

Digital Payment Qris Dan Perilaku Konsumen: Studi Pada Indomaret Lubuklinggau

Irma Idayati¹, Hardi Mulyono², Ade Pranika³, Ronal Aprianto⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Manajemen, Universitas Bina Insan, LubukLinggau, Indonesia

Email: ¹Irmaidayati@univbinainsan.ac.id, ²Hardi_mulyono@univbinainsan.ac.id,

³Adepranika89@univbinainsan.ac.id, ronal_aprianto@univbinainsan.ac.id⁴

Abstrak

Penelitian ini membahas pengaruh penggunaan pembayaran QRIS terhadap perilaku konsumen pada PT Indomarco Prisma Kota Lubuklinggau dengan kualitas produk sebagai variabel intervening. Perkembangan sistem pembayaran digital mendorong perubahan pola transaksi konsumen di sektor ritel modern. QRIS menjadi salah satu inovasi pembayaran yang memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam proses transaksi. Permasalahan penelitian ini berkaitan dengan bagaimana penggunaan QRIS mempengaruhi perilaku konsumen serta bagaimana kualitas produk berperan dalam hubungan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan QRIS dan perilaku konsumen terhadap kualitas produk pada PT Indomarco Prisma Kota Lubuklinggau. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebar ke 30 responden yang merupakan konsumen dan karyawan Indomaret. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Square dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas produk dengan nilai koefisien sebesar 0,519 dan nilai t statistik sebesar 2,961. Selain itu perilaku konsumen juga berpengaruh positif terhadap kualitas produk dengan nilai koefisien sebesar 0,384 dan nilai t statistik sebesar 1,987. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan sistem pembayaran digital dan perilaku konsumen yang rasional dalam memilih produk mampu meningkatkan persepsi kualitas produk pada ritel modern. Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi teknologi pembayaran digital dan kualitas produk yang baik menjadi faktor penting dalam meningkatkan pengalaman belanja konsumen pada sektor ritel.

Kata kunci : QRIS; Perilaku Konsumen; Kualitas Produk; Pembayaran Digital; Ritel Modern

Abstract

This study examines the effect of QRIS payment usage on consumer behavior at PT Indomarc Prismaatama in Lubuklinggau City with product quality as an intervening variable. The development of digital payment systems has encouraged changes in consumer transaction patterns in the modern retail sector. QRIS has become one of the payment innovations that offers convenience, speed, and efficiency in transaction processes. The problem addressed in this study relates to how the use of QRIS influences consumer behavior and how product quality plays a role in this relationship. This study aims to analyze the influence of QRIS usage and consumer behavior on product quality at PT Indomarc Prismaatama Lubuklinggau City. This research used a quantitative approach with data collected through questionnaires distributed to 30 respondents consisting of consumers and employees of Indomaret. Data analysis was conducted using the Partial Least Square method with the help of SmartPLS software. The results show that the use of QRIS has a positive and significant effect on product quality with a coefficient value of 0.519 and a t statistic value of 2.961. In addition, consumer behavior also has a positive effect on product quality with a coefficient value of 0.384 and a t statistic value of 1.987. These findings indicate that the convenience of digital payment systems and rational consumer behavior in selecting products can improve perceptions of product quality in modern retail. The study implies that the integration of digital payment technology and good product quality becomes an important factor in improving consumer shopping experiences in the retail sector.

Keywords : QRIS; Consumer Behavior; Product Quality; Digital Payment; Retail

Pendahuluan

Perkembangan teknologi pembayaran digital telah mengubah cara konsumen melakukan transaksi di sektor ritel modern. Pada lingkungan ritel seperti Indomaret, konsumen tidak lagi hanya bergantung pada uang tunai, tetapi juga menggunakan pembayaran nontunai yang lebih cepat dan praktis. PT Indomarc Prismaatama sebagai pengelola jaringan minimarket Indomaret terus menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut melalui penyediaan sistem pembayaran QRIS. Di gerai yang menjadi lokasi penelitian, QRIS dapat digunakan melalui berbagai aplikasi pembayaran seperti BCA, BRImo, Livin, BNI, GoPay, ShopeePay, OVO, dan i.Saku. Kondisi ini menunjukkan bahwa pembayaran digital sudah menjadi bagian penting dari pengalaman belanja konsumen di minimarket. Masalah utama yang muncul dalam konteks ini adalah bagaimana penggunaan QRIS memengaruhi perilaku konsumen saat berbelanja. Perilaku konsumen tidak hanya terlihat dari tindakan membeli, tetapi juga mencakup kebiasaan memilih metode pembayaran, kecepatan dalam mengambil keputusan, kenyamanan selama transaksi, dan tingkat kepuasan setelah membeli produk (Yuliati & Handayani, 2021). Dalam praktiknya, perilaku konsumen yang baik akan mendorong

kelancaran transaksi dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Bagi perusahaan ritel, kepuasan pelanggan sangat penting karena berhubungan dengan pembelian ulang, loyalitas, dan citra layanan toko. Dengan kata lain, penggunaan QRIS tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis pembayaran, tetapi juga dapat memengaruhi perilaku belanja secara lebih luas (Nainggolan et al., 2022).

Kualitas produk juga menjadi faktor yang tidak dapat dipisahkan dari perilaku konsumen. Dalam konteks ritel, konsumen cenderung menilai apakah produk yang dibeli sesuai dengan harapan, kebutuhan, dan harga yang dibayarkan (Hana, 2019). Jika kualitas produk baik, maka konsumen lebih mungkin menunjukkan perilaku pembelian yang positif. Sebaliknya, jika kualitas produk tidak sesuai harapan, kenyamanan transaksi digital sekalipun belum tentu mampu mempertahankan minat beli. Hal ini membuat kualitas produk relevan sebagai variabel intervening karena ia dapat menjelaskan hubungan antara penggunaan QRIS dan perilaku konsumen secara lebih utuh. Pada titik ini, masalah penelitian menjadi jelas. Apakah pembayaran QRIS benar-benar memberi pengaruh langsung terhadap perilaku konsumen, atau pengaruh itu muncul karena kualitas produk yang dirasakan konsumen ikut memperkuat pengalaman belanja mereka? Berdasarkan observasi awal peneliti pada 03 Oktober 2024 melalui wawancara dengan Chief of Store di Indomaret Jalan Bandung Kanan, Kecamatan Lubuklinggau Barat II, diperoleh gambaran bahwa penggunaan QRIS sudah berjalan, tetapi belum diketahui secara pasti seberapa besar pengaruhnya terhadap perilaku konsumen. Fenomena ini menunjukkan adanya ruang penelitian yang penting. Di satu sisi, pembayaran digital sudah tersedia dan digunakan. Di sisi lain, perubahan perilaku konsumen belum sepenuhnya terukur. Karena itu, penelitian ini penting untuk menjelaskan hubungan antara pembayaran QRIS,

kualitas produk, dan perilaku konsumen pada konteks ritel modern di Kota Lubuklinggau.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas QRIS dari sudut pandang yang berbeda. (Kurniawati et al., 2021) menjelaskan QR code standard yang dibuat Bank Indonesia untuk fasilitas pembayaran digital melalui aplikasi uang elektronik berbasis mobile banking. Temuan ini menegaskan bahwa QRIS lahir sebagai instrumen standardisasi pembayaran digital yang mendukung efisiensi transaksi. (Azzahroo & Estiningrum, 2021) menyebut QRIS sebagai inovasi pada metode pembayaran e-wallet yang menggunakan kode QR dan memberikan kemudahan, kecepatan pendataan, serta efisiensi dalam transaksi. (Yuliati & Handayani, 2021) juga menekankan bahwa QRIS sebagai kode QR nasional sangat membantu pelaku usaha kecil dalam mengurangi risiko uang palsu, menekan pencurian uang, dan mendukung perekonomian digital. Penelitian lain memperlihatkan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh pertimbangan rasional dalam memilih barang atau jasa. (Adha, 2022) menjelaskan bahwa keputusan pembelian didasarkan pada perhitungan ekonomi yang sadar dan rasional, sehingga konsumen memilih produk berdasarkan kebutuhan, persepsi, dan harga. Pandangan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen tidak berdiri sendiri. Perilaku tersebut dapat dipengaruhi oleh kemudahan sistem pembayaran, kenyamanan transaksi, serta penilaian terhadap produk yang ditawarkan. Pada titik ini, teori perilaku konsumen dan teori adopsi pembayaran digital bertemu dalam konteks ritel modern. State of the art dalam kajian ini terletak pada pergeseran fokus penelitian QRIS. Penelitian terdahulu banyak menempatkan QRIS sebagai inovasi pembayaran, efisiensi transaksi, atau dukungan bagi pelaku usaha. Sementara itu, penelitian lain lebih banyak membahas perilaku konsumen sebagai keputusan rasional dalam membeli produk. Masih sedikit penelitian yang secara khusus menghubungkan penggunaan QRIS dengan perilaku konsumen dalam konteks toko ritel modern, lalu menempatkan kualitas produk sebagai variabel intervening. Padahal, dalam praktik belanja, transaksi digital dan kualitas produk sering berjalan bersamaan dalam membentuk pengalaman konsumen. Di sinilah posisi kebaruan penelitian ini. Penelitian ini tidak hanya melihat QRIS sebagai alat bayar,

tetapi sebagai bagian dari pengalaman konsumsi yang mungkin memengaruhi perilaku konsumen melalui persepsi atas kualitas produk. Research gap juga terlihat dari perbedaan objek dan konteks penelitian. Banyak studi QRIS dilakukan pada UMKM, layanan pembayaran digital secara umum, atau sektor perdagangan elektronik. Sementara itu, penelitian pada jaringan minimarket yang memiliki sistem layanan modern masih terbatas. Indomaret merupakan objek yang relevan karena ia menggabungkan sistem ritel modern, variasi produk harian, dan pembayaran digital dalam satu layanan. Kondisi ini memberi ruang untuk menguji apakah QRIS benar-benar berpengaruh pada perilaku konsumen di lingkungan belanja fisik, bukan hanya pada transaksi online atau usaha kecil.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan pembayaran QRIS terhadap perilaku konsumen di PT Indomarco Prismatama Kota Lubuklinggau dengan kualitas produk sebagai variabel intervening. Penelitian ini juga bertujuan untuk menjelaskan apakah kualitas produk memperkuat atau menjembatani hubungan antara QRIS dan perilaku konsumen. Dengan demikian, penelitian ini tidak berhenti pada pengujian pengaruh langsung, tetapi juga melihat mekanisme pengaruhnya secara lebih mendalam. Pengembangan yang dilakukan dalam penelitian ini terletak pada penggabungan tiga konsep yang saling berhubungan, yaitu pembayaran digital, perilaku konsumen, dan kualitas produk. Pengembangan ini penting karena fenomena konsumsi saat ini tidak lagi hanya ditentukan oleh kemudahan membayar. Konsumen juga menilai apakah produk yang dibeli layak, sesuai, dan memuaskan. Dalam situasi ini, QRIS dapat memberi kemudahan transaksi, tetapi kualitas produk tetap menentukan apakah konsumen akan merasa puas dan menunjukkan perilaku pembelian yang positif. Artinya, pembayaran digital dan kualitas produk tidak berdiri sendiri, melainkan saling berinteraksi dalam membentuk perilaku konsumen.

Fenomena gap yang menjadi dasar penelitian ini terlihat dari kondisi lapangan. QRIS sudah tersedia di Indomaret dan dapat digunakan melalui banyak aplikasi pembayaran, tetapi belum tentu semua konsumen meresponsnya dengan perilaku yang sama. Sebagian konsumen mungkin merasa lebih cepat dan praktis, sedangkan sebagian lain tetap memprioritaskan harga, kualitas produk, atau kebiasaan belanja tunai. Di sisi lain, kemudahan pembayaran tidak selalu otomatis menghasilkan perilaku konsumen yang positif jika produk yang dibeli tidak memenuhi harapan. Karena itu, ada jarak antara kemudahan teknologi pembayaran dan hasil perilaku konsumen yang sesungguhnya. Jarak inilah yang menjadi fenomena gap dalam penelitian ini. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan penjelasan empiris mengenai peran QRIS dalam membentuk perilaku konsumen di ritel modern, sekaligus menegaskan posisi kualitas produk sebagai faktor yang ikut menentukan hasil akhir dari proses belanja. Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi bagi pengembangan kajian pemasaran ritel, pembayaran digital, dan perilaku konsumen, khususnya pada konteks Indomaret di Kota Lubuklinggau.

Metodologi Penelitian

Riset ini dilaksanakan dengan memakai pendekatan kuantitatif. Dalam pendekatan tersebut penekanan penelitian ditempatkan pada proses pengukuran variabel serta pengujian keterkaitan antarvariabel melalui pemanfaatan analisis statistik. Tujuan penelitian ini diarahkan untuk menilai pengaruh pemakaian sistem pembayaran QRIS terhadap perilaku konsumen dengan kualitas produk yang diposisikan sebagai variabel intervening pada PT Indomarco Prismatama Kota Lubuklinggau. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada gerai Indomaret yang berlokasi di Jalan Bandung Kanan, Kecamatan Lubuklinggau Barat II. Pemilihan pendekatan kuantitatif dilakukan karena hubungan antarvariabel dalam penelitian ini diuji secara empiris sehingga kesimpulan yang dihasilkan dapat dinilai serta diukur melalui perhitungan statistik.

Proses penelitian diawali dengan kegiatan pengenalan serta penentuan masalah yang berkaitan dengan penerapan sistem pembayaran QRIS dan pola

perilaku konsumen ketika melakukan aktivitas belanja di Indomaret. Gambaran awal mengenai kondisi lapangan kemudian diperoleh peneliti melalui kegiatan observasi pendahuluan serta wawancara yang dilakukan bersama pihak manajemen toko. Sesudah tahapan tersebut dilaksanakan, perumusan masalah, penetapan tujuan penelitian, serta penyusunan kerangka konseptual penelitian kemudian dirancang oleh peneliti. Langkah selanjutnya dilakukan dengan merancang instrumen penelitian dalam bentuk kuesioner yang memuat sejumlah pernyataan mengenai variabel penggunaan QRIS, kualitas produk, dan perilaku konsumen. Penyusunan instrumen penelitian tersebut didasarkan pada indikator yang sebelumnya dikembangkan dari teori serta hasil penelitian terdahulu. Setelah perangkat instrumen dinyatakan siap digunakan, kegiatan pengumpulan data kemudian dilaksanakan kepada responden yang merupakan konsumen Indomaret di Kota Lubuklinggau.

Seluruh konsumen yang melakukan transaksi di Indomaret PT Indomarco Prismatama Kota Lubuklinggau ditetapkan sebagai populasi dalam penelitian ini. Karena jumlah populasi sangat besar dan tidak dapat dipastikan secara tepat, maka teknik pengambilan sampel diterapkan dalam penelitian ini. Metode yang dipakai dalam pemilihan sampel adalah teknik *purposive sampling*. Melalui metode tersebut responden dipilih dengan mempertimbangkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini kriteria responden ditentukan pada konsumen yang pernah melakukan transaksi di Indomaret serta mengetahui atau pernah menggunakan sistem pembayaran QRIS. Pengumpulan data kepada responden kemudian dilaksanakan dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan secara langsung.

Penelitian ini memanfaatkan tiga variabel utama yang terdiri dari pembayaran QRIS sebagai variabel independen, perilaku konsumen sebagai

variabel dependen, serta kualitas produk yang ditempatkan sebagai variabel intervening. Variabel pembayaran QRIS digunakan untuk merepresentasikan tingkat kemudahan, kecepatan, serta efisiensi dalam penggunaan sistem pembayaran digital. Variabel kualitas produk mencerminkan penilaian konsumen terhadap mutu, kegunaan, serta kesesuaian produk yang tersedia di Indomaret. Variabel perilaku konsumen menggambarkan tindakan konsumen ketika melakukan pembelian, proses pengambilan keputusan dalam memilih produk, serta kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian kembali.

Kerangka penelitian dalam penelitian ini menggambarkan hubungan antara ketiga variabel tersebut. Pembayaran QRIS diduga memengaruhi perilaku konsumen secara langsung. Selain itu pembayaran QRIS juga diduga memengaruhi kualitas produk yang dirasakan konsumen. Selanjutnya kualitas produk diduga memengaruhi perilaku konsumen. Hubungan tersebut membentuk model penelitian dimana kualitas produk berperan sebagai variabel intervening yang menjembatani hubungan antara pembayaran QRIS dan perilaku konsumen.

Alur kerangka penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut. Penelitian dimulai dari identifikasi fenomena penggunaan QRIS pada transaksi di Indomaret. Tahap berikutnya adalah penyusunan kerangka konseptual yang menghubungkan variabel pembayaran QRIS, kualitas produk, dan perilaku konsumen. Setelah kerangka penelitian disusun, peneliti melakukan pengumpulan data dari responden melalui kuesioner. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode analisis statistik. Hasil analisis digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan penyusunan rekomendasi penelitian.

Metode pengolahan data pada penelitian ini dilakukan melalui pendekatan statistik kuantitatif dengan dukungan perangkat lunak statistik sebagai alat analisis. Tahap analisis diawali dengan pengujian mutu instrumen penelitian yang meliputi uji validitas serta uji reliabilitas. Melalui uji validitas dinilai apakah setiap butir pernyataan dalam kuesioner benar benar dapat merepresentasikan variabel yang menjadi objek penelitian. Pengujian reliabilitas dimanfaatkan untuk menilai tingkat kestabilan serta konsistensi alat ukur yang digunakan dalam penelitian.

Instrumen penelitian akan dianggap reliabel apabila nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh melampaui batas standar yang telah ditentukan.

Sesudah instrumen penelitian dinyatakan memenuhi syarat validitas dan reliabilitas, proses analisis dilanjutkan pada tahap analisis regresi. Penggunaan analisis regresi bertujuan untuk menilai hubungan sekaligus mengukur besarnya pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini analisis regresi juga dimanfaatkan untuk menilai fungsi variabel intervening yaitu kualitas produk. Bentuk model persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini selanjutnya dijelaskan pada bagian berikut.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \beta_2 Z + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : adalah perilaku konsumen.

X adalah pembayaran QRIS.

Z adalah kualitas produk.

β_0 adalah konstanta.

β_1 dan β_2 adalah koefisien regresi.

ε adalah error atau kesalahan pengukuran.

Selain itu penelitian ini juga menguji pengaruh pembayaran QRIS terhadap kualitas produk sebagai variabel intervening dengan persamaan regresi berikut.

$$Z = \alpha_0 + \alpha_1 X + \varepsilon$$

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk mampu menjembatani hubungan antara pembayaran QRIS dan perilaku konsumen. Jika pembayaran QRIS berpengaruh terhadap kualitas produk dan kualitas produk berpengaruh terhadap perilaku konsumen, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berperan sebagai variabel intervening dalam model penelitian. Hasil analisis data kemudian diinterpretasikan untuk menjelaskan hubungan antar

variabel penelitian. Interpretasi dilakukan dengan melihat nilai koefisien regresi, nilai signifikansi, serta kekuatan pengaruh antar variabel. Temuan penelitian selanjutnya digunakan untuk menjelaskan bagaimana penggunaan QRIS dapat memengaruhi perilaku konsumen serta peran kualitas produk dalam memperkuat hubungan tersebut pada konsumen Indomaret di Kota Lubuklinggau.

Hasil Dan Pembahasan

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Jaringan minimarket Indomaret di Indonesia dikelola oleh PT Indomarco Prismatama yang bergerak pada sektor ritel modern. Perusahaan tersebut didirikan berdasarkan akta notaris Nomor 207 tertanggal 21 November 1988 dan izin operasional usahanya kemudian diperoleh melalui SIUP Nomor 789 atau 0902 atau PB atau XII atau 88 yang diterbitkan pada 20 Desember 1988. Kantor pusat perusahaan ditempatkan di kawasan Jalan Ancol Barat Jakarta Utara. Pada fase awal operasionalnya hanya beberapa gerai Indomaret yang dijalankan dan lokasi operasinya berada di lingkungan perkantoran seperti Plaza Center, Wisma Indocement, serta Wisma BCA. Seiring perkembangan sektor ritel modern di Indonesia, jangkauan kegiatan usaha perusahaan kemudian diperluas hingga memasuki kawasan permukiman masyarakat dan berbagai area perdagangan lainnya.

Pertumbuhan jaringan gerai Indomaret memperlihatkan peningkatan yang sangat pesat dari waktu ke waktu. Sistem waralaba mulai diterapkan oleh perusahaan pada tahun 1997 yang ditandai dengan pembukaan dua gerai *franchise* pertama di kawasan Borobudur. Hingga penghujung tahun 2025 jumlah gerai Indomaret di seluruh wilayah Indonesia tercatat telah mencapai kurang lebih 19.132 toko yang tersebar di berbagai daerah. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa Indomaret telah berkembang menjadi salah satu jaringan ritel dengan skala terbesar di Indonesia.

Operasional Indomaret di Kota Lubuklinggau mulai dijalankan pada tahun 2013. Kehadiran gerai tersebut dimaksudkan untuk menyediakan layanan ritel modern bagi masyarakat yang membutuhkan akses mudah terhadap berbagai

kebutuhan pokok serta barang konsumsi harian. Gerai pertama di kota tersebut dibangun di Jalan Jendral Moch Hasan dan memperoleh dukungan dari pemerintah daerah karena keberadaannya dipandang mampu mendorong aktivitas ekonomi masyarakat setempat. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada salah satu gerai Indomaret yang terletak di Jalan Garuda RT 03 Kelurahan Bandung Kanan Kecamatan Lubuklinggau Barat II Kota Lubuklinggau. Sebagai perusahaan ritel modern, Indomaret menetapkan visi untuk berkembang menjadi jaringan toko ritel terbesar yang unggul dalam pelayanan serta profesional dalam pengelolaan usaha. Perusahaan juga menetapkan misi untuk memberikan layanan terbaik kepada konsumen, menyediakan produk bermutu dengan harga yang terjangkau, serta mengembangkan sumber daya manusia yang profesional dalam bidang ritel.

2. Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis *Partial Least Square* dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Analisis dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu pengujian model pengukuran atau outer model dan pengujian model struktural atau inner model.

Karakteristik Responden

Jumlah responden yang dilibatkan dalam penelitian ini mencapai 30 orang yang berasal dari kelompok konsumen serta karyawan Indomaret. Analisis terhadap karakteristik responden dilakukan dengan menggunakan beberapa kategori yang meliputi jenis keanggotaan, usia, jenis kelamin, serta tingkat pendidikan. Berdasarkan klasifikasi keanggotaan, sebagian besar partisipan penelitian tercatat sebagai konsumen umum dengan jumlah 17 orang atau setara dengan 56,7 persen. Responden yang memiliki status member biasa tercatat sebanyak 7 orang atau 23,3 persen sedangkan responden yang tergolong member prioritas berjumlah 6 orang atau 20 persen. Berdasarkan kategori jenis kelamin, jumlah responden laki laki tercatat sebanyak 16 orang atau 53,3 persen sementara responden perempuan berjumlah 14 orang atau 46,7 persen. Data tersebut memperlihatkan bahwa responden yang paling dominan dalam penelitian ini berasal dari kelompok laki laki. Berdasarkan latar belakang pendidikan, mayoritas responden diketahui memiliki pendidikan terakhir pada tingkat Sekolah Menengah Atas dengan jumlah 21 orang atau sebesar 70 persen. Responden dengan pendidikan sarjana tercatat sebanyak 4 orang atau 13,3 persen, pendidikan magister berjumlah 3 orang atau 10 persen, serta responden dengan pendidikan doktor tercatat sebanyak 2 orang atau 6,7 persen.

Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap variabel penelitian yang meliputi penggunaan QRIS, perilaku konsumen, dan kualitas produk. Pada variabel penggunaan QRIS, sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa QRIS merupakan alat transaksi elektronik yang praktis. Sebanyak 73,3 persen responden menyatakan sangat setuju terhadap penggunaan QRIS sebagai alat transaksi. Selain itu sebanyak 70 persen responden menyatakan bahwa QRIS memiliki konsep universal yang memudahkan berbagai jenis pembayaran digital. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan QRIS telah diterima dengan baik oleh konsumen Indomaret di Kota Lubuklinggau.

Pada variabel perilaku konsumen, mayoritas responden menyatakan bahwa keterjangkauan harga menjadi salah satu faktor utama dalam keputusan pembelian. Sebanyak 73,3 persen responden menyatakan sangat setuju bahwa harga yang terjangkau menjadi pertimbangan utama ketika melakukan pembelian. Selain itu sebanyak 60 persen responden juga menyatakan setuju bahwa kualitas produk menjadi faktor penting dalam menentukan pilihan pembelian. Pada variabel kualitas produk, sebagian besar responden menyatakan bahwa ukuran produk, ketersediaan produk, dan tampilan produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sebanyak 66,7 persen responden menyatakan sangat setuju bahwa ukuran produk yang sesuai kebutuhan dapat meningkatkan kualitas produk. Selain itu sebanyak 70 persen responden juga menyatakan bahwa tampilan produk dapat menarik perhatian konsumen.

Analisis Model Pengukuran

Hubungan antara indikator dengan variabel laten yang diukur dianalisis melalui tahapan analisis *outer model*. Proses evaluasi terhadap model pengukuran dilakukan melalui serangkaian pengujian yang meliputi validitas konvergen, validitas diskriminan, *Average Variance Extracted*, serta pengujian reliabilitas. Pengujian validitas konvergen dilaksanakan dengan memperhatikan besarnya nilai *loading factor* yang dimiliki oleh setiap indikator. Suatu indikator dianggap memenuhi syarat validitas apabila nilai *loading factor* yang diperoleh berada di atas angka 0,70. Hasil analisis pada tahap awal memperlihatkan bahwa beberapa indikator memiliki nilai *loading factor* yang berada di bawah batas minimal sehingga indikator tersebut perlu dikeluarkan dari model penelitian. Indikator yang tidak memenuhi persyaratan validitas tersebut berasal dari sebagian

indikator pada variabel penggunaan QRIS, perilaku konsumen, serta kualitas produk.

Sesudah indikator yang tidak memenuhi standar validitas dihapus dari model, proses analisis model pengukuran kemudian dijalankan kembali sampai diperoleh model yang memenuhi persyaratan validitas konvergen. Hasil pengujian memperlihatkan bahwa seluruh indikator yang tersisa memiliki nilai *loading factor* lebih besar dari 0,70 sehingga indikator tersebut dinyatakan valid dalam merepresentasikan konstruk penelitian. Kondisi ini menunjukkan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini mampu merepresentasikan variabel penelitian secara tepat. Pengujian validitas diskriminan dilakukan dengan mengevaluasi nilai *cross loading* dari masing-masing indikator terhadap variabel laten yang diukur. Hasil analisis memperlihatkan bahwa nilai *loading* pada setiap indikator lebih tinggi pada konstruk yang menjadi target pengukuran dibandingkan dengan konstruk lain. Temuan ini menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian memiliki kemampuan diskriminasi yang baik sehingga masing-masing variabel dapat dibedakan secara jelas.

Tahap berikutnya dilakukan pengujian *Average Variance Extracted* untuk menilai proporsi varians indikator yang dapat dijelaskan oleh variabel laten. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai AVE pada variabel kualitas produk sebesar 0,784, penggunaan QRIS sebesar 0,816, dan perilaku konsumen sebesar 0,873. Seluruh nilai tersebut berada di atas ambang minimal 0,50 sehingga konstruk penelitian dapat dinyatakan memiliki validitas konvergen yang baik. Selain itu reliabilitas konstruk juga diuji dengan memperhatikan nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* pada variabel penggunaan QRIS sebesar 0,956, perilaku konsumen sebesar 0,932, dan kualitas produk sebesar 0,935. Seluruh nilai tersebut berada di atas batas minimal 0,70 sehingga menunjukkan bahwa variabel penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Nilai *cronbach alpha* juga menunjukkan hasil yang memadai dengan nilai masing-masing variabel berada di atas 0,70 sehingga

instrumen penelitian dapat dinilai memiliki konsistensi yang baik dalam mengukur variabel penelitian.

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini dilaksanakan dengan memanfaatkan metode *bootstrapping* yang tersedia dalam aplikasi SmartPLS. Melalui pengujian tersebut hubungan serta pengaruh antara variabel penelitian dianalisis secara statistik. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan QRIS memberikan pengaruh positif terhadap kualitas produk dengan nilai koefisien sebesar 0,519 serta nilai t statistik sebesar 2,961. Nilai t statistik tersebut berada di atas nilai t tabel sebesar 1,984 sehingga hipotesis pertama dapat dinyatakan diterima. Temuan ini memperlihatkan bahwa penerapan QRIS berkontribusi positif terhadap persepsi konsumen mengenai kualitas produk pada gerai Indomaret di Kota Lubuklinggau. Selain itu hasil analisis juga menunjukkan bahwa perilaku konsumen berpengaruh positif terhadap kualitas produk dengan nilai koefisien sebesar 0,384 dan nilai t statistik sebesar 1,987 yang berada di atas nilai t tabel sebesar 1,984. Berdasarkan hasil tersebut hipotesis kedua juga dapat dinyatakan diterima.

3. Pembahasan

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa penggunaan sistem pembayaran QRIS memberikan dampak positif terhadap kualitas produk pada PT Indomarc Prismatama Kota Lubuklinggau. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemudahan dalam melakukan transaksi digital mampu memperbaiki pengalaman konsumen ketika berbelanja. Ketika proses pembayaran dirasakan lebih cepat serta sederhana oleh konsumen, penilaian mereka terhadap layanan toko termasuk terhadap kualitas produk yang tersedia juga cenderung menjadi lebih

baik (Sudiatmika & Martini, 2022). Hasil penelitian ini juga konsisten dengan teori sistem pembayaran digital yang menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi pembayaran dapat meningkatkan efisiensi transaksi sekaligus memberikan rasa nyaman kepada konsumen (Hartati et al., 2017). Kemudahan penggunaan QRIS memungkinkan konsumen tidak lagi harus membawa uang tunai dalam jumlah besar sehingga kegiatan transaksi dapat dilakukan secara lebih praktis serta aman. Situasi tersebut pada akhirnya mendorong peningkatan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan ritel yang diberikan.

Hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa perilaku konsumen memberikan pengaruh terhadap kualitas produk. Penilaian konsumen terhadap kualitas produk biasanya dibentuk dari pengalaman belanja yang mereka alami secara langsung (Suci et al., 2023). Apabila produk yang tersedia mampu memenuhi kebutuhan konsumen serta memiliki harga yang sebanding dengan nilai manfaat yang diperoleh, maka persepsi terhadap kualitas produk akan mengalami peningkatan. Hasil ini sejalan dengan temuan penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa perilaku konsumen dibentuk oleh persepsi mengenai nilai serta manfaat yang diperoleh dari suatu produk. Konsumen cenderung memperlihatkan perilaku pembelian yang positif apabila produk yang ditawarkan mampu memenuhi kebutuhan serta memberikan tingkat kepuasan yang diharapkan.

Secara umum hasil penelitian ini memperlihatkan adanya hubungan yang kuat antara penggunaan teknologi pembayaran digital dan perilaku konsumen dengan persepsi kualitas produk. Dalam lingkungan ritel modern seperti Indomaret, keterpaduan antara sistem pembayaran digital dengan penyediaan produk yang berkualitas menjadi unsur penting dalam menciptakan pengalaman belanja yang lebih baik bagi konsumen. Temuan penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi manajemen PT Indomarco Prismatama khususnya yang beroperasi di Kota Lubuklinggau. Perusahaan perlu terus mengembangkan kualitas sistem pembayaran digital serta mempertahankan mutu produk yang ditawarkan kepada konsumen. Dengan langkah tersebut perusahaan dapat

meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus memperkuat posisi bersaing dalam industri ritel modern.

Kesimpulan

Analisis dalam penelitian ini diarahkan untuk menilai pengaruh penggunaan sistem pembayaran QRIS terhadap perilaku konsumen pada PT Indomarc Prismatama Kota Lubuklinggau dengan kualitas produk yang diposisikan sebagai variabel intervening. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pemanfaatan QRIS memberikan dampak positif sekaligus signifikan terhadap kualitas produk sebagaimana dirasakan oleh konsumen. Berdasarkan hasil pengujian statistik diketahui bahwa nilai t hitung berada di atas nilai t tabel sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh penggunaan QRIS terhadap kualitas produk dapat diterima. Temuan ini memperlihatkan bahwa penerapan sistem pembayaran digital yang mudah serta efisien mampu memperbaiki pengalaman transaksi konsumen sehingga memengaruhi cara konsumen memandang kualitas produk yang tersedia pada gerai Indomaret.

Selain itu penelitian ini juga menunjukkan bahwa perilaku konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas produk. Nilai t hitung yang lebih besar dibandingkan nilai t tabel menunjukkan bahwa perilaku konsumen berkaitan secara nyata dengan penilaian terhadap kualitas produk. Konsumen umumnya membentuk penilaian kualitas produk berdasarkan pengalaman yang mereka peroleh saat melakukan pembelian termasuk pertimbangan mengenai harga, ketersediaan barang, serta kesesuaian produk dengan kebutuhan mereka. Dengan demikian perilaku konsumen dapat dipandang sebagai salah satu unsur penting yang memengaruhi persepsi terhadap kualitas produk dalam aktivitas ritel modern.

Hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa penggunaan QRIS dan perilaku konsumen secara simultan memberikan pengaruh terhadap kualitas produk pada PT Indomarc Prismatama Kota Lubuklinggau. Kondisi tersebut terlihat dari hasil uji simultan yang menunjukkan bahwa nilai F hitung berada di atas nilai F tabel sehingga hubungan antarvariabel dalam model penelitian dinyatakan signifikan. Temuan ini memperlihatkan bahwa sistem pembayaran digital serta perilaku konsumen saling berkaitan dalam membentuk persepsi konsumen mengenai kualitas produk yang tersedia di toko ritel. Kemudahan transaksi yang diberikan oleh QRIS mampu meningkatkan kenyamanan konsumen saat berbelanja sementara perilaku konsumen yang rasional dalam menentukan pilihan produk turut membentuk penilaian terhadap kualitas produk yang ditawarkan.

Penelitian ini memiliki beberapa keunggulan. Penelitian ini mampu menyajikan gambaran empiris mengenai keterkaitan antara teknologi pembayaran digital, perilaku konsumen, serta kualitas produk dalam sektor ritel modern. Penelitian ini juga memberikan kontribusi praktis bagi perusahaan ritel untuk memahami peran penting sistem pembayaran digital dalam meningkatkan pengalaman berbelanja konsumen. Namun penelitian ini juga memiliki keterbatasan. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini masih relatif terbatas sehingga hasil penelitian masih terbuka untuk dikembangkan lebih lanjut. Selain itu penelitian ini hanya dilakukan pada satu lokasi sehingga hasil penelitian belum tentu dapat diterapkan pada seluruh jaringan ritel yang memiliki karakteristik konsumen yang berbeda.

Penelitian berikutnya dapat dikembangkan dengan menambah jumlah sampel serta memperluas lokasi penelitian sehingga hasil penelitian mampu memberikan gambaran yang lebih luas mengenai perilaku konsumen dalam penggunaan sistem pembayaran digital. Penelitian selanjutnya juga dapat memasukkan variabel lain yang relevan seperti kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, kemudahan penggunaan teknologi, serta kualitas layanan ritel. Dengan perluasan variabel serta objek penelitian diharapkan penelitian berikutnya mampu memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pengembangan ilmu

manajemen pemasaran dan perilaku konsumen khususnya dalam konteks pemanfaatan teknologi pembayaran digital pada sektor ritel modern.

Daftar Pustaka

- Adha, S. (2022). Faktor revolusi perilaku konsumen era digital: Sebuah tinjauan literatur. *Jipis*, 31(2), 134–148.
- Azzahroo, R. A., & Estiningrum, S. D. (2021). Preferensi mahasiswa dalam menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai teknologi pembayaran. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17(1), 10.
- Hana, K. F. (2019). Minat beli online generasi milenial: Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 7(2), 206.
- Hartati, S., Abdullah, I., & Haji, S. (2017). Pengaruh kemampuan pemahaman konsep, kemampuan komunikasi dan koneksi terhadap kemampuan pemecahan masalah. *MUST: Journal of Mathematics Education, Science and Technology*, 2(1), 43–72.
- Kurniawati, E. T., Zuhroh, I., & Malik, N. (2021). Literasi dan edukasi pembayaran non tunai melalui aplikasi QR Code Indonesian Standard (QRIS) pada kelompok milenial. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 5(01). <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/skie/article/view/14674>
- Nainggolan, E. G. M., Silalahi, B. T., & Sinaga, E. M. (2022). Analisis kepuasan Gen Z dalam menggunakan QRIS di Kota Pematangsiantar. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 4(1), 24–32.
- Suci, B. M., Kuntadi, C., & Pramukty, R. (2023). Pengaruh integritas, kompetensi dan pengalaman auditor terhadap efektivitas audit internal. *Jurnal Economina*, 2(7), 1767–1776.
- Sudiatmika, N. B. P., & Martini, I. A. O. (2022). Faktor-Faktor Mempengaruhi Niat Pelaku UMKM Kota Denpasar Menggunakan QRIS. *Jmm Unram-Master of Management Journal*, 11. <https://pdfs.semanticscholar.org/c883/096e19eb2f296c7cf5080361b2173938bef6.pdf>

Irma Idayati, Hardi Mulyono, Ade Pranika, Ronal Aprianto

Digital Payment Qris Dan Perilaku Konsumen: Studi Pada Indomaret Lubuklinggau

Yuliati, T., & Handayani, T. (2021). Pendampingan penggunaan aplikasi digital qris sebagai alat pembayaran pada umkm. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 811-816.