah, M. T., & Salma, P. (2025). Pengaruh pemanfaatan, dan efisiensi waktu, dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan e-wallet GOPAY. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS), 4*(2), 1094–1098.

Husain, M. A. (2025). *Analisis pengaruh gaya hidup konsumtif dan persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA untuk belanja online di Kota Palopo* [Skripsi]. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Linggi, M., Atawarman, R., & Risakotta, K. A. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, keamanan dan sikap penggunaan teknologi terhadap keputusan penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

pada usaha mikro kecil dan menengah (Studi empiris pada UMKM di Kota Ambon). *Kupna Akuntansi: Kumpulan Artikel Akuntansi, 5*(1), 41–48.

Manurung, W. S. R., Rahmani, N. A. B., & Aslami, N. (2022). Pengaruh perilaku konsumtif, pemberian reward, redibilitas platform terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada transaksi e-commerce dengan kemudahan penggunaan sebagai variabel moderating (Studi kasus mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI), 2*(4), 964–984.

Margareta, J., & Temaluru, Y. (2022). Pengaruh motivasi kerja dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Asuransi Astra Tb. Simatupang Jakarta (Bagian Acquisition). *Jurnal Transaksi, 14*(1).

Mora, N., & Sidiq, S. S. (2024). Digital payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan), 7*(9), 10260–10268.

Nasution, L. M. (2017). Statistik deskriptif. *Jurnal Hikmah, 14*(1), 49–55.

Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika, 4*(1).

Pagini, A. E., & Liliyan, A. (2026). Pengaruh aksesibilitas dan intensitas QRIS terhadap preferensi pembayaran digital Generasi Z di Surakarta. *Jurnal Bisnis Mahasiswa, 6*(1), 103–114.

Pratama, M. D. N., & Suranto. (2026). Transformasi digital UMKM: Analisis kinerja pengguna dan non pengguna QRIS di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu), 15*(3), 1384–1391.

Prayoga, M. S. D., Aristawati, S., Agustin, P. N., Agustin, F. D., & Asitah, N. (2025). Transformasi pembayaran digital di era ekonomi digital: Analisis efisiensi dan dampaknya terhadap UMKM. *Transformasi Pembayaran Digital di Era Ekonomi Digital: Analisis Efisiensi dan Dampaknya terhadap UMKM, 3*(1), 29–38.

Putri, A. A., Riswanmudi, A. R., & Naufal, H. L. (2025). Pengaruh penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial Politik, 2*(3), 694–698.

Saputri, A. L., & Anshori, M. A. (2026). Persepsi kemudahan penggunaan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada Gen Z di Solo Raya dengan sikap terhadap penggunaan sebagai variabel mediasi. *Indonesian Journal of Digital Business, 6*(1), 2073–2095.

Sholihah, S. M., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep uji asumsi klasik pada regresi linier berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman (JRAS), 2*(2), 102–110.

Tondok, Z. R., Nasaruddin, & Djamro, R. A. (2026). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan QRIS terhadap keputusan pembelian di Fore Coffee Cabang Trans Studio Mall Makassar. *Jurnal Entrepreneurship Digital (JED), 3*(1), 21–33.

Wulantika, C. E., & Sasongko, N. (2026). Pengaruh efisiensi transaksi, pencatatan keuangan, dan peningkatan laba terhadap penggunaan aplikasi QRIS sebagai pembayaran digital UMKM di Solo. *Community Engagement & Emergence Journal, 7*(2), 2304–2317.

Yulia, Syamsidar, & Rusnaidi. (2026). Efektivitas penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) sebagai alat transaksi pada UMKM sektor kuliner di Kecamatan Kuta Alam Kota Banda Aceh tahun 2025. *Jurnal Media Informatika (JUMIN), 7*(2), 635–646. https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jumin/article/view/8194/4899