

PENGARUH PENGGUNAAN QRIS (*QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD*) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA ALFAMART DI KOTA KUPANG)

The Effect of QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) Use on Customer Satisfaction (Case Study of Alfamart Kupang City)

Erni Anjela Koro Lado^{1,a)}, Maria P. L. Muga^{2,b)}, Siprianus G. Tefa^{3,c)}

^{1,2,3}) Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

Koresponden : ^{a)} ekorolado@gmail.com, ^{b)} maria.muga@staf.undana.ac.id

^{c)} siprianus.tefa@staf.undana.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi keuangan digital di Indonesia mendorong transformasi sistem pembayaran non-tunai yang lebih praktis, cepat, dan aman. Salah satu inovasi penting adalah *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) yang diluncurkan oleh Bank Indonesia untuk menyatukan berbagai metode pembayaran digital dalam satu kode QR. Kota Kupang sebagai pusat perekonomian di Nusa Tenggara Timur menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam adopsi QRIS, termasuk pada sektor ritel modern seperti Alfamart. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan QRIS terhadap kepuasan pelanggan pada Alfamart di Kota Kupang. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan instrumen kuesioner yang disebarluaskan kepada 150 responden yang pernah bertransaksi menggunakan QRIS di Alfamart dan berusia minimal 17 tahun. Variabel independen dalam penelitian ini adalah penggunaan QRIS dengan indikator kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan, dan kualitas layanan, sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan yang diukur melalui kesesuaian harapan, pengalaman transaksi, minat penggunaan kembali, dan rekomendasi kepada orang lain. Data dianalisis menggunakan IBM SPSS *Statistics* versi 28 melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, dan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil wawancara juga menegaskan bahwa kemudahan dan kecepatan transaksi pada QRIS menjadi faktor utama konsumen menggunakan QRIS di Alfamart. Hal ini menegaskan bahwa QRIS tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga meningkatkan pengalaman berbelanja pelanggan melalui layanan yang lebih cepat, aman, dan efisien. Temuan ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis pada kajian manajemen pemasaran serta manfaat praktis bagi Alfamart dalam meningkatkan kualitas layanan digital.

Kata Kunci : Penggunaan QRIS, Kepuasan Pelanggan, Alfamart.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor keuangan. Transformasi dan inovasi dalam bidang ini dikenal dengan istilah *Financial Technology (Fintech)*, yaitu pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efisiensi, kecepatan, dan kenyamanan dalam layanan keuangan (Rahadiyan I, 2022).

Jumlah *fintech* di Indonesia tahun 2017-2021 terus meningkat pesat akibat beberapa faktor di antaranya: adanya peningkatan jumlah pengguna internet dan *smartphone*, perubahan gaya hidup masyarakat, inklusi keuangan, dukungan regulasi dan kebijakan pemerintah seperti Otoritas Jasa Keuangan dan Bank Indonesia yang juga turut mendukung pertumbuhan *fintech*, serta pandemi Covid-19 yang turut membawa dampak besar untuk mempercepat adopsi layanan keuangan digital. Akibat dari meningkatnya jumlah *fintech* ini, persaingan di industri *fintech* semakin ketat, inovasi layanan keuangan menjadi lebih beragam, dan akses masyarakat terhadap produk keuangan digital pun semakin luas (Freepik.com, 2024).

Studi oleh Adji *et al.*, (2023) mengungkapkan bahwa *Fintech* di Indonesia dimulai pada tahun 2006 di mana hanya ada 4 perusahaan *fintech* dan terus berkembang hingga saat ini telah mencapai ratusan. Dari 5 jenis *fintech*, ada beberapa jenis atau sektor yang menjadi fokus utama industri *fintech* di Indonesia. Seperti *fintech* dalam bidang *payment* atau pembayaran atau yang dikenal dengan istilah *digital payment*. Pembayaran digital sangat maju dan berkembang pesat dikarenakan masyarakat Indonesia semakin melek dengan teknologi yang ada sehingga metode pembayaran melalui *fintech* dinilai sangat memudahkan masyarakat Indonesia dalam melakukan pembayaran dan sebagainya. Studi ini menunjukkan bahwa dari 5 jenis *fintech* yang ada, pelaku *fintech* di Indonesia pada faktanya masih di dominasi oleh *digital payment* dengan porsi 44% dibanding jenis *fintech* lainnya.

Menurut Dyah Sekarsari *et al.*, (2022), salah satu inovasi penting dalam pembayaran digital yang berkembang pesat di Indonesia adalah penggunaan sistem pembayaran digital berbasis *QR Code* yang diwujudkan melalui standarisasi QRIS. *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai *game changer* pembayaran digital yang merupakan program nasional yang dikembangkan oleh Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) bertujuan untuk menyatukan berbagai metode pembayaran digital dalam satu kode QR standar. Dengan adanya QRIS, pengguna tidak perlu lagi menyesuaikan metode pembayaran berdasarkan aplikasi penyedia layanan, karena satu kode QRIS dapat menerima pembayaran dari berbagai *platform* dompet digital dan *mobile banking* yang telah mendukung sistem tersebut.

Penerapan QRIS bertujuan untuk mendorong inklusi keuangan, memperluas penggunaan pembayaran digital hingga ke sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta mempercepat terciptanya ekosistem transaksi non-tunai di seluruh Indonesia. Melalui fitur-fitur seperti QRIS TUNTAS (Tarik Tunai, Transfer, Setor Tunai) dan QRIS antarnegara (*Cross Border*) juga semakin memperluas fungsinya, bukan hanya untuk pembayaran belanja, tetapi juga untuk transaksi lintas negara di kawasan Asia Tenggara.

Meskipun penerapan QRIS memberikan berbagai kemudahan, tidak dapat diabaikan bahwa keberhasilan sebuah inovasi pembayaran juga sangat bergantung pada respons dan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sahabuddin *et al.*, (2024) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan menjadi indikator penting dalam menilai efektivitas penerapan teknologi baru, yang dimana pelanggan merasa lebih puas karena proses pembayaran yang lebih cepat dan aman dibandingkan metode konvensional. Pelanggan merasa terbantu dengan transaksi yang cepat dan praktis, akan tetapi transaksi menggunakan QRIS sering mengalami kendala, seperti keterbatasan jaringan internet, ketidaktahuan penggunaan QRIS, atau rasa kurang nyaman dalam bertransaksi digital.

Seiring dengan berkembangnya teknologi QRIS, berbagai sektor bisnis di Indonesia mulai mengadopsinya, termasuk sektor ritel modern. Salah satu contoh nyata adalah Alfamart, salah satu jaringan minimarket terbesar di Indonesia. Alfamart melihat potensi besar dari sistem pembayaran QRIS untuk memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam bertransaksi tanpa menggunakan uang tunai. *Corporate Communications GM* Alfamart Rani Wijaya mengatakan sampai kuartal III/2024, total sudah ada 19.971 gerai Alfamart di Indonesia termasuk yang juga tersebar di wilayah Kota Kupang.

Kota Kupang sebagai ibu kota Provinsi Nusa Tenggara Timur menunjukkan perkembangan ekonomi dan adopsi teknologi digital yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Penerapan QRIS di Alfamart Kota Kupang menjadi bagian dari upaya modernisasi sistem pembayaran dan memenuhi ekspektasi konsumen lokal yang mulai terbiasa dengan pembayaran digital (Burhan, 2024).

Penelitian terkait penggunaan QRIS di gerai ritel seperti Alfamart di Kota Kupang terhadap kepuasan pelanggan secara spesifik belum banyak dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh Adinata *et al.*, (2023) menemukan bahwa faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan, dan kualitas layanan turut memengaruhi tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan QRIS. Penelitian yang dilakukan oleh Fauzi, (2021) menemukan bahwa konsumen yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk, sementara pelanggan yang tidak puas cenderung menolak upaya untuk menciptakan hubungan yang lebih dekat dan meningkatkan kemungkinan bahwa langkah-langkah akan diambil untuk mengurangi ketergantungan pada produk tersebut.

Selain itu, urgensi penelitian mengenai pengaruh penggunaan QRIS terhadap kepuasan pelanggan khususnya di alfamart Kota Kupang didasari oleh adanya adopsi QRIS yang menunjukkan pertumbuhan sangat pesat. Pertumbuhan yang ada tidak terlepas dari kendala yang ditemukan di lapangan, seperti kegagalan transaksi akibat keterbatasan infrastruktur internet, kurangnya edukasi digital di kalangan masyarakat tertentu, serta kebiasaan masyarakat yang masih cenderung menggunakan uang tunai.

Hal ini tercermin dari data Otorisasi Jasa Keuangan (OJK) yang menunjukkan bahwa di wilayah Nusa Tenggara Timur (NTT) termasuk Kupang, sekitar 15% pengguna QRIS mengalami kendala teknis, lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata nasional sebesar 8%. Survei Bank Indonesia tahun 2024 mengungkapkan bahwa 72% masyarakat Kupang mulai beralih ke pembayaran non tunai, namun 38% lainnya masih merasa kurang nyaman dengan QRIS karena faktor keamanan dan kebiasaan lama (Bank Indonesia, 2024b).

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Teori Moneter.

Kebijakan moneter adalah langkah-langkah yang diambil oleh penguasa moneter (Bank Central atau Bank Indonesia) untuk memengaruhi jumlah uang yang beredar atau daya beli uang (Setriawati, 2021). Mengelola suku bunga dan jumlah uang beredar, Bank Sentral Indonesia menggunakan instrumen kebijakan yang disebut kebijakan moneter. Tujuannya adalah memastikan nilai koin tetap stabil terlepas dari faktor internal dan eksternal. Sasaran pembangunan ekonomi suatu negara termasuk memenuhi kebutuhan dasar, mencapai

pemerataan, meningkatkan kesempatan kerja, mencapai pertumbuhan ekonomi riil yang optimal, dan menjaga stabilitas perekonomian dipengaruhi oleh stabilitas harga, yang digambarkan dengan stabilitas nilai uang (Triana, 2024).

Uang dalam ilmu ekonomi didefinisikan sebagai alat tukar yang dapat diterima secara umum. Uang dapat difungsikan sebagai alat penengah antara kepentingan penjual dan pembeli, yang membantu kelancaran proses pertukaran komoditas dan jasa.

Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran menggeser peranan uang tunai (*currency*) sebagai alat pembayaran kedalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efisien dan ekonomis (Setriawati, 2021). Dilansir dari penelitian yang dilakukan oleh Sihalohe *et al.*, (2020), mengemukakan bahwa penggunaan aplikasi *e-wallet* di pelanggan lebih dominan dan para pedagang telah menyediakan banyak QR Code yang dapat digunakan untuk sistem pembayaran berbasis server, seperti *e-wallet*. Hal ini membuat Bank Indonesia sebagai pengatur sistem pembayaran di Indonesia, pada Agustus 2019 telah meluncurkan kanal pembayaran yang berbasis *shared delivery channel* untuk instrumen pembayaran yang berbasis server yaitu *QUICK RESPONSE CODE INDONESIA STANDARD* (QRIS). Salah satu alasan peluncuran kanal pembayaran ini diadakan karena para pedagang di pasar ketika dalam bertransaksi non -tunai harus menyediakan banyak QR Code dari berbagai penerbit. Penggunaan QRIS ini dapat digunakan pada aplikasi pembayaran yang telah terinstal di *smartphone* yang telah terhubung dengan koneksi internet. QRIS tersebut dapat di-*scan* oleh pelanggan dengan berbagai jenis aplikasi pembayaran dan pedagang hanya menyediakan satu QR Code di tokohnya sehingga semua aplikasi pembayaran dapat men-*scan* QR Code tersebut ketika bertransaksi. Dengan adanya sistem pembayaran QRIS yang telah dikeluarkan Bank Indonesia, maka dapat diberikan penelitian untuk menilai keefisienan dari QRIS terhadap perkembangan UMKM.

Perkembangan Ekonomi berbasis digital di Indonesia yang semakin marak membutuhkan pengaturan dan pengawasan. Pasal 1 angka 4 Peraturan Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019 Implementasi QRIS yaitu standar dari QR Code pembayaran yang sudah ditetapkan oleh Bank Indonesia agar dapat dimanfaatkan dalam memberikan fasilitas transaksi pembayaran yang ada di Indonesia (Bank Indonesia., 2025b).

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1989) yang memodifikasi dari kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), intensitas (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behavior relationship*) yang mengadopsi dari komponen – komponen *Theory of Reason Actioned* (TRA). Tujuan dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu untuk menjelaskan faktor penentu penerimaan dari suatu teknologi yang berbasis informasi secara umum. Selain itu, *Technology Acceptance Model* (TAM) juga dapat menjelaskan tingkah laku pengguna akhir (*end user*) dari adanya teknologi informasi dengan variasi yang cukup luas serta populasi pemakai yang dapat menyediakan dasar dalam rangka untuk mengetahui pengaruh dari faktor eksternal terhadap landasan psikologis.

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS).

Tren saat ini, beberapa *platform* perdagangan mulai mengadopsi sistem pembayaran berbasis *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* sebagai metode pembayaran. QRIS memuat *QR Code* adalah serangkaian kode yang memuat data, identitas pengguna, nominal pembayaran, dan mata uang yang dapat dibaca dengan alat tertentu dalam rangka transaksi pembayaran. QRIS didaulat dapat membantu percepatan pembayaran digital yang memang hal tersebut menjadi alasan seseorang dalam melakukan transaksi tanpa ribet mengeluarkan uang tunai. Teknologi *QR Code* saat ini memang telah berkembang ke berbagai industri termasuk pada pembayaran yang digunakan pada instrumen berbasis elektronik seperti *E-Wallet* dan *E-Money* (Farhan & Shifa, 2023). Menurut Nahak, (2022), dalam penelitian yang dilakukannya, QRIS diwujudkan sebagai inovasi keuangan modern yang tidak hanya mengatur proses pembayaran antara konsumen dan pelaku usaha, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan keamanan.

Keunggulan dari QRIS dikenal dengan istilah CEMUMUAH atau Cepat, Mudah, Murah, Aman, dan Handal. Cepat karena hanya dengan *scan barcode* saja transaksi beres, mudah karena hanya membutuhkan *smartphone*, murah karena tanpa biaya admin, aman dan handal karena menjaga data pribadi dan diawasi langsung oleh Bank Indonesia. QRIS secara langsung berdampak pada meningkatnya kenyamanan pelanggan saat bertransaksi. Dibalik banyaknya kemudahan- kemudahan pada penggunaan QRIS, tidak luput dari berbagai kendala yang dihadapi para penggunanya seperti kualitas jaringan internet, pemalsuan bukti terkirim, hingga likuiditas dari uang yang tersimpan di dalam rekening penjual. Meskipun tidak berdampak signifikan terhadap kinerja maupun tingkat pendapatan namun hal tersebut tetap menghambat pekerjaan dari masing-masing pedagang (Pangesti *et al.*, 2024).

Kepuasan Pelanggan.

Menurut Hasibuan *et al.*, (2021) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Pada umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya apabila membeli atau mengkonsumsi suatu produk baik barang ataupun jasa, sedangkan kinerja atau hasil yang dirasakan merupakan persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang ia beli.

METODE PENELITIAN.

Berdasarkan masalah penelitian maka pendekatan studi yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk mengukur secara objektif dan analisis data statistik terhadap pengaruh implementasi QRIS pada kepuasan pelanggan (Muhajirin *et al.*, 2024). Pendekatan ini akan membantu mengumpulkan data dalam bentuk angka yang bisa dianalisis secara statistik untuk melihat hubungan antara variabel penggunaan QRIS dan kepuasan pelanggan. Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh penggunaan QRIS terhadap kepuasan pelanggan pada alfamart di Kota Kupang dengan menggunakan beberapa teknik analisis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Alfamart Kota Kupang. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik dimana nilai t hitung sebesar 14,819 lebih besar dari t tabel 1,655 dengan signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga H_a di terima. Penggunaan QRIS ini mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 59,5%, yang berarti bahwa variabel penggunaan QRIS mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya 40,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti harga produk, kualitas pelayanan kasir, promosi, maupun kondisi jaringan internet saat transaksi.

Variabel penggunaan QRIS (X) memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 69,01, menandakan bahwa mayoritas responden setuju bahwa penggunaan QRIS di Alfamart tergolong mudah, cepat, aman, dan berkualitas. Indikator dengan nilai tertinggi adalah kecepatan transaksi, di mana responden menilai proses pembayaran menggunakan QRIS lebih efisien dan praktis dibandingkan metode tunai atau kartu debit. Hasil wawancara juga memperkuat temuan ini, di mana responden menyatakan bahwa QRIS membantu mempercepat antrean dan memberikan kemudahan saat pembayaran.

Variabel kepuasan pelanggan (Y), hasil analisis menunjukkan nilai reliabilitas yang lebih tinggi (*Cronbach's Alpha* = 0,729) dibandingkan variabel X (0,696), yang menandakan konsistensi jawaban responden terhadap pernyataan kepuasan pelanggan tergolong sangat baik. Indikator dengan skor tertinggi pada variabel ini adalah minat menggunakan kembali, yang menunjukkan bahwa pelanggan yang puas dengan layanan QRIS akan cenderung melakukan transaksi ulang di Alfamart. Indikator selanjutnya yang juga tinggi adalah rekomendasi kepada orang lain, menandakan bahwa pelanggan puas cenderung menyarankan penggunaan QRIS kepada orang lain karena kemudahannya. Hasil wawancara memperkuat temuan ini bahwa kepuasan mereka tidak hanya karena efisiensi transaksi, tetapi juga karena tidak perlu khawatir kehilangan uang tunai, serta merasa lebih modern dan praktis dalam berbelanja.

Temuan ini diperkuat oleh teori moneter Sihaloho *et al.*, (2020), yang menyatakan bahwa sistem pembayaran merupakan bagian penting dari stabilitas keuangan dan efisiensi ekonomi. Pergeseran dari uang tunai menuju transaksi non-tunai melalui QRIS mencerminkan transformasi moneter yang berdampak pada kecepatan peredaran uang dan efisiensi transaksi di tingkat mikro (konsumen dan ritel). QRIS, sebagai inovasi sistem pembayaran digital, mendukung prinsip stabilitas nilai uang dan efisiensi sirkulasi moneter dengan cara mengurangi ketergantungan pada uang fisik, mempercepat arus pembayaran, serta meminimalkan biaya transaksi.

Dalam konteks ini, kepuasan pelanggan meningkat karena QRIS menciptakan pengalaman transaksi yang cepat, aman, dan efisien, yang sejalan dengan tujuan kebijakan moneter untuk menciptakan sistem keuangan yang stabil dan inklusif. Temuan ini juga relevan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa penerimaan teknologi ditentukan oleh dua faktor utama, yaitu *persepsi kegunaan* (manfaat yang dirasakan) dan *persepsi kemudahan penggunaan* (kemudahan penggunaan). Dalam konteks penelitian ini, pelanggan Alfamart menilai QRIS bermanfaat karena mempercepat pembayaran dan aman

digunakan, sekaligus mudah diakses hanya melalui aplikasi dompet digital atau *mobile banking*. Faktor-faktor tersebut menjadikan pelanggan lebih menerima dan menggunakan QRIS dalam kegiatan belanja sehari-hari.

Penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian terdahulu (Indriani *et al.*, 2023) yang menemukan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif terhadap peningkatan kepuasan pelanggan di Alfamart Talaga, serta (Sahabuddin *et al.*, 2024), yang menegaskan bahwa kemudahan transaksi menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan *fintech*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan QRIS secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan, di mana indikator kecepatan transaksi pada variabel X dan minat menggunakan kembali pada variabel Y menjadi dua faktor dominan yang meningkatkan kepuasan pelanggan di Alfamart Kota Kupang.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan QRIS memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan di Alfamart Kota Kupang, baik melalui aspek kemudahan dan kecepatan transaksi maupun melalui kontribusinya terhadap efisiensi sistem pembayaran modern. Penerapan QRIS tidak hanya bermanfaat bagi konsumen dan ritel, tetapi juga sejalan dengan tujuan kebijakan moneter dalam mendorong transaksi non-tunai dan stabilitas ekonomi nasional. Hasil wawancara mendukung hasil kuantitatif tersebut, di mana pelanggan menyatakan kepuasan mereka terhadap penggunaan QRIS karena proses transaksi lebih cepat, aman, dan praktis. Selain itu, karyawan Alfamart juga merasakan manfaat QRIS dalam mempercepat pelayanan dan mengurangi kesalahan dalam pengembalian uang, yang turut meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh penggunaan QRIS terhadap kepuasan pelanggan di Alfamart Kota Kupang, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan QRIS terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t yang menghasilkan nilai signifikansi $14,819 > t \text{ tabel} = 1,655$ dan signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

Hasil ini menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu penggunaan QRIS mampu mempengaruhi atau menjelaskan variasi variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan sebesar 59,5%, sedangkan 40,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam pengujian ini seperti harga produk, kualitas pelayanan kasir, promosi, maupun kondisi jaringan internet saat transaksi. Hasil wawancara juga memperkuat temuan ini, di mana responden menyatakan bahwa QRIS membantu mempercepat antrian dan memberikan kemudahan saat pembayaran, selain itu, tidak perlu khawatir kehilangan uang tunai, serta merasa lebih modern dalam berbelanja.

Temuan ini sejalan dengan perspektif teori moneter, yang dimana QRIS merupakan salah satu bentuk perkembangan sistem pembayaran modern yang mendukung peran uang sebagai alat tukar dan satuan hitung yang lebih efisien. Temuan ini juga relevan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa penerimaan teknologi ditentukan oleh

dua faktor utama, yaitu *persepsi kegunaan* (manfaat yang dirasakan) dan *persepsi kemudahan penggunaan* (kemudahan penggunaan).

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa penerapan QRIS sebagai metode pembayaran digital dapat menjadi strategi efektif bagi ritel modern, khususnya Alfamart, untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan. Dengan demikian, QRIS dapat dijadikan sebagai salah satu inovasi penting untuk memperkuat daya saing perusahaan di era digital.

Saran

1. Bagi Objek Penelitian.

Disarankan untuk terus mengoptimalkan layanan pembayaran menggunakan QRIS di setiap gerainya. Alfamart juga perlu melakukan sosialisasi dan edukasi kepada pelanggan mengenai manfaat pengguna QRIS, serta memberikan pelatihan kepada karyawan kasir agar dapat melayani transaksi berbasis QRIS dengan cepat dan tepat. Dengan langkah ini, kepuasan pelanggan dapat terus ditingkatkan dan loyalitas konsumen dapat terjaga.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya.

Disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga produk, kualitas pelayanan kasir, promosi, maupun kondisi jaringan internet saat transaksi agar hasil penelitian lebih komprehensif. Penelitian juga dapat diperluas pada objek yang berbeda, baik jenis usaha maupun lokasi, sehingga dapat memberikan perbandingan hasil yang lebih beragam dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA.

- Adinata, W., Rusylda, E., Saraswati, H., & Hidayat, W. (2023). *Pengaruh Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Terhadap Kepuasan Nasabah*. 1, 94–108.
- Adji, Y. B., Muhammad, W. A., Akrabi, A. N. L., & Noerlina, N. (2023). Perkembangan Inovasi Fintech di Indonesia. *Business Economic, Communication, and Social Sciences Journal (BECOSS)*, 5(1), 47–58. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v5i1.8675>
- Alfamart. (2024). *Alfamart*. PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. <https://www.alfamart.co.id/tentang-perusahaan/sejarah>
- Bank Indonesia. (2025). *Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 3 Tahun 2025*. 1–23.
- Bank Indonesia. (2024a). *BI NTT Catat Transaksi QRIS Januari 2024 Naik 141 Persen*. Antara News NTT. [https://kupang.antaranews.com/berita/127524/bi-ntt-catat-transaksi-qrisk-januari-2024-naik-141-persen#:~:text=Sementara%2C jumlah pengguna QRIS di,year on year \(yoy\)](https://kupang.antaranews.com/berita/127524/bi-ntt-catat-transaksi-qrisk-januari-2024-naik-141-persen#:~:text=Sementara%2C jumlah pengguna QRIS di,year on year (yoy))
- Bank Indonesia. (2024b). *Pengguna QRIS Naik Jadi 54 Juta per Oktober 2024*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20241120174948-78-1168824/pengguna-qrisk-naik-jadi-54-juta-per-oktober-2024>
- Benny Jahang. (2020). *Enam Alfamart di Kupang ditutup pemerintah karena tidak berizin*. Antara News NTT. <https://kupang.antaranews.com/berita/27660/enam-alfamart-di-kupang-ditutup-pemerintah-karena-tidak-berizin>
- Burhan, F. A. (2024). *Kondisi Terbaru Total Jumlah Gerai Alfamart (AMRT) saat Ratusan*

- Tutup*. Bisnis.Com. <https://market.bisnis.com/read/20241216/192/1824569/kondisi-terbaru-total-jumlah-gerai-alfamart-amrt-saat-ratusan-tutup>
- Dyah Sekarsari, K. A., Sulistyaningrum I, C. D., & Subarno, A. (2022). Optimalisasi Penerapan Quick Response Code Indonesia Standard (Qris) Pada Merchant Di Wilayah Surakarta. *JIKAP (Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran)*, 5(2), 42. <https://doi.org/10.20961/jikap.v5i2.51487>
- Farhan, A., & Shifa, A. W. (2023). Penggunaan Metode Pembayaran QRIS Pada Setiap UMKM di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 1198–1206.
- Fauzi, H. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Majalengka Pelanggan E-Commerce Shopee). *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 4(2), 156–167. <https://doi.org/10.31949/maro.v4i2.1801>
- Hasibuan, R. M., Harahap, F., & Lubis, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe Vanilla Panyabungan. *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS)*, 4(3), 175–182.
- IDXChannel. https://www.idxchannel.com/milenomic/apakah-alfamart-bisa-bayar-pakai-qris-simak-penjelasan-nya?utm_source=chatgpt.com
- Indriani, A., Syamsul, E. M., & Lestari, A. G. (2023). Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), Penjualan dan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Alfamart Talaga Wetan). *Pelanggan, D A N Kepuasan Kasus, Studi Talaga, Alfamart*, 5(3), 1482–1492. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i1.2233>
- Muhajirin, Risnita, & Asrulla. (2024). Pendekatan Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Tahapan Penelitian. *Journal Genta Mulia*, 15(1), 82–92.
- Nahak;, M. N. (2022). Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital dan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner di Kecamatan Oebobo Kota Kupang. 1–137. http://skripsi.undana.ac.id/?p=show_detail&id=10830
- Pangesti, F. M., Nadhiroh, A. F., Ghuri, E., Tanjung, D. S., & Ayu, D. (2024). Pengaruh Penggunaan Financial Technology QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Sekitar Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2(1), 23–28.
- Rahadi, J., Agrecia, A., Valecia, V. G., & Nofirda, F. A. (2023). Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 31088–31093.
- Rupa, M. K., Reu, F. M., & Djo, F. C. (2025). Pengaruh Persepsi Pengetahuan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Sikap Pengguna Terhadap Keputusan Penggunaan Qris Pada Umkm Sektor Kuliner Di Kota Kupang-Ntt. *Analisis*, 15(01), 117–140. <https://doi.org/10.37478/als.v15i01.5329>
- Sahabuddin, R., Arif, H. M., Nurfatimah, I., Nengsia, S., Rahmayani, S. N., Manajemen, S., Makassar, U. N., Pelanggan, K., & Equation, S. (2024). *Fintech dan Kepuasan Pelanggan: Menggali Peran Kemudahan Transaksi Melalui QRIS Sebagai Variabel Intervening di Warung Sari Laut Mas Joko Kota Makassar*. 2(1), 61–70.
- Setriawati, R. I. S. (2021). Buku Ajar Ekonomi Moneter. *Paper Knowledge,Toward a Media History of Documents*, 7(Juni), 49–58.