

Pengaruh Sistem Pembayaran Berbasis QRIS dan Pelayanan Terhadap Keputusan Transaksi Konsumen: Studi Kasus Warung Rasbani Selong Lombok Timur

Zahratun Maulidiati ^{1*}, Muh. Rabbul Jalil ², Muh. Khairul Fatihin ³

^{1*,2,3} Studi Perbankan Syariah, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Hamzanwadi Pancor, Indonesia.

Email: zahratunmaulidiati@gmail.com ^{1*}, aidzhabiburrahman@gmail.com ², fatihmukhairul@gmail.com ³

Histori Artikel:

Dikirim 21 Oktober 2025; Diterima dalam bentuk revisi 20 November 2025; Diterima 15 Januari 2026; Diterbitkan 1 Februari 2026. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan Riset) – Lembaga KITA.

Suggested citation:

Maulidiati, Z., Jalil, M. R., & Fatihin, M. K. (2026). Pengaruh Sistem Pembayaran Berbasis QRIS dan Pelayanan Terhadap Keputusan Transaksi Konsumen: Studi Kasus Warung Rasbani Selong Lombok Timur. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 12(1), 351-361. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v12i1.5752>.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sistem pembayaran berbasis QRIS dan kualitas pelayanan terhadap keputusan transaksi konsumen di Warung Rasbani Selong, Lombok Timur. Penelitian menggunakan teori Technology Acceptance Model (TAM) untuk memahami adopsi teknologi pembayaran, teori Servqual untuk menilai kualitas pelayanan, serta konsep keputusan transaksi dalam konteks perilaku konsumen. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan dependen. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, dokumentasi, dan kuesioner yang disebarkan kepada konsumen Warung Rasbani. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan uji t untuk pengujian parsial dan uji F untuk pengujian simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pembayaran berbasis QRIS (X1) dan pelayanan (X2) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan transaksi konsumen (Y), dengan t_{hitung} QRIS $2,980 > t_{tabel}$ 2,056 dan pelayanan $3,817 > 2,056$. Secara simultan, kedua variabel ini juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan transaksi dengan F_{hitung} 13,988 $> F_{tabel}$ 2,98. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 50,9%, menunjukkan bahwa 50,9% keputusan transaksi dipengaruhi oleh QRIS dan pelayanan. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi pembayaran digital dan meningkatkan kualitas pelayanan guna meningkatkan loyalitas dan kepuasan konsumen.

Kata Kunci: QRIS; Pelayanan; Keputusan Transaksi; UMKM; Konsumen; Warung Rasbani.

Abstract

This study aims to analyze the effect of QRIS-based payment systems and service quality on consumer transaction decisions at Warung Rasbani, Selong, East Lombok. The study applies the Technology Acceptance Model (TAM) to understand the adoption of digital payment technology, the Servqual theory to assess service quality, and the transaction decision concept in consumer behavior. The research type is associative with a quantitative approach, aimed at identifying cause-and-effect relationships between independent and dependent variables. Data were collected through direct observation, documentation, and questionnaires distributed to Warung Rasbani consumers. Data analysis was performed using multiple linear regression with t-tests for partial hypotheses and F-tests for simultaneous hypotheses. The results indicate that QRIS-based payment systems (X1) and service quality (X2) partially have a significant effect on consumer transaction decisions (Y), with $t_{calculated}$ for QRIS = $2.980 > t_{table} = 2.056$, and for service = $3.817 > 2.056$. Simultaneously, both variables significantly influence transaction decisions with $F_{calculated} = 13.988 > F_{table} = 2.98$. The coefficient of determination (R^2) is 50.9%, indicating that 50.9% of transaction decisions are influenced by QRIS and service quality. This study provides practical implications for MSMEs to optimize digital payment technology and enhance service quality to improve consumer satisfaction and loyalty.

Keyword: QRIS; Service; Transaction Decision; UMKM; Consumers; Warung Rasbani.

1. Pendahuluan

Di era digital yang semakin pesat, sistem pembayaran mengalami transformasi besar menuju metode non-tunai. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah sistem pembayaran berbasis *Quick Responses Code Indonesian Standard* (QRIS) (Indah Rahmanungsih 2022). Berkembangnya fitur kemudahan yang ditawarkan seperti QR code untuk melakukan pembayaran saat ini tidak bisa dihindari karena kemajuan teknologi berjalan beriringan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan peradaban manusia sehingga keputusan konsumen tidak dapat berubah. QRIS menggabungkan berbagai metode pembayaran elektronik ke dalam satu kode QR tunggal, sehingga pengguna dapat melakukan pembayaran menggunakan dompet digital atau aplikasi pembayaran yang mereka pilih. QRIS bertujuan mempermudah transaksi pembayaran non-tunai. Pengembangan QRIS dimulai sejak tahun 2016 oleh Bank Indonesia dan resmi diluncurkan pada tanggal 17 Agustus 2019. Setelah adanya peluncuran QRIS cepat diterapkan diberbagai sektor ekonomi di Indonesia, termasuk ritel, restoran, transportasi umum, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) (Musdalifah 2024). Setelah peluncurannya, QRIS terus mengalami perkembangan dan penyesuaian untuk meningkatkan keamanan, kemudahan dan interoperabilitas, maksudnya yakni QRIS dirancang agar dapat digunakan dengan berbagai aplikasi pembayaran yang berbeda serta kemudahan di berbagai tempat (Rahmawati 2022). Dalam mendukung penerapan QRIS, Bank Indonesia mengeluarkan Peraturan Anggota Dewan Gubernur (yang selanjutnya disebut PADG) Nomor 21/18/PADG/2019 tentang Implementasi Standar Nasional *Quick Response Code* menyatakan bahwa, QRIS ini ada sebab digitalisasi layanan sistem pembayaran perlu dikembangkan untuk mendukung integrasi ekonomi dan keuangan digital nasional, dengan tetap seimbang menjaga inovasi dan bisnis yang sehat demi kepentingan nasional. Dasar hukum/kaidah regulasi QRIS dalam perspektif fiqh yaitu:

الأَصْلُ فِي الْمَعَامَلَةِ إِلَّا بِأَحَدٍ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Hukum asal semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya. Hukum dari dompet digital adalah diperbolehkan karena sebenarnya adanya dompet digital itu untuk mempermudah. Pembayaran menggunakan digital sendiri juga untuk membayar jasa yang telah mereka berikan kepada konsumen. Perihal haram dan tidaknya suatu dompet digital sebenarnya kembali lagi pada para pengguna dompet digital itu sendiri. Biasanya dari pihak online telah memberikan syarat dan ketentuan sebagai informasi kesepakatan dengan konsumen dan itu perlu persetujuan (Ulim Nuha dkk. 2020). QRIS dapat berfungsi pada semua *merchant* yang mempunyai account di Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). Tipe alat pembayaran dengan uang elektronik menjadi solusi bagi kebutuhan instrumen pembayaran mikro yang dapat melakukan proses transaksi secara cepat serta biaya rendah karena nominal transaksi dapat langsung disimpan pada sistem tertentu dengan aman (Indah Rahmanungsih 2022). Di kabupaten Lombok Timur, penerapan QRIS juga mulai digunakan oleh pelaku usaha kecil, termasuk Warung Rasbani di Selong (Lalu Ali Hasan Hilalludin Hilalludin 2025). Meskipun QRIS memberikan banyak kemudahan, sebagian konsumen masih mempertimbangkan faktor lain dalam bertransaksi, salah satunya adalah pelayanan yang diberikan oleh penjual. Hal ini membuat keputusan konsumen dalam menggunakan transaksi berbasis QRIS tidak hanya dipengaruhi oleh sistem pembayaran itu sendiri, tetapi juga oleh kualitas pelayanan (Hariyani 2023). Walaupun QRIS memberikan banyak kemudahan dalam bertransaksi, tidak jarang ada yang menerima dan ada juga yang belum menerima perubahan yang ada. Pada tahun 2020 Warung Rasbani sudah menyediakan Kode QR, akan tetapi belum banyak yang dapat menggunakannya, karena belum paham akan keberadaan sistem pembayaran QRIS yang ada. Karena kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat akhirnya masyarakat pun terbiasa melakukan pembayaran dengan sistem pembayaran QRIS. Dengan adanya penerapan QRIS, pendapatan Warung Rasbani mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hasil data pendapatan Warung Rasbani Selong Lombok Timur, rata-rata penerimaan laba bulanan antara 80 juta hingga 125,90 juta. Jika dikalkulasikan selama periode 2021-2024, total laba yang diperoleh berkisar Rp 2,4 miliar hingga Rp 3,7 miliar sesuai dengan diagram berikut ini:

RESEARCH ARTICLE



Selain penerapan QRIS, layanan pelanggan menjadi fokus utamanya yaitu agar pelanggan kembali membeli menu yang telah mereka beli sebelumnya. Segala kebutuhan pelanggan akan terpenuhi termasuk layanan tatap muka atau telepon, email, interaksi media sosial serta melakukan transaksi non-tunai. Pelayanan yang baik dapat menghasilkan hubungan yang bertahan lama antara bisnis dan konsumennya (S. H. Hilalludin *et al.* 2025). Pelayanan pada usaha tertentu tidak hanya diukur dari rasa produk atau cepat-lambatnya penyajian, tetapi juga bagaimana konsumen merasa dihargai, nyaman dan ingin kembali. Salah satunya pada bisnis kuliner yang merupakan bagian dalam industri ekonomi kreatif karena usaha kuliner tersendiri bagian dari sektor usaha di bidang jasa yang menyediakan layanan makanan dan minuman kepada masyarakat umum, sedangkan faktor utama pendukung usaha kuliner yaitu tamu dan pelanggan (Dunn *et al.* 2024). Bisnis kuliner yang diminati di Kota Selong Lombok Timur salah satunya yaitu Warung Makan Rasbani yang terletak di Kelayu Utara. Warung Makan Rasbani didirikan pada tahun 2009, dimana warung makan ini menyajikan menu spesial yaitu ikan nila bakar dan ayam bakar dengan bumbu khas serta nasi goreng terkenal yaitu nasi goreng pattaya. Tidak hanya Warung Rasbani saja, untuk warung makan masih banyak di Lombok Timur. Walaupun jenis usaha kuliner sama akan tetapi masing-masing pedagang memiliki harga dan porsi yang berbeda-beda, sehingga disitulah terjadi persaingan baik dari segi kualitas produk dan harga, selain itu juga dari cara pelayanan yang dilakukan pedagang kepada konsumen (Annisa, Rahawarin, and Pattimukay 2023).

2. Tinjauan Pustaka

Sistem pembayaran berbasis QRIS telah berkembang pesat seiring dengan transformasi digital dalam sektor keuangan, terutama di Indonesia. QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) merupakan sistem pembayaran non-tunai yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi melalui kode QR yang terintegrasi dengan berbagai aplikasi dompet digital dan platform pembayaran lainnya. Menurut Rahmawati (2022), QRIS tidak hanya memberikan kemudahan bagi konsumen tetapi juga meningkatkan efisiensi dan memperluas aksesibilitas transaksi digital, terutama di sektor UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh Sari *et al.* (2024) menekankan bahwa penggunaan QRIS memungkinkan pelaku UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas dengan memanfaatkan teknologi yang lebih mudah diterima oleh konsumen, khususnya generasi muda yang sudah terbiasa dengan transaksi digital. Pelayanan konsumen juga memainkan peran yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan transaksi. *Servqual*, sebagai teori yang sering digunakan untuk menilai kualitas pelayanan, menyebutkan bahwa dimensi seperti *tangible* (berwujud), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (kepastian), dan *empathy* (kepedulian) adalah faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan (Parasuraman *et al.*, 1988). Dalam konteks ini, pelayanan yang baik bukan hanya berfokus pada kecepatan dan ketepatan, tetapi juga pada pengalaman pelanggan yang mencakup perasaan dihargai dan diperhatikan, yang secara langsung memengaruhi niat konsumen untuk melakukan pembelian ulang (Jackson *et al.*, 2013).

RESEARCH ARTICLE

Sistem pembayaran QRIS dan pelayanan yang berkualitas tidak dapat dipisahkan dalam konteks bisnis UMKM, khususnya di sektor kuliner. Penelitian oleh Fadlillah *et al.* (2021) menunjukkan bahwa teknologi pembayaran yang mudah diakses, seperti QRIS, dapat mempercepat proses transaksi, sementara pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman yang positif bagi konsumen, sehingga mendorong mereka untuk kembali. Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan dari Nugroho *et al.* (2025), yang menyatakan bahwa kombinasi antara kemudahan dalam transaksi digital dan kualitas pelayanan yang baik meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penerapan sistem pembayaran berbasis QRIS yang didukung oleh kualitas pelayanan yang optimal akan memberikan dampak signifikan terhadap keputusan transaksi konsumen. Secara keseluruhan, baik sistem pembayaran QRIS maupun kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang saling mendukung dalam meningkatkan keputusan transaksi konsumen. Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa integrasi kedua faktor ini berkontribusi terhadap pengalaman konsumen yang lebih memuaskan, yang pada gilirannya berpotensi meningkatkan loyalitas dan frekuensi transaksi di sektor UMKM.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih yang bersifat kausal. Variabel independen dalam penelitian ini adalah sistem pembayaran berbasis QRIS dan pelayanan, sementara variabel dependen adalah keputusan transaksi konsumen. Pendekatan kuantitatif diterapkan untuk menganalisis fenomena dengan menggunakan data numerik, serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan melalui teknik statistik. Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen Warung Rasbani di Selong, Lombok Timur, serta dianalisis secara statistik untuk menjawab rumusan masalah yang ada. Penelitian ini dilaksanakan pada periode Agustus hingga Oktober 2025, dimulai dengan penyusunan proposal skripsi, kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan dan analisis data di lapangan (Zohri, 2025). Definisi operasional digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan variabel-variabel yang ada dalam bentuk yang terukur, guna memudahkan proses pengumpulan data. Tiga variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah: (1) sistem pembayaran berbasis QRIS (X1), (2) pelayanan (X2), dan (3) keputusan transaksi (Y). Variabel X1 mencakup dimensi kemudahan transaksi, dukungan multi-platform, fleksibilitas, keamanan, dan promosi inklusi keuangan, dengan indikator seperti kemudahan penggunaan, fleksibilitas waktu dan tempat, keamanan, serta dukungan terhadap inklusi keuangan. Variabel X2 yang berfokus pada pelayanan mencakup dimensi *tangible* (berwujud), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (kepastian), dan *empathy* (kepedulian), dengan indikator seperti fasilitas warung, kesesuaian pelayanan dengan janji, tanggapan cepat, rasa aman dan percaya, serta kepedulian terhadap konsumen. Sedangkan, variabel dependen Y, yang adalah keputusan transaksi, melibatkan dimensi tujuan membeli, pemrosesan sebelum pemilihan merek, kemantapan produk, rekomendasi, dan pembelian ulang, dengan indikator seperti preferensi bertransaksi menggunakan QRIS, peningkatan frekuensi transaksi, keputusan mantap untuk menggunakan QRIS dibandingkan dengan pembayaran tunai, rekomendasi kepada orang lain, serta niat melakukan pembelian ulang karena pelayanan yang memadai (Nugroho *et al.*, 2025).

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan transaksi di Warung Rasbani Selong, Lombok Timur, dengan rata-rata jumlah konsumen per hari sekitar 100 orang. Mengingat jumlah populasi yang besar, peneliti menggunakan sampel yang representatif untuk mewakili populasi tersebut. Sampel dipilih dengan metode *Non-Probability Sampling* melalui teknik *Purposive Sampling*, yakni penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan fenomena yang diteliti, yaitu keputusan transaksi konsumen dalam menggunakan sistem pembayaran berbasis QRIS. Berdasarkan rumus Roscoe, jumlah sampel minimum yang diperlukan adalah 10 kali jumlah variabel ($10 \times 3 = 30$ responden), sehingga penelitian ini melibatkan 30 responden. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel

independen, yaitu sistem pembayaran berbasis QRIS (X1) dan pelayanan (X2), yang memengaruhi variabel dependen, yaitu keputusan transaksi konsumen Warung Rasbani Selong Lombok Timur (Y). Indikator digunakan untuk mengoperasionalkan variabel agar dapat diukur secara konkret, memudahkan pengumpulan data, pengujian hipotesis, dan analisis hubungan antarvariabel. Penggunaan variabel yang tepat juga memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian yang dapat direplikasi (Gigih Hadi Nugroho Said, 2025).

3.2 Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur variabel secara valid dan reliabel, sementara teknik pengumpulan data digunakan untuk memperoleh data yang mendukung tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan beberapa instrumen, seperti observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung dan sistematis terhadap perilaku konsumen tanpa intervensi peneliti, terutama untuk memantau proses transaksi dan pelayanan di Warung Rasbani. Kuesioner yang digunakan terdiri dari daftar pertanyaan tertulis yang dirumuskan sebelumnya untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden. Skala Likert 4 poin digunakan, yaitu sangat setuju (4), setuju (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1), yang memungkinkan konversi jawaban responden menjadi skor numerik yang dapat dianalisis secara kuantitatif. Dokumentasi juga digunakan untuk memperoleh data tambahan berupa tulisan, foto, atau video yang menggambarkan lokasi penelitian dan karakteristik responden, yakni konsumen Warung Rasbani Selong Lombok Timur (H. Hilalludin, Alf, and Nisa, 2025).

3.3 Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Validitas berkaitan dengan sejauh mana suatu instrumen mengukur apa yang seharusnya diukur, khususnya dalam penelitian kuantitatif yang menekankan bukti empiris, objektivitas, fakta, dan data numerik. Pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor masing-masing item dengan skor total variabel, kemudian dianalisis menggunakan SPSS for Windows pada tingkat signifikansi 5% dengan 30 responden. Nilai r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} untuk menentukan apakah item pertanyaan valid, dengan rumus $r_{xy} = (n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)) / \sqrt{[(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)]}$. Reliabilitas mengukur sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan konsisten jika dilakukan berulang pada subjek yang sama, dengan catatan aspek yang diukur belum berubah. Data yang reliabel belum tentu valid, karena konsistensi jawaban tidak selalu mencerminkan kebenaran. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan membandingkan koefisien Cronbach Alpha (CA) terhadap nilai kritis 0,60; jika nilai di bawah 0,60, instrumen dinyatakan tidak reliabel. Rumus yang digunakan adalah $r_{11} = CA (k/(k-1))(1 - (\sum ab^2)/a^2)$, di mana k = jumlah butir pertanyaan, $\sum ab^2$ = jumlah varians butir, dan a^2 = varians total. Teknik validitas dan reliabilitas ini digunakan karena merupakan metode yang umum dipakai dalam kuesioner dan memberikan gambaran jelas mengenai keunggulan instrumen serta memudahkan peneliti dalam menginterpretasikan hasil penelitian (S. A. Putri and Rahmanto 2023).

3.4 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data digunakan untuk mengolah data menjadi informasi yang berguna untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian. Analisis data dimulai dengan uji asumsi klasik yang menjadi persyaratan statistik dalam regresi linear berganda berbasis Ordinary Least Square (OLS). Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, yang bertujuan memastikan distribusi residual mengikuti distribusi normal agar uji statistik valid; uji heteroskedastisitas, yang memeriksa kesamaan varians residual antar pengamatan agar model regresi homoskedastis; dan uji multikolinearitas, yang memastikan tidak terjadi korelasi tinggi antar variabel bebas dengan melihat nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Analisis dilanjutkan dengan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X_1 = QRIS dan X_2 = Pelayanan) terhadap variabel dependen (Y = Keputusan Transaksi Konsumen) melalui model $Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$, di mana α adalah konstanta, b_1 dan b_2 adalah koefisien regresi, dan e adalah faktor pengganggu (Rachman, Julianti, and Arkoyah 2024). Pengujian hipotesis dilakukan baik secara parsial maupun simultan. Uji hipotesis parsial

(uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Keputusan pengujian didasarkan pada perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} : jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, hipotesis alternatif diterima dan H_0 ditolak, menandakan pengaruh signifikan; jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, H_0 diterima dan hipotesis alternatif ditolak, menunjukkan pengaruh tidak signifikan. Nilai t diperoleh menggunakan rumus $t = (r\sqrt{(n-2)}) / \sqrt{(1-r^2)}$, di mana r adalah koefisien korelasi Pearson, r^2 adalah koefisien determinasi, dan n adalah jumlah sampel. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menilai kontribusi masing-masing variabel independen terhadap keputusan transaksi konsumen secara jelas dan terukur (Rizky, Hayati, and Ruzky 2024).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil

Penelitian ini dilaksanakan di Warung Rasbani yang terletak di Kota Selong, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat. Warung Rasbani merupakan salah satu usaha kuliner yang dikenal luas oleh masyarakat setempat. Perjalanan berdirinya warung ini tidak lepas dari pengalaman panjang pemiliknya dalam merintis usaha di bidang kuliner. Setelah menyelesaikan pendidikan di bangku SMA, pemilik melanjutkan studi di bidang Pariwisata di Universitas Mataram. Setelah menyelesaikan pendidikan, beliau bekerja sebagai Tenaga Kerja Indonesia (TKI) di Brunei Darussalam guna membantu perekonomian keluarga. Selama bekerja di luar negeri, pemilik memperoleh pengalaman di dunia kuliner, dimulai dari posisi waiter hingga menjadi pembantu koki, sebuah pengalaman yang berharga baik dari segi keterampilan mengolah makanan maupun dalam hal manajemen restoran (Ramadhan, Daga, and Samad, 2023). Pada tahun 2007, setelah kembali ke tanah air, pemilik membuka usaha kuliner bersama teman-temannya dengan nama Warung Makan Markisa. Warung ini beroperasi sekitar satu tahun, namun akibat perbedaan visi dan misi antara pemilik dan rekan usaha, beliau memutuskan untuk berpisah dan melanjutkan usaha secara mandiri. Pada tahun 2009, beliau mendirikan Warung Rasbani. Pada awalnya, warung ini masih sederhana dengan menu terbatas, di mana nasi goreng menjadi sajian utama, dan hanya mempekerjakan lima orang karyawan. Fokus utama pada masa itu adalah penyajian cepat dengan cita rasa yang sesuai dengan selera masyarakat setempat (Amelia Dyah Sekarsari, Sulistyaningrum Indrawati, and Subarno, 2021). Seiring dengan berjalannya waktu, Warung Rasbani mulai mengembangkan variasi menu seperti capcay, mie goreng, dan beberapa jenis makanan lainnya. Meskipun terjadi pengembangan menu, usaha ini sempat mengalami tantangan dalam mempertahankan konsistensi penjualan. Pada tahun 2012, pemilik memutuskan untuk menutup sementara Warung Rasbani karena lemahnya manajemen dan menurunnya daya beli masyarakat. Setelah menutup usaha, pemilik kembali bekerja di Brunei Darussalam sebagai TKI selama dua tahun untuk menambah modal serta mematangkan rencana pengembangan usaha. Pada tahun 2014, dengan modal yang lebih kuat dan strategi yang matang, pemilik membuka kembali Warung Rasbani. Pada periode ini, warung tersebut menghadirkan inovasi baru, termasuk pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Variasi menu juga terus dikembangkan, dengan memanfaatkan bahan dasar yang sama untuk menciptakan berbagai varian, sehingga pelanggan memiliki banyak pilihan tanpa menghilangkan ciri khas masakan yang ditawarkan. Perubahan ini terbukti berhasil, karena Warung Rasbani semakin dikenal luas dan mendapat respons positif dari masyarakat (Sya'diah and Indana, 2023). Selain pengembangan menu dan strategi pemasaran, Warung Rasbani juga mengikuti perkembangan teknologi dalam sistem pembayaran. Pada tahun 2020, warung ini mulai mengimplementasikan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) sebagai metode pembayaran digital. Penerapan QRIS mempermudah konsumen dalam bertransaksi, baik melalui dompet digital maupun aplikasi perbankan. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi tetapi juga memperluas jangkauan pasar, terutama kepada konsumen muda yang sudah terbiasa dengan sistem pembayaran digital. Hingga saat ini, Warung Rasbani tetap eksis dan menjadi pilihan utama masyarakat di Selong, Lombok Timur, berkat cita rasa masakan yang terjangkau, menu yang bervariasi, serta sistem pembayaran yang modern dan praktis (Chandrawan, 2023).

RESEARCH ARTICLE

4.1.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang dikumpulkan melalui kuesioner menunjukkan bahwa sebanyak 19 responden atau 63,3% adalah laki-laki, sedangkan 11 responden atau 36,7% adalah perempuan.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah Responden | Persentase (%) |
|---------------|------------------|----------------|
| Laki-Laki | 19 | 63,3 % |
| Perempuan | 11 | 36,7 % |
| Total | 30 | 100,0% |

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, Berdasarkan kuesioner yang telah dihimpun, hasil karakteristik responden berdasarkan usia yaitu sebanyak 30 responden atau 30%, yang dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| Usia | Jumlah Responden | Persentase (%) |
|------------|------------------|----------------|
| Usia 21-24 | 1 | 3,3 % |
| Usia 25-30 | 11 | 36,7 % |
| Usia 31-35 | 9 | 30,0 % |
| Usia 36-40 | 3 | 10,0 % |
| Usia 41-45 | 4 | 13,3 % |
| Usia 46-52 | 2 | 6,7 % |
| Total | 30 | 100,0 % |

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan, Berdasarkan kuesioner yang telah dihimpun, hasil karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan yaitu pelajar/mahasiswa sebanyak 2 responden atau 2%, pegawai negeri/ASN sebanyak 10 responden atau 10%, karyawan swasta sebanyak 4 responden atau 4%, wiraswasta/pedagang sebanyak 7 responden atau 7%, dan lain-lain sebanyak 7 responden atau 7% yang dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

| Jenis Pekerjaan | Jumlah Responden | Persentase (%) |
|---------------------|------------------|----------------|
| Pelajar/mahasiswa | 2 | 6,7 % |
| Pegawai negeri/ASN | 10 | 33,3 % |
| Karyawan Swasta | 4 | 13,3 % |
| Wiraswasta/pedagang | 7 | 23,3 % |
| Lain-lain | 7 | 23,3 % |
| Total | 30 | 100,0 % |

Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja di Warung Rasbani, Berdasarkan kuesioner yang telah dihimpun, hasil karakteristik responden berdasarkan frekuensi berbelanja yaitu 1-2 kali/minggu sebanyak 18 responden atau 18%, 3-4 kali/minggu sebanyak 5 responden atau 5%, dan >3 kali/minggu sebanyak 7 responden atau 7% yang dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja

| Frekuensi Berbelanja | Jumlah Responden | Persentase (%) |
|----------------------|------------------|----------------|
| 1-2 kali/minggu | 18 | 60,0 % |
| 3-4 kali/minggu | 5 | 16,7 % |
| >3 kali/minggu | 7 | 23,3 % |
| Total | 30 | 100,0% |

RESEARCH ARTICLE

Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan QRIS, Berdasarkan kuesioner yang telah dihimpun, hasil karakteristik responden berdasarkan penggunaan QRIS yaitu sering sebanyak 14 responden atau 14%, kadang-kadang sebanyak 12 responden atau 12%, pernah sebanyak 4 responden atau 4%, dan tidak pernah sebanyak 0 yang dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan QRIS

| Penggunaan QRIS | Jumlah Responden | Persentase (%) |
|-----------------|------------------|----------------|
| Sering | 14 | 46,7 % |
| Kadang-kadang | 12 | 40,0 % |
| Pernah | 4 | 13,3 % |
| Tidak pernah | 0 | 0 |
| Total | 30 | 100,0% |

4.2 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sistem pembayaran berbasis QRIS (X1) dan pelayanan (X2) terhadap keputusan transaksi konsumen di Warung Rasbani Selong, Lombok Timur (Y). Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25, melalui uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas), serta uji regresi linear berganda. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk pengujian parsial dan uji F untuk pengujian simultan, dengan uji koefisien determinasi (R^2) sebagai langkah akhir. Hasil penelitian kemudian dibandingkan dengan teori dan penelitian terdahulu yang relevan (Fadlillah, Nugrohoi, and Sangka, 2021). Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel sistem pembayaran berbasis QRIS, diperoleh nilai signifikansi $0,006 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $2,980 > t_{tabel}$ 2,056, yang menunjukkan bahwa sistem pembayaran berbasis QRIS berpengaruh signifikan terhadap keputusan transaksi konsumen. Semakin baik penerapan QRIS, semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan transaksi. Hal ini menggambarkan bahwa QRIS, sebagai metode pembayaran digital, memberikan kemudahan dalam transaksi, dengan dukungan multi-platform, fleksibilitas, serta keamanan yang meningkatkan kenyamanan konsumen. Penggunaan QRIS membuat transaksi menjadi lebih praktis, modern, dan aman karena terhubung langsung dengan rekening atau dompet digital konsumen (Sari *et al.*, 2024). Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Hutami A. Ningsih, Endang M. Sasmito, dan Bida Sari (2021), yang menyatakan bahwa manfaat dan kemudahan penggunaan QRIS berpengaruh signifikan terhadap keputusan transaksi. Penerapan QRIS di Warung Rasbani terbukti mempermudah proses pembayaran, menciptakan pengalaman transaksi yang lebih cepat dan efisien, yang meningkatkan keputusan konsumen untuk bertransaksi (Jusuf Leiwakabessy *et al.*, 2023).

Selanjutnya, hasil uji parsial menunjukkan bahwa pelayanan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan transaksi konsumen, dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan t_{hitung} 3,817 $> t_{tabel}$ 2,056. Artinya, pelayanan yang diberikan oleh Warung Rasbani memiliki peran penting dalam membentuk keputusan transaksi konsumen. Pelayanan yang baik mencakup aspek *tangible* (berwujud), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (kepastian), dan *empathy* (kepedulian), yang semuanya berkontribusi pada rasa nyaman dan kepuasan konsumen. Semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin besar dorongan bagi konsumen untuk melakukan transaksi ulang (Hilyati *et al.*, 2022). Penelitian Jackson R.S. Weenas (2013) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, menunjukkan bahwa pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif meningkatkan kepercayaan serta kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pelayanan yang optimal tidak hanya memperlancar proses transaksi, tetapi juga menciptakan hubungan jangka panjang antara konsumen dan penjual (Silaen & Rappi, 2022). Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa sistem pembayaran berbasis QRIS dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan transaksi konsumen, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan F_{hitung} 13,988 $> F_{tabel}$ 2,98. Ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen dalam bertransaksi dipengaruhi oleh kedua variabel tersebut. Kombinasi antara QRIS yang praktis dan pelayanan yang baik mampu menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan transaksi.

RESEARCH ARTICLE

Temuan ini didukung oleh penelitian Friady Sitohang dan Sintaria Sembiring (2024) yang menyatakan bahwa QRIS berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Penelitian oleh Nia Monica Putri, Idham Lakoni, dan Santita Safianti (2023) juga menemukan bahwa literasi keuangan, kemudahan, dan kepercayaan terhadap QRIS berpengaruh signifikan terhadap keputusan transaksi. Kedua penelitian tersebut memperkuat temuan bahwa penerapan QRIS yang efektif dan pelayanan yang berkualitas dapat meningkatkan keputusan transaksi konsumen, sebagaimana terbukti di Warung Rasbani Selong, Lombok Timur (Hawu, Ratu, and Ballo, 2022). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan sistem pembayaran berbasis QRIS yang efisien dan pelayanan yang berkualitas berkontribusi secara signifikan terhadap keputusan transaksi konsumen. Semakin optimal kedua faktor ini diterapkan, semakin tinggi pula tingkat keputusan transaksi yang terjadi di Warung Rasbani Selong, Lombok Timur.

5. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini, yang berjudul “Pengaruh Sistem Pembayaran Berbasis QRIS dan Pelayanan terhadap Keputusan Transaksi Konsumen (Studi Kasus Warung Rasbani Selong Lombok Timur)”, dapat ditarik beberapa kesimpulan. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa sistem pembayaran berbasis QRIS memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan transaksi konsumen Warung Rasbani Selong Lombok Timur secara parsial. Hal ini terbukti dari perhitungan SPSS, di mana nilai t_{hitung} untuk variabel X_1 (QRIS) sebesar 2,980 lebih besar dari t_{tabel} 2,056 pada tingkat signifikansi 5%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa QRIS berperan penting dalam meningkatkan keputusan transaksi konsumen. Selain itu, analisis juga menunjukkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan transaksi konsumen secara parsial. Berdasarkan perhitungan SPSS, nilai t_{hitung} untuk variabel X_2 (pelayanan) sebesar 3,817 yang lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} 2,056 pada taraf signifikansi 5%, membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Warung Rasbani turut memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan transaksi. Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa kedua variabel, sistem pembayaran berbasis QRIS dan pelayanan, secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan transaksi konsumen. Dengan nilai F_{hitung} sebesar 13,988 yang lebih besar dari F_{tabel} 2,98 pada tingkat signifikansi 5%, hipotesis penelitian diterima, yang berarti bahwa kedua faktor tersebut secara simultan mempengaruhi keputusan transaksi konsumen. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar Warung Rasbani Selong Lombok Timur terus mengoptimalkan penggunaan sistem pembayaran berbasis QRIS dengan memberikan edukasi kepada konsumen mengenai kemudahan dan keamanan transaksi. Peningkatan kualitas pelayanan secara konsisten, dengan fokus pada keramahan, kecepatan, dan ketepatan, juga perlu dilakukan agar konsumen merasa puas dan terdorong untuk melakukan transaksi kembali. Selain itu, promosi melalui media sosial dan secara langsung dapat membantu memperkenalkan kemudahan transaksi QRIS kepada masyarakat. Evaluasi rutin terhadap sistem dan pelayanan yang ada juga penting untuk memperbaiki setiap kekurangan yang ada. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam penelitian lebih mendalam, khususnya bagi mahasiswa IAI Hamzanwadi Pancor Fakultas Syariah Program Studi Perbankan Syariah, terkait pengaruh teknologi pembayaran digital dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen.

6. Referensi

- Amelia Dyah Sekarsari, K., Cicilia Dyah Sulistyaningrum Indrawati, & Anton Subarno. (2021). Optimizing the implementation of Quick Response Code Indonesia Standards (QRIS) at merchants in the Surakarta region. *Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran*, 5(2).
- Annisa, N., Mohamad Arsad Rahawarin, & Hengky Virgo Rechardo Pattimukay. (2023). Evaluasi kebijakan fitur Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(3), 102–107.
- Chandrawan, D. (2023). Rancangan strategi pemasaran efektif merchant QRIS di Bank XYZ, Tbk tahun 2022–2023. *Jurnal Nilai*, 1(1), 16–29.
- Dunn, A. M., Hofmann, O. S., Waters, B., & Witchel, E. (2024). Cloaking malware with the Trusted Platform Module. *Proceedings of the 20th USENIX Security Symposium*.
- Fadlillah, S. A., Nugrohoi, J. A., & Sangka, K. B. (2021). Menganalisis pengaruh kemudahan dan keamanan terhadap minat menggunakan QRIS pada pelaku UMKM binaan Bank Indonesia KPW Solo. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 7(1), 1–12.
- Gigih Hadi Nugroho Said, & Hilalludin, H. (2025). Integrasi nilai-nilai ekonomi Islam dalam kurikulum: Pendidikan ekonomi di sekolah. 1(1), 45–54.
- Hariyani, N. (2023). Strategi pemasaran produk tabungan IB Hijrah rencana pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Penyabungan.
- Hawu, L. W., Ratu, M., & Ballo, F. W. (2022). Implementasi transaksi non-tunai QRIS di desa. 6(2), 203–211.
- Hilalludin, H., Alfi, L., & Nisa, Z. (2025). Penerapan praktik anti riba dalam keuangan Islam: Studi kasus di PT. Kredit Tanpa Riba (KRTABA) Lombok Timur. 2(1), 8–17.
- Hilalludin, S., Hilalludin, H., Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Madani Yogyakarta, & Universitas Alma. (2025). Peran Maqashid Syariah dalam pengembangan produk perbankan Islam yang berkelanjutan: Paradigma yang signifikan, dari sekadar mengejar profit menuju pencapaian dan memperkuat peran perbankan Islam dalam pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan. 1(1), 1–15.
- Hilyati, K., Gata, W., Hermalani, E. H., Bayhaqy, A., & Frieyadie, F. (2022). Reserve vending machine food waste sebagai deposito melalui QRIS bank sampah rumah tangga. *Jurnal Ilmiah Informatika*, 10(01), 51–56. <https://doi.org/10.33884/jif.v10i01.4640>.
- Indah Rahmanungsih. (2022). Pengaruh layanan BSI fitur berbagi ZISWAF terhadap preferensi nasabah dalam menyalurkan donasi pada BSI Kotawaringin Timur. <https://digilib.iain-palangka.ac.id/5096/1/Skripsi%20Indah%20Rahmanungsih%26%201804110265.pdf>
- Jusuf Leiwakabessy, R., Rahman, R., Waas, H. J. D., Hukubun, R. D., Maiseka, G., & Sopahaluwakan, K. (2023). Edukasi pemanfaatan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) di Negeri Leahari. *Jurnal Kabar Masyarakat*, 1(3), 01–05. <https://doi.org/10.54066/jkb.v1i3.443>.
- Lalu Ali Hasan Hilalludin Hilalludin. (2025). Integrasi nilai syariah dalam ekonomi digital dan gaya hidup Muslim kontemporer. 1(1), 55–66.

RESEARCH ARTICLE

- Musdalifah. (2024). Pengaruh kemudahan, persepsi, dan kualitas informasi terhadap minat menggunakan aplikasi BSI mobile (studi pada mahasiswa FEBI angkatan 2020-2022). 1–153.
- Nugroho, H., Hilalludin, S., Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Madani Yogyakarta, & Universitas Alma. (2025). Analisis efektivitas pembiayaan Murabahah terhadap pemberdayaan UMKM di Indonesia. 1(1), 31–41.
- Putri, R. A., & Suastrini, F. (2025). Pengaruh fitur tarik tunai tanpa kartu dan fitur QRIS pada mobile banking Bank Syariah Indonesia terhadap efisiensi transaksi pelanggan: Studi pada mahasiswa Bank Syariah Indonesia angkatan 2021-2023. *Nusantara Hasana Journal*, 4(9), 167–175.
- Putri, S. A., & Rahmanto, D. N. A. (2023). Analisis efektivitas penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai alat pembayaran non-tunai pada Bank Syariah Indonesia KCP Godean 2. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 456–476. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.3992>.
- Rachman, A., Julianti, N., & Arkoyah, S. (2024). Challenges and opportunities for QRIS implementation as a digital payment system in Indonesia. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 1–13. <https://doi.org/10.14421/ekbis.2024.8.1.2134>.
- Rahmawati. (2022). Strategi marketing mix produk tabungan haji dalam meningkatkan minat masyarakat di BSI KCP Belopa. IAIN Padang Sidempuan.
- Ramadhan, W., Daga, R., & Samad, A. (2023). Analisis perilaku nasabah Bank CIMB Niaga Makassar terhadap sistem pembayaran non-tunai QRIS. *Jurnal Sains Manajemen Nitro*, 2(2), 255–267. <https://doi.org/10.56858/jsmn.v2i2.172>.
- Rizky, M., Hayati, I., & Ruzky, U. D. (2024). Pengaruh keamanan layanan terhadap keputusan penggunaan QRIS Bank Syariah bagi mahasiswa Fakultas Agama Islam Umsu. *Krigan: Journal of Management and Sharia Business*, 1(1). <https://doi.org/10.30983/krigan.v1i1.6522>.
- Sari, M., Rani, M., Kurniasih, P., & Jannah, S. R. (2024). Potensi QRIS dalam meningkatkan daya saing UMKM. *PeNG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 637–643.
- Silaen, U., & Rappi, M. (2022). Strategi meningkatkan penjualan fasilitas QRIS guna mempermudah melakukan transaksi pada Bank BJB Kantor Cabang Pembantu Surya Kencana. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 2(2), 157–162. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v2i2.1474>.
- Sya'diah, K., & Indana, R. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan Quick Response Indonesian Standard (QRIS) Bank Syariah dengan pendekatan Technology Acceptance Model 3. *Ad Diwan*, 2(02), 66–74. <https://doi.org/10.51192/ad.v2i02.531>.
- Zohri, M. H. H. (2025). Ekonomi Islam masa kini: Antara regulasi, gaya. 1(1), 33–44. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i1.22.3>.