

PENGARUH PENGETAHUAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA DAN KEPUASAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI NON TUNAI QRIS (*QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD*) DI KOTA PEKANBARU

Ade Indriana Isra¹; Rendra Wasnury²; Henni Noviasari³

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Riau
Jln. Simpang Baru, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau 28292
E-mail : israade575@gmail.com (Koresponding)

Submit: 12 Februari 2024

Review: 10 Maret 2024

Publish: 26 Maret 2024

*) Korespondensi

Abstract: This study aims to examine the effect of Knowledge and Convenience on Consumer Satisfaction through User Decisions on the People of Pekanbaru City in Conducting QRIS (Quick Response Indonesian Standard) Non-Cash Transactions. The population in this study is Pekanbaru City People who carry out Non-Cash Transactions Using QRIS with a sample size of 100 with the Non-Probability Sampling Technique. Methods with data analysis tests, instrument tests, classic assumption tests, hypothesis testing, and path analysis as data testing paths as well as by the application software Statistics Product And Service Solution (SPSS version 21). The results of this study indicate that (1) Knowledge has an effect on User Decisions (2) Ease of influence but weak on User Decisions (3) User Decisions have an effect on Consumer Satisfaction (4) The direct effect of Knowledge on User Decisions is greater than the Indirect Effect of Knowledge on Decisions User and Consumer Satisfaction; (5) The direct effect of convenience on decisions is greater than the indirect effect of convenience on satisfaction

Keywords: *Knowledge, Convenience, User Decision, Consumer Satisfaction, Non-Cash Transactions, QRIS*

Perkembangan zaman dan teknologi yang semakin pesat saat ini mendorong kemajuan era digitalisasi dan informasi yang semakin maju sehingga menghasilkan suatu inovasi baru. Hadirnya internet tentu membawa perubahan yang signifikan terhadap gaya hidup manusia dalam segala aktifitasnya. Di zaman era digital saat ini, semua hal dapat dilakukan melalui internet seperti belajar, berkomunikasi, berbelanja, bahkan melakukan transaksi pembayaran pun dapat dilakukan melalui internet (Sitanggang, 2018).

Berdasarkan artikel Databoks menyebutkan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta. Tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Menurut laporan We Are Social, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia per Januari 2022. Sementara itu

tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 73,7% dari total penduduk pada awal 2022. Tercatat, total penduduk Indonesia berjumlah 277,7 juta orang pada Januari 2022.

Berdasarkan artikel infokomputer.grid.id perusahaan riset Data Reportal mengungkapkan jumlah *smartphone* yang terkoneksi di Indonesia mencapai 370,1 juta pada Januari 2022, artinya jumlah ini meningkat 13 juta atau 3,6 persen dari periode yang sama di tahun sebelumnya. Data dari *GSMA Intelligence* menunjukkan ada 370,1 juta *smartphone* yang terkoneksi di Indonesia pada awal 2022. Simon Kemp selaku penulis laporan Data Reportal, dikutip dari laman resminya mengatakan Angka 370,1 juta ini jauh lebih banyak dari total jumlah penduduk di Indonesia yang saat ini berjumlah 277,7 juta hingga Januari 2022. Artinya, berdasarkan data dari *GSMA Intelligence* itu menunjukkan bahwa perangkat seluler di

Indonesia setara dengan 133,3 persen dari total populasi pada Januari 2022. Kemp mengungkapkan jumlah *smartphone* di dunia biasanya lebih tinggi dibandingkan total keseluruhan populasi karena satu orang bisa saja menggunakan dua perangkat untuk pemakaian pribadi ataupun khusus kerja.

Transaksi Non Tunai merupakan transaksi yang pembayarannya tidak menggunakan uang tunai, namun menggunakan pengganti uang tunai sebagai alat pembayarannya. Pengganti uang tunai yang dimaksud seperti, cek, bilyet giro, kartu kredit, kartu debit dan uang elektronik (Bank Indonesia, 2018). Secara khusus, perkembangan teknologi ini tidak hanya membawa perubahan terhadap gaya komunikasi tetapi juga terhadap gaya bertransaksi. Kemajuan teknologi ini membawa masyarakat untuk mempermudah pekerjaannya. Masyarakat yang dahulunya hanya mengenal sistem pembayaran tunai, kini telah mengenal dan dekat dengan sistem pembayaran non-tunai (*cashless*). Masyarakat telah mengalami transformasi ilmu pengetahuan dan teknologi, saat ini masyarakat mampu menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi zamannya atau hidup dengan keadaan zaman. Dengan fenomena digital dalam kehidupan masyarakat tersebut dapat dilihat bahwa kehidupan masyarakat kini berubah menjadi masyarakat modern yang berharap memperoleh kemudahan dalam memenuhi kebutuhannya karena adanya teknologi.

Fenomena transaksi tanpa uang tunai (*cashless*) berkembang cepat dalam 5-6 tahun terakhir. Pemerintah memiliki agenda mewujudkan masyarakat digital dalam transaksi jual-beli barang dan jasa, atau *cashless society* (Bank Indonesia, 2019). *Cashless society* merupakan kondisi dimana masyarakat bertransaksi tanpa menggunakan uang tunai, melainkan dengan uang elektronik. Pasca *cashless* dimana transaksi tanpa harus menggunakan uang tunai, secara cepat dan pasti. Indonesia sedang menuju *cardless society*, dimana transaksi menggunakan *e-wallet*, tidak lagi menggunakan kartu melainkan *E-wallet* atau

dompet digital. *E-wallet* dimaksud adalah OVO, *GoPay*, LinkAja, DANA dan lainnya (Bank Indonesia, 2019).

Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), volume transaksi belanja menggunakan uang elektronik tumbuh 17,85% (*yoy*) menjadi 5,45 miliar kali transaksi sepanjang 2021. Nilai transaksi belanja menggunakan uang elektronik juga melonjak 49% (*yoy*) menjadi Rp305,44 triliun pada 2021, terbesar dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Hal ini mengindikasikan terjadinya perubahan gaya hidup masyarakat dalam berbelanja, baik belanja barang, makanan, maupun jasa dengan menggunakan transaksi nontunai. Menurut BI, sampai akhir tahun lalu ada sekitar 575,32 juta unit uang elektronik yang beredar di masyarakat. Sebanyak 495,75 juta unit di antaranya berbasis *server*, sedangkan 79,57 juta unit lainnya berbasis *chip*.

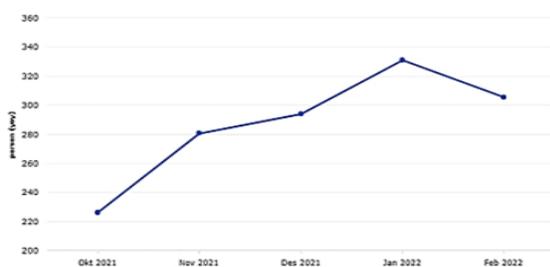
Quick Response Code Indonesian Standard atau biasa disingkat QRIS (dibaca KRIS) adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan *QR Code*. QRIS merupakan bagian dari transformasi digital pada sistem pembayaran Indonesia dalam membantu percepatan pengembangan ekonomi dan keuangan digital. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan *QR Code* dapat dilakukan dengan lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang akan menggunakan *QR Code* Pembayaran wajib menerapkan QRIS.

Bank Indonesia (BI) mencatat pengguna QRIS dari kelompok UMKM meningkat dari 3,6 juta menjadi 4,7 juta (Wijanarko, 2020; Warjiyo, 2020). Peningkatan jumlah pengguna QRIS ini dipicu oleh kemudahan QRIS sebagai kanal pembayaran yang cepat, murah dan andal berdasarkan penilaian *merchant* UMKM. Bank Indonesia (BI) mencatat sebanyak 15,7 juta *merchant* telah menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS)

per Februari 2022. "Sejak 1 Januari 2022 hingga saat ini, sudah ada tambahan sekitar 4 juta *merchant*. Volume transaksinya juga meningkat pesat," kata Gubernur BI Perry Warjiyo dalam konferensi pers hasil Rapat Dewan Gubernur BI di Jakarta, Kamis (17/3/2022). Pada tahun ini, *merchant* pengguna QRIS ditargetkan bertambah 15 juta dari tahun 2021 yang sebanyak 12 juta. Dengan upaya yang terus dilakukan dan dukungan penuh dari Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI).

Bank Indonesia (BI) mencatat nilai transaksi *Quick Response Indonesia Standard* (QRIS) mengalami pertumbuhan pesat pada awal 2022.

Gambar 1 : Nilai Transaksi QRIS pada awal tahun 2022



Sumber : databoks.katadata.co.id

Menurut Tjiptono (2008) ada dua faktor yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan diantaranya yaitu: (1) harapan pelanggan; dan (2) kinerja atau hasil yang mereka rasakan. Jika dikaitkan dengan *Perceived ease of use* maka hubungannya ialah perasaan yang dirasakan oleh pihak konsumen yang didasarkan atas kemudahan dan kemanfaatan dari layanan tersebut. Hal ini dijelaskan oleh Jogiyanto (2008) penggunaan *Perceived Ease of Use* didefinisikan sejauh mana individu percaya dengan menggunakan teknologi akan bebas dari usaha, dan keyakinan terhadap sistem ini tidak merepotkan pada saat digunakan. Seseorang akan percaya, jika sistem informasi mudah digunakan maka pengguna akan memutuskan bahwa sistem itu benar-benar mudah digunakan atau dapat dipahami dan sebaliknya.

QRIS di Indonesia merupakan inovasi gagasan produk baru, sebagai produk baru maka dibutuhkan pendapat masyarakat

terutama pelaku usaha dan konsumen sebagai *user* mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran dalam transaksi jual beli. Selain itu, QRIS sebagai inovasi sistem pembayaran baru yang memanfaatkan teknologi informasi, akan menimbulkan terjadinya perbedaan pendapat antar pengguna. Sebagian pengguna berpendapat bahwa menggunakan layanan QRIS akan menambah rumit dan tidak memberi manfaat yang berarti. Sedangkan sebagian pengguna yang mempunyai pandangan jauh mengenai kemajuan transaksi di masa yang akan datang serta mementingkan efisiensi dan efektivitas dalam pekerjaannya cenderung berpendapat bahwa penggunaan QRIS akan memberikan kemudahan dalam meningkatkan efisiensi bertransaksi.

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti Keputusan Penggunaan dan Kepuasan Konsumen dalam menggunakan Transaksi Non Tunai QRIS di Kota Pekanbaru dengan berlandaskan Pengetahuan dan Kemudahan sebagai variabel *independent*, seberapa besar pengaruh kedua variabel tersebut terhadap Keputusan Pengguna dan Kepuasan Konsumen dalam penggunaan QRIS sebagai Transaksi Non Tunai. Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Pengetahuan Konsumen dan Kemudahan Berbelanja Terhadap Keputusan Pengguna dan Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Transaksi Non Tunai QRIS (*QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD*) di Kota Pekanbaru"

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Pekanbaru. Pekanbaru merupakan Ibu Kota Provinsi Riau dan menjadi tempat tinggal peneliti sehingga memudahkan untuk memperoleh data responden. Berdasarkan data BPS Kota Pekanbaru, jumlah penduduk terbesar di Provinsi Riau adalah Kota Pekanbaru. Hasil SP 2020 mencatat bahwa mayoritas penduduk Kota Pekanbaru didominasi oleh Generasi Milenial dengan 27,17 persen dan Generasi Z dengan 26,42

persen. Diketahui bahwa Generasi Z berada pada rentang usia 8-23 tahun dan Generasi Milenial pada rentang usia 24-39 tahun. Hal ini sangat cocok dijadikan sebagai salah satu kriteria calon responden penelitian ini karena usia pengguna transaksi non tunai QRIS yaitu minimal 17 tahun.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2019), pengetahuan merupakan semua yang diketahui. Pengetahuan merupakan suatu hasil dari tahu dan terjadi seketika manusia melakukan penginderaan mengenai objek tertentu. Blackwell *et al.*, (2012), pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.

Kemudahan menurut Davis (1989) dipersepsikan sebagai persepsi kemudahan. Kemudahan berpengaruh bagi konsumen dalam memutuskan melakukan transaksi pembelian (Davis, 1989). Menurut Jogiyanto (2007), kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai penilaian seseorang mengenai suatu teknologi bahwa tidak perlu kemampuan yang tinggi untuk menggunakannya.

Keputusan Menggunakan Uang Elektronik Menurut Pratiwi H (Purwadi dkk, 2020) mengatakan bahwa keputusan ialah pengakhiran dari proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif.

Kata kepuasan atau satisfaction berasal dari bahasa latin "*satis*" yang artinya cukup baik atau memadai, dan "*facio*" artinya melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai. (Tjiptono, 2014). Kotler dan Keller (2016), mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau tidak senang sebagai hasil

membandingkan harapan dengan kenyataan. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu jika kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas senang atau gembira. (Foster, 2020) Kepuasan konsumen menjadi penilaian yang menyangkut kinerja sebuah teknologi informasi yang digunakan cocok atau tidaknya dengan tujuan pemakainya. Secara umum kepuasan dirasakan konsumen apabila kinerja suatu sistem yang digunakan sesuai dengan harapan mereka.

Quick Response Code Indonesian Standard atau biasa disingkat QRIS (dibaca KRIS) adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan *QR Code*. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan *QR Code* dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang akan menggunakan *QR Code* Pembayaran wajib menerapkan QRIS.

QRIS merupakan standar *QR Code* untuk pembayaran digital melalui aplikasi uang elektronik *server based*, dompet elektronik, atau *mobile banking* penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) bersama *QR Code*. QRIS dikembangkan bersama Bank Indonesia agar proses transaksi menggunakan QR lebih mudah, cepat dan terjaga keamanannya.

METODE

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif.

Teknik pengambilan sampel (teknis sampling) yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik *Non Probability Sampling*. *Non Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau

anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan teknik penentuan sampelnya yaitu *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono, 2015). Untuk jumlah populasi sampel yang tidak diketahui, penentuan jumlah sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan rumus, yaitu (Lemeshow *et al.*, 1990). Berdasarkan rumus Lemeshow diatas, jumlah sampel dalam penelitian adalah 96,04. Dari hasil tersebut dibulatkan menjadi 100 sampel, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Hasil yang diperoleh dari jawaban kuesioner yang telah disebarakan secara *online* melalui *google form* dengan menggunakan skala *likert* yaitu data ordinal. Agar dapat dianalisis secara statistik maka data tersebut harus diubah menjadi data interval dengan menggunakan perhitungan *Statistic Product And Service Solution* (SPSS versi 21).

Teknik analisis *path* ini digunakan untuk menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel X_1 dan X_2 melalui Y_1 terhadap Y_2 .

HASIL

Analisis Instrumen

Tabel 1 : Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Pengetahuan (X1)	X1.1	0,706	0,197	Valid
	X1.2	0,822	0,197	Valid
	X1.3	0,780	0,197	Valid
	X1.4	0,837	0,197	Valid
	X1.5	0,812	0,197	Valid
	X1.6	0,824	0,197	Valid
Kemudahan (X2)	X2.1	0,741	0,197	Valid
	X2.2	0,812	0,197	Valid
	X2.3	0,760	0,197	Valid
	X2.4	0,801	0,197	Valid
	X2.5	0,840	0,197	Valid
Keputusan Pengguna (Y1)	Y1.1	0,822	0,197	Valid
	Y1.2	0,817	0,197	Valid
	Y1.3	0,762	0,197	Valid
Kepuasan Konsumen (Y2)	Y2.1	0,752	0,197	Valid
	Y2.2	0,824	0,197	Valid
	Y2.3	0,740	0,197	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui

bahwa seluruh butir pernyataan r hitung $> r$ tabel (0,197), artinya semua butir pernyataan dinyatakan valid. Berdasarkan kriteria perhitungan uji validitas, ketika nilai r hitung $> r$ tabel maka butir pernyataan dinyatakan valid. Sedangkan jika nilai r hitung $< r$ tabel maka butir pernyataan dinyatakan tidak valid.

Tabel 2 : Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Pengetahuan (X1)	0,885	0,6	Reliabel
Kemudahan (X2)	0,849	0,6	Reliabel
Keputusan Pengguna (Y1)	0,718	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y2)	0,751	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui nilai *Cronbach's Alpha* setiap variabel $> 0,6$. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel atau konsisten.

Tabel 3 : Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

Tahap 1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.51979845
Most Extreme Differences	Absolute	.115
	Positive	.063
	Negative	-.115
Kolmogorov-Smirnov Z		1.152
Asymp. Sig. (2-tailed)		.141

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data Olahan, 2022

Tahap 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	0
	Std. Deviation	1.302774
Most Extreme Differences	Absolute	0.075
	Positive	0.057
	Negative	-0.075
Kolmogorov-Smirnov Z		0.754
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.621

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan Tabel Uji Normalitas *Kolmogorov Smirnov* dapat diketahui bahwa uji normalitas pada tahap 1 diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,141 > 0,05$. Sedangkan Uji Normalitas *Kolmogorov Smirnov* pada tahap 2 diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,621 > 0,05$. Artinya apabila nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* variabel

residual berada > 0,05, maka data tersebut berdistribusi normal.

Tabel Hasil 4 : Uji Multikolonieritas Tahap 1

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.700	1.212		7.178	.000		
Pengetahuan	.133	.053	.285	2.498	.014	.704	1.420
Kemudahan	.040	.059	.077	.671	.504	.704	1.420

Dependent Variable: Keputusan Pengguna

Sumber : Data Olahan, 2022

Tahap 2

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.515	1.292		5.042	0		
Pengetahuan	0.106	0.047	0.245	2.233	0.028	0.662	1.511
Kemudahan	0.012	0.051	0.025	0.231	0.818	0.701	1.427
Keputusan Pengguna	0.311	0.087	0.336	3.56	0.001	0.889	1.125

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan Tabel 4 hasil uji multikolonieritas, diketahui nilai VIF seluruh variabel bebas pada tahap 1 dan 2 model regresi < 10 dan *tolerance* > 0,10. Artinya hasil uji multikolonieritas tidak terdapat gejala multikolonieritas.

Tabel 5 : Uji Heteroskedastisitas Tahap Pertama

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.525	.798		3.164	.002
TOTAL_X1	-.049	.035	-.165	-1.385	.169
TOTAL_X2	-.010	.039	-.031	-.260	.795

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Pengetahuan (X1) dan Kemudahan (X2) adalah lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Berikut pengujian heteroskedastisitas tahap kedua dengan variabel; Pengetahuan, Kemudahan, dan Keputusan Pengguna terhadap Kepuasan Konsumen :

Tabel 6 : Uji Heteroskedastisitas Tahap Kedua

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.014	.009		1.619	.109
TRANS_X1	.011	.044	.068	.241	.810
TRANS_X2	.020	.048	.117	.427	.670
TRANS_Y1	-5.988E-5	.000	-.272	-1.788	.077

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Pengetahuan (X1), Kemudahan (X2) dan Keputusan Pengguna (Y1) nilai signifikansi kedua variabel lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Tabel 7 : Hasil Uji Parsial (Uji t)

Tahap 1

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.700	1.212		7.178	.000
Pengetahuan	.133	.053	.285	2.498	.014
Kemudahan	.040	.059	.077	.671	.504

a. Dependent Variable: Keputusan Pengguna

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan Tabel 7 Hasil Uji Parsial (Uji t) Tahap 1, diperoleh t tabel dengan signifikansi 5% (*2-tailed*),

$$df = n - k - 1; \alpha/2$$

$$= 100 - 2 - 1; 0,05/2$$

$$= 97 ; 0,025$$

$$= 1,98447 (t \text{ tabel})$$

Persamaan Struktural:

$$Y1 = \rho_{y1x1} X1 + \rho_{y1x2} X2 + \rho_{y1e1}$$

$$Y1 = 0,285X1 + 0,077 X2 + 0,908e1$$

Berdasarkan pengujian Regresi tahap 1 di atas, maka diperoleh nilai Koefisien Determinasi (R²) Tahap 1 sebagai berikut:

Tabel 8 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.333 ^a	.111	.092	1.535

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan, Kemudahan

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan Tabel 8 Hasil uji koefisien determinasi tahap 1, dijelaskan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,092. Artinya kemampuan variabel *independent* dalam hal ini adalah Pengetahuan dan Kemudahan terhadap variabel *dependent* adalah Keputusan Pengguna sebesar 9,2% sedangkan sisanya sebesar 90,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

Tabel 9 : Hasil Uji Parsial

Tahap 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	6.515	1.292		5.042	0
Pengetahuan	0.106	0.047	0.245	2.233	0.028
Kemudahan	0.012	0.051	0.025	0.231	0.818
Keputusan Pengguna	0.311	0.087	0.336	3.56	0.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan Tabel 9 Hasil Uji Parsial (Uji t) Tahap 1, diperoleh t tabel dengan signifikansi 5% (*2-tailed*),

$$df = n - k - 1; \alpha/2$$

$$= 100 - 3 - 1; 0,05/2$$

$$= 96 ; 0,025$$

$$= 1,985 \text{ (t tabel)}$$

Persamaan Struktural:

$$Y_2 = \rho_{y_1x_1} X_1 + \rho_{y_1x_2} X_2 + \rho_{y_1y_1} Y_1 + \rho_{y_1\epsilon_1}$$

$$Y_2 = 0,245X_1 + 0,025 X_2 + 0,336 + 0,214\epsilon_1$$

Tabel 10 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tahap 2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.488 ^a	.238	.214	1.323

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan, Kemudahan, Keputusan Pengguna

b. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

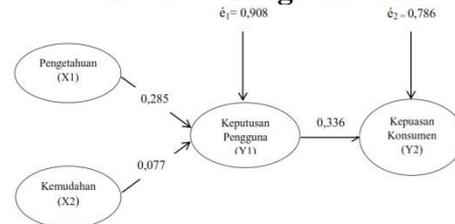
Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan Tabel 10 Hasil uji koefisien determinasi tahap 2, dijelaskan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,214. Artinya kemampuan variabel *independent* dalam hal ini adalah Pengetahuan Kemudahan dan Keputusan Pengguna terhadap variabel *dependent* yaitu Kepuasan Konsumen sebesar 21,4% sedangkan sisanya

sebesar 78,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

Berdasarkan persamaan struktur tahap 1 dan tahap 2 di atas, maka diperoleh diagram jalur dari variabel penelitian sebagai berikut

Gambar 3 : Diagram Jalur



- $\epsilon_1 = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,092} = 0,908$
- $\epsilon_2 = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,214} = 0,786$

Tabel 11 : Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung

Variabel	Koefisien Jalur		Total	Ket.
	Direct effect	Indirect effect		
Pengetahuan terhadap Keputusan Pengguna	0,285	0,285 x 0,336 = 0,095	0,380	Kuat
Kemudahan terhadap Keputusan Pengguna	0,077	0,077 x 0,336 = 0,026	0,103	Sedang
Keputusan Pengguna Terhadap Kepuasan Konsumen	0,336	-	0,336	Kuat

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 11 pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh langsung antara Pengetahuan (X1) Terhadap Keputusan Pengguna (Y1) sebesar 0,285. Sedangkan pengaruh tidak langsung antara Pengetahuan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y2) melalui Keputusan Pengguna (Y1) sebesar 0,095. Dengan demikian diperoleh pengaruh tidak langsung (0,095) < pengaruh langsung (0,285). Berdasarkan hal tersebut, dapat diartikan bahwa Pengetahuan secara langsung memberikan pengaruh lebih besar Terhadap Keputusan Pengguna dibandingkan pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Pengguna dan Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Non Tunai QRIS di Kota Pekanbaru.

2. Pengaruh langsung antara Kemudahan (X2) Terhadap Keputusan Pengguna (Y1) sebesar 0,077. Sedangkan pengaruh tidak langsung antara Kemudahan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y2) melalui Keputusan Pengguna (Y1) sebesar 0,026. Dengan demikian diperoleh pengaruh tidak langsung (0,026) < pengaruh langsung (0,077). Berdasarkan hasil tersebut, dapat diartikan bahwa Kemudahan secara langsung memberikan pengaruh lebih besar terhadap Keputusan Pengguna dibandingkan pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Pengguna dan Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Non Tunai QRIS di Kota Pekanbaru.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara Pengetahuan terhadap Keputusan Pengguna Dalam Melakukan Transaksi Non Tunai QRIS di Kota Pekanbaru. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingginya Pengetahuan dan kemampuan masyarakat, khususnya masyarakat Pekanbaru dalam hal pengelolaan keuangan, mendorong Keputusan mereka untuk menggunakan salah satu produk *financial technology* yaitu QRIS. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Rahman & Supriyanto (2022) Pengetahuan berpengaruh Terhadap Keputusan Pengguna QRIS sebagai metode pembayaran. Artinya semakin tinggi Pengetahuan Pengguna terhadap penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran maka Keputusan Pengguna juga akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kemudahan berpengaruh namun lemah Terhadap Keputusan Pengguna Dalam Melakukan Transaksi Non Tunai QRIS di Kota Pekanbaru hal ini disebabkan karena saat konsumen akan melakukan transaksi non tunai QRIS dengan memindai *barcode* yang disediakan oleh *merchant* transaksi tidak berhasil dilakukan karena terjadi kendala yaitu gangguan sinyal yang belum stabil di beberapa tempat dan edukasi untuk

penggunaan QRIS ini belum sepenuhnya terealisasi sehingga dari beberapa responden masih kurang memahami bahwa menggunakan QRIS ini mudah dipelajari. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Srikaningsi, *et.al.*, 2022 yang mengatakan bahwa masyarakat yang belum memanfaatkan QRIS dalam proses transaksi dapat disebabkan karena masyarakat belum paham secara detail terkait dengan QRIS atau masyarakat masih merasa nyaman bertransaksi secara tunai.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Keputusan Pengguna memiliki pengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Non Tunai QRIS di Kota Pekanbaru. Hal ini dikarenakan masyarakat telah merasakan manfaat dari penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran non tunai seperti Memudahkan berlangsungnya proses transaksi, hadirnya QRIS sebagai salah satu alat transaksi pembayaran yang membuat proses transaksi jadi lebih efisien. Konsumen tak lagi perlu memiliki banyak aplikasi sesuai dengan *QR Code* yang dimiliki pedagang dan pedagang cukup menyediakan satu *QR Code* untuk menerima pembayaran dari berbagai *e-wallet* atau aplikasi. Hanya dengan satu *QR Code* dari QRIS, konsumen dapat memindai satu *CR Code* dari PJSP manapun. Pedagang dapat menerima transaksi yang telah di pindai oleh konsumen dari berbagai macam aplikasi dan *e-wallet* yang lebih cepat, praktis dan efisien sehingga muncul rasa puas (Kepuasan) dalam diri konsumen saat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran non tunai.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Pengguna dan Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Non Tunai QRIS di Kota Pekanbaru menyatakan bahwa hasil penelitian ini berpengaruh namun lemah. Hasil pengujian ini dibuktikan dengan pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Pengguna Dalam Melakukan Transaksi Non Tunai QRIS di Kota Pekanbaru secara

langsung lebih besar dibandingkan pengaruh Pengetahuan secara tidak langsung. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Melinda Novitasari dan M. Taufiq yang menyatakan bahwa *Financial Technology Knowledge* berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan Produk Jasa Perbankan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui Pengaruh Kemudahan Pengguna Terhadap Keputusan Pengguna dan Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Non Tunai QRIS di Kota Pekanbaru menyatakan bahwa hasil penelitian ini berpengaruh namun lemah. Hasil pengujian ini dibuktikan dengan Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pengguna Dalam Melakukan Transaksi Non Tunai QRIS di Kota Pekanbaru secara langsung memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan pengaruh Kemudahan secara tidak langsung.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Pengetahuan berpengaruh Terhadap Keputusan Pengguna Dalam Melakukan Transaksi Non Tunai QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) di Kota Pekanbaru.
- 2) Kemudahan berpengaruh namun lemah Terhadap Keputusan Pengguna Dalam Melakukan Transaksi Non Tunai QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) di Kota Pekanbaru.
- 3) Keputusan Pengguna berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Transaksi Non Tunai QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) di Kota Pekanbaru.
- 4) Pengaruh Langsung Pengetahuan Terhadap Keputusan Pengguna lebih besar dari Pengaruh Tidak Langsung Pengetahuan Terhadap Keputusan

Pengguna dan Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Non Tunai QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) di Kota Pekanbaru.

- 5) Pengaruh Langsung Kemudahan Terhadap Keputusan lebih besar dari Pengaruh Tidak Langsung Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Non Tunai QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) di Kota Pekanbaru.

DAFTAR RUJUKAN

- Bank Indonesia, "Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)", situs resmi Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/QRIS/Contents/Default.aspx> diakses pada 30 Mei 2022 Pukul 14.30 WIB
- Bank Indonesia. (2020). www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik diakses pada 30 Mei 2022 Pukul 15.00 WIB
- BPS Kota Pekanbaru. Potret Sensus Penduduk 2020 Kota Pekanbaru. (<https://pekanbarukota.bps.go.id/publication/2021/04/14/ab0859fa3df8faf86557f101/potret-sensus-penduduk-2020-kota-pekanbaru.html>) diakses 15 Agustus 2022 pukul 21.10 WIB
- BPS. (2022). Kota Pekanbaru dalam Angka 2021. BPS-Statistics of Pekanbaru Municipality, 1102001.14(0215–3874), xl + 346. <https://pekanbarukota.bps.go.id/publication/2022/02/25/06fe10f9f07b52694cd0bf5d/kota-pekanbaru-dalam-angka-2022.html> diakses pada 16 Oktober 2022 pukul 17.00 WIB.
- Blackwell Miniard Engel (2012). *Consumer Behavior*. Cengage Learning Asia Pte Ltd, Singapore.

- Davis, F. D. 2014. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Research Center*, 319-340. https://www.researchgate.net/publication/200085965_Perceived_Usefulness_Perceived_Ease_of_Use_and_User_Acceptance_of_Information_Technology.
- Foster, B., Hurriyati, R., & Johansyah, M. D. (2022). The Effect of Product Knowledge, Perceived Benefits, and Perceptions of Risk on Indonesian Student Decisions to Use E-Wallets for Warunk Upnormal. *Sustainability*, 14(11), 6475. <https://doi.org/10.3390/su14116475>
- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan (Revisi)*. Yogyakarta: Andi.
- Jogiyanto, H.M. 2008. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: ANDI.
- Jumlah Pengguna Internet di Indonesia pada awal Tahun 2022 <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022> diakses pada 30 Mei 2022 Pukul 13.00 WIB
- Jumlah Pengguna QRIS <https://www.idntimes.com/business/economy/ridwan-aji-pitoko-1/terus-naik-bi-targetkan-15-juta-pengguna-qr-di/full> diakses pada 31 Mei 2022 Pukul 16.30 WIB
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Mangement*. In Pearson Edition Limited.
- Lemeshow, S., JR., Hosmer, W.D., Klar, J., and Lwanga, K. (1990). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. John Wiley & Sons Ltd: England.
- 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), 1–9.
- Novitasari, M. (2020). Pengaruh Financial Technology Knowledge Dan Preferensi Transaksi Non Tunai Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Jasa Perbankan. *Journal of Economics Development Issues*, 3(01), 50–60. <https://doi.org/10.33005/jedi.v3i01.37>
- Purwadi, Dkk. (2020) *Sistem Pendukung Keputusan Untuk Menentukan Pemasangan Lokasi Strategis Wifi.Id Pada Telkom (Studi Kasus Pada Pemasangan Wifi.Id Di Beberapa Lokasi Medan Menggunakan Metode Oreste*. STMIK Triguna Dharma, Medan). *Jurnal SAINTIKOM (Jurnal Sains Manajemen Informatika dan Komputer)*, 19(1), Februari 2020, 110~121 P-ISSN : 1978-6603 E – ISSN : 2615-3475.
- Quick Response Code Indonesian Standard <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx> diakses pada 16 Oktober 2022 pukul 19.00 WIB
- Rahman, A. F. S. K., & Supriyanto, S. (2022). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN QRIS SEBAGAI METODE PEMBAYARAN PADA MASA PANDEMI. *Indonesian Scientific Journal of Islamic Finance*, 1(1), 1-21.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi Publisher