



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 24124-24134

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Penggunaan QRIS, Literasi Digital, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Cilacap

Retno Fadilah*, Fajar Nur Wibowo, Opi Irawansah

Program Studi Bisnis Digital Ekonomi & Bisnis, Universitas Al-Irsyad Cilacap

retnofadilah24@gmail.com, fajamurwibowo@universitasalirsyad.ac.id, opi_irawansah@universitasalirsyad.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan QRIS, literasi digital, dan kepuasan pelanggan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Cilacap, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal dan metode survei melalui kuesioner berskala Likert yang disebarikan kepada 110 pelaku UMKM yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial penggunaan QRIS (Sig. 0,000), literasi digital (Sig. 0,018), dan kepuasan pelanggan (Sig. 0,037) berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Secara simultan ketiga variabel juga berpengaruh positif dan signifikan (Sig. 0,000) dengan kontribusi sebesar 50,2% berdasarkan nilai Adjusted R Square, sedangkan penggunaan QRIS menjadi variabel paling dominan. Temuan ini menegaskan bahwa pemanfaatan sistem pembayaran digital yang optimal, kemampuan literasi digital pelaku usaha, dan upaya menciptakan kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Kabupaten Cilacap.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Literasi Digital, Pendapatan UMKM, Penggunaan QRIS

1. Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman, aktivitas ekonomi masyarakat mengalami perubahan, termasuk saat melakukan transaksi di kehidupan sehari-hari. Perubahan tersebut ditandai dengan munculnya teknologi *FinTech* (*Financial Technology*) yang merupakan inovasi yang menghubungkan layanan keuangan dengan teknologi dan dapat mengubah cara masyarakat melakukan transaksi. *FinTech* muncul seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang dipengaruhi oleh penggunaan teknologi informasi, sehingga berdampak pada kebutuhan hidup yang serba mudah dan cepat, serta berperan mempermudah transaksi dengan menyediakan layanan pembayaran digital [1]. Sistem pembayaran digital yang populer digunakan khususnya di sektor UMKM adalah QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*), yang diharapkan dapat menghindari risiko uang palsu, mempermudah pembayaran melalui kode QR, menghemat biaya transaksi, dan otomatis mencatat transaksi secara *real time* [2].

Banyaknya manfaat yang ditawarkan membuat tren pengguna dan *merchant* QRIS terus meningkat. Berdasarkan data statistik QRIS, jumlah total pengguna QRIS meningkat sebesar 233% dari 18 juta *user* pada Maret 2022 menjadi 60 juta *user* di penghujung tahun 2025, sedangkan jumlah *merchant* QRIS meningkat sebesar 153% dari 17 juta menjadi 43 juta *merchant* pada akhir 2025 [3]. Lonjakan pertumbuhan *merchant* QRIS didorong oleh peran pelaku UMKM sebagai penggerak utama ekosistem pembayaran digital di Indonesia, yang diikuti pertumbuhan jumlah UMKM di Kabupaten Cilacap yang tercatat sebanyak 23.216 unit pada tahun 2025 dan didominasi oleh usaha mikro [4]. Meskipun jumlah *merchant* QRIS secara nasional telah mencapai 43 juta unit dari total 30,21 juta unit UMKM, penetrasi tersebut belum sepenuhnya menjangkau pelaku usaha mikro di tingkat daerah, sehingga penggunaan QRIS di sektor UMKM lokal masih perlu perhatian lebih [5].

Melalui penggunaan QRIS, diharapkan dapat memberikan pengalaman transaksi yang mudah dan cepat antara penjual dan pembeli. Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan pelaku UMKM karena memberikan kelancaran kinerja bagi pelaku usaha dan menawarkan banyak promo bagi pelanggan [6]. Namun, temuan lain menunjukkan hasil yang tidak signifikan akibat kurangnya pemahaman manfaat mengadopsi QRIS dan dampaknya terhadap pendapatan pelaku

UMKM [7]. Selain penggunaan QRIS, literasi digital diperlukan dalam upaya meningkatkan pendapatan UMKM. Berdasarkan Indeks Literasi Digital Indonesia, literasi digital memiliki skor indeks 3,49 pada tahun 2021 dan 3,54 pada tahun 2022 yang termasuk kategori sedang pada skala 1–5 [8]. Kondisi literasi digital di Indonesia yang masih tergolong sedang mendekati baik, namun pelaku usaha belum memanfaatkannya secara optimal untuk mendukung kegiatan usaha [9].

Literasi digital merupakan keterampilan seseorang dalam memahami dan menggunakan suatu teknologi berupa perangkat digital maupun sosial media yang digunakan secara bijak. Selain keterampilan dalam mengoperasikan suatu teknologi, literasi digital mencakup keterampilan seseorang dalam menggunakan internet dan memanfaatkan media digital untuk berkomunikasi, menemukan, membuat, serta memilah dan mengonsumsi sebuah informasi secara bijak untuk mendukung kegiatan interaksi di kehidupan sehari-hari [9]. Kemampuan literasi digital diperlukan untuk mengetahui sejauh mana pelaku UMKM mengoperasikan perangkat teknologi guna mendukung perkembangan usahanya. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM karena kemampuan literasi digital yang baik dalam mengoperasikan platform digital bermanfaat untuk mendukung kinerja usahanya [10]. Namun, temuan lain menunjukkan hasil tidak signifikan karena pelaku usaha khawatir akan tertinggal dengan pelaku usaha yang memiliki literasi digital lebih baik [11].

Selain penggunaan QRIS dan literasi digital, kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam keberlangsungan usaha dan dapat mendorong peningkatan pendapatan UMKM. Kepuasan pelanggan adalah reaksi pelanggan berupa perasaan senang atau kecewa yang muncul karena terpenuhi atau tidaknya kebutuhan dari suatu produk atau layanan yang diterima [12]. Dalam penelitian ini variabel kepuasan pelanggan diteliti berdasarkan persepsi pelaku UMKM sebagai responden, yang menggambarkan kemampuan pelaku UMKM dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM karena mendorong loyalitas pelanggan serta meningkatkan penjualan dan pendapatan UMKM [13]. Namun, temuan lain menunjukkan hasil tidak signifikan karena jumlah penjualan, transaksi, dan pendapatan tidak meningkat hanya karena pelanggan puas terhadap layanan atau produk [14].

Beberapa penelitian terdahulu masih memperlihatkan adanya celah penelitian yang jelas. Sebagian besar penelitian mengenai QRIS belum menjawab apakah literasi digital dan kepuasan pelanggan yang diciptakan oleh pelaku usaha ikut berperan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Selain itu, penelitian tentang literasi digital sering diteliti bersamaan dengan literasi keuangan dan dikaitkan dengan kinerja UMKM, sehingga belum menjelaskan pengaruh langsung terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Sebagian besar penelitian juga dilakukan di wilayah yang berbeda kondisi ekonomi, sosial, dan tingkat pemanfaatan teknologinya dengan Kabupaten Cilacap. Adanya celah penelitian (*research gap*) inilah yang mendorong peneliti untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan QRIS, literasi digital, dan kepuasan pelanggan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Cilacap, guna memberikan bukti empiris melalui pengujian secara parsial dan simultan dengan pendekatan kuantitatif.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal (*causal research*), yaitu penelitian yang menguji apakah suatu variabel menyebabkan perubahan terhadap variabel lain [15]. Pendekatan kuantitatif berlandaskan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu melalui instrumen penelitian, kemudian data dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis [16]. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM di Kabupaten Cilacap yang menggunakan QRIS dan tercatat sebanyak 23.216 unit pada tahun 2025. Penentuan jumlah sampel mengacu pada rumus $N = 50 + 8m$ untuk pengujian simultan dan $N = 104 + m$ untuk pengujian parsial, dengan m adalah jumlah variabel independen [17]. Karena penelitian ini menguji pengaruh secara parsial dan simultan, digunakan 110 responden yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*, yaitu memilih responden yang memenuhi kriteria seperti pelaku UMKM aktif di Kabupaten Cilacap, telah menggunakan QRIS minimal tiga bulan, terbiasa menggunakan teknologi digital, terlibat langsung dengan pelanggan, dan bersedia memberikan informasi pendapatan. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang disebarluaskan melalui *Google Form* dengan pengukuran menggunakan Skala Likert lima tingkat, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Prosedur penelitian dimulai dari mengidentifikasi permasalahan, merumuskan hipotesis, menyusun instrumen berdasarkan indikator masing-masing variabel, mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner secara daring, hingga melakukan analisis data. Variabel penggunaan QRIS (X_1), literasi digital (X_2), dan kepuasan pelanggan

(X3) diperlakukan sebagai variabel independen, sedangkan pendapatan UMKM (Y) sebagai variabel dependen. Data yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis menggunakan *software* IBM SPSS *Statistics* 22 melalui uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, serta uji hipotesis berupa uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi (R^2) untuk menarik kesimpulan mengenai pengaruh antar variabel [18].

3. Hasil dan Diskusi

3.1. Karakteristik Responden

Penelitian ini menyajikan gambaran karakteristik responden berupa usia, jenis kelamin, kecamatan domisili, jenis usaha, lama menjalankan usaha, lama menggunakan QRIS, dan tingkat pendapatan selama satu bulan terakhir. Data karakteristik responden diperoleh dari 110 pelaku UMKM di Kabupaten Cilacap yang menjadi sampel penelitian, sebagaimana disajikan pada tabel-tabel berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
18–22 tahun	31	28,2%
23–27 tahun	37	33,6%
28–32 tahun	28	25,5%
33–37 tahun	10	9,1%
> 38 tahun	4	3,6%
Total	110	100%

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa responden didominasi oleh kelompok usia 23–27 tahun sebanyak 37 responden atau 33,6%, disusul kelompok usia 18–22 tahun sebanyak 31 responden atau 28,2%, dan kelompok usia 28–32 tahun sebanyak 28 responden atau 25,5%. Kelompok usia 33–37 tahun berjumlah 10 responden atau 9,1%, sedangkan kelompok usia lebih dari 38 tahun paling sedikit yaitu 4 responden atau 3,6%. Data ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh responden berada pada rentang usia muda hingga dewasa awal yang tergolong usia produktif, sehingga pelaku UMKM di Kabupaten Cilacap masih aktif mengembangkan usahanya dan umumnya lebih terbiasa beradaptasi dengan teknologi digital dibandingkan kelompok usia yang lebih tua.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	28	25,5%
Perempuan	82	74,5%
Total	110	100%

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa responden didominasi oleh kelompok perempuan sebanyak 82 responden atau 74,5%, sedangkan kelompok laki-laki berjumlah 28 responden atau 25,5%. Perbandingan tersebut menunjukkan bahwa perempuan lebih banyak berkontribusi sebagai responden pelaku UMKM dalam penelitian ini dibandingkan laki-laki, yang menggambarkan besarnya peran perempuan dalam menjalankan kegiatan UMKM di Kabupaten Cilacap.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan Domisili

Kecamatan Domisili	Frekuensi	Persentase (%)
Cilacap Tengah	29	26,4%
Cilacap Selatan	20	18,2%
Cilacap Utara	14	12,7%
Kroya	10	9,1%
Jeruklegi	9	8,2%
Kesugihan	5	4,5%
Bantarsari	4	3,6%
Binangun	4	3,6%
Cimanggu	4	3,6%
Kawunganten	3	2,7%

Adipala	2	1,8%
Gandrungmangu	2	1,8%
Cipari	1	0,9%
Kampung Laut	1	0,9%
Karangpucung	1	0,9%
Wanareja	1	0,9%
Total	110	100%

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa responden tersebar di 16 kecamatan dari total 24 kecamatan di Kabupaten Cilacap. Kecamatan domisili didominasi oleh Cilacap Tengah sebanyak 29 responden atau 26,4%, diikuti Cilacap Selatan sebanyak 20 responden atau 18,2%, dan Cilacap Utara sebanyak 14 responden atau 12,7%. Apabila ketiga kecamatan tersebut digabungkan diperoleh 63 responden atau sekitar 57,3% dari total sampel, sementara 13 kecamatan lainnya masing-masing mewakili 1 hingga 10 responden. Ketiga wilayah yang mendominasi tersebut menunjukkan tingginya aktivitas UMKM di wilayah kota yang didukung oleh jaringan internet dan kemudahan akses layanan perbankan, sehingga mendukung pelaku UMKM untuk lebih mudah mengadopsi teknologi digital.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase (%)
Kuliner	46	41,8%
Fashion	22	20%
Jasa	18	16,4%
Perdagangan	18	16,4%
Kerajinan	3	2,7%
Pertanian	2	1,8%
Perikanan	1	0,9%
Total	110	100%

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa jenis usaha responden didominasi oleh usaha kuliner sebanyak 46 responden atau 41,8%, diikuti usaha *fashion* sebanyak 22 responden atau 20%. Selanjutnya, usaha jasa dan perdagangan masing-masing diwakili 18 responden atau 16,4%, sementara usaha kerajinan, pertanian, dan perikanan memiliki jumlah paling kecil yaitu 3 responden atau 2,7%, 2 responden atau 1,8%, dan 1 responden atau 0,9%. Hal ini menunjukkan bahwa jenis usaha yang berhubungan langsung dengan konsumen seperti kuliner, *fashion*, jasa, dan perdagangan memungkinkan pelaku usaha lebih mudah mengamati perilaku dan kebutuhan pelanggan, serta lebih dekat untuk menerima saran dan kritik terhadap produk atau layanan yang diberikan.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha

Lama Menjalankan Usaha	Frekuensi	Persentase (%)
< 1 tahun	17	15,5%
1–3 tahun	65	58,2%
4–6 tahun	22	20%
> 6 tahun	7	6,4%
Total	110	100%

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden telah menjalankan usahanya selama 1–3 tahun, yaitu 65 responden atau 58,2%, diikuti lama usaha 4–6 tahun sebanyak 22 responden atau 20%, dan lama usaha kurang dari 1 tahun sebanyak 17 responden atau 15,5%, sedangkan lama usaha lebih dari 6 tahun diwakili 7 responden atau 6,4%. Responden dengan lama usaha 1–3 tahun menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih pada tahap merintis dan mengembangkan usahanya, sementara usaha yang lebih dari 4 tahun cenderung memiliki kesiapan dan pengalaman dalam mengamati kebutuhan pelanggan serta memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung kegiatan usahanya.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan QRIS

Lama Menggunakan QRIS	Frekuensi	Persentase (%)
3–6 bulan	20	18,2%
7–12 bulan	45	40,9%
1–2 tahun	27	24,5%
> 2 tahun	18	16,4%
Total	110	100%

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden telah menggunakan QRIS selama 7–12 bulan yaitu 45 responden atau 40,9%, diikuti lama penggunaan 1–2 tahun sebanyak 27 responden atau 24,5%, lama penggunaan 3–6 bulan sebanyak 20 responden atau 18,2%, dan lama penggunaan lebih dari 2 tahun sebanyak 18 responden atau 16,4%. Data ini menunjukkan bahwa seluruh responden telah memenuhi kriteria minimal penggunaan QRIS selama tiga bulan, sehingga menggambarkan sebagian besar pelaku UMKM telah berpengalaman menggunakan QRIS dalam kegiatan usahanya dan mampu memberikan penilaian berdasarkan pengalaman nyata mereka.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Satu Bulan Terakhir

Tingkat Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
< 1 juta	15	13,6%
1 juta – 2 juta	29	26,4%
3 juta – 4 juta	47	42,7%
> 5 juta	19	17,3%
Total	110	100%

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki pendapatan sebesar 3 juta–4 juta yaitu 47 responden atau 42,7%, diikuti pendapatan 1 juta–2 juta sebanyak 29 responden atau 26,4%, pendapatan lebih dari 5 juta sebanyak 19 responden atau 17,3%, dan pendapatan kurang dari 1 juta sebanyak 15 responden atau 13,6%. Data tingkat pendapatan ini secara umum menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Cilacap yang menjadi responden memiliki berbagai skala usaha, mulai dari skala kecil hingga usaha yang menghasilkan pemasukan pendapatan yang stabil.

3.2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan kuesioner dapat menjadi alat ukur variabel secara tepat. Teknik pengujian menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dengan membandingkan nilai r hitung setiap item terhadap r tabel melalui bantuan IBM SPSS Statistics 22. Suatu item dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel dan nilai signifikansi $<$ 0,05 [18]. Dengan jumlah responden 110 diperoleh $df = 108$ dan nilai r tabel sebesar 0,187. Hasil uji validitas disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Sig.	Kesimpulan
Penggunaan QRIS (X1)	X1_P1	0,851	0,187	0,000	Valid
	X1_P2	0,855	0,187	0,000	Valid
	X1_P3	0,857	0,187	0,000	Valid
	X1_P4	0,824	0,187	0,000	Valid
	X1_P5	0,767	0,187	0,000	Valid
	X1_P6	0,844	0,187	0,000	Valid
	X1_P7	0,847	0,187	0,000	Valid
Literasi Digital (X2)	X2_P1	0,765	0,187	0,000	Valid
	X2_P2	0,789	0,187	0,000	Valid
	X2_P3	0,739	0,187	0,000	Valid
	X2_P4	0,804	0,187	0,000	Valid
	X2_P5	0,879	0,187	0,000	Valid
	X2_P6	0,804	0,187	0,000	Valid

Kepuasan Pelanggan (X3)	X3_P1	0,808	0,187	0,000	Valid
	X3_P2	0,764	0,187	0,000	Valid
	X3_P3	0,830	0,187	0,000	Valid
	X3_P4	0,827	0,187	0,000	Valid
Pendapatan UMKM (Y)	Y_P1	0,864	0,187	0,000	Valid
	Y_P2	0,812	0,187	0,000	Valid
	Y_P3	0,875	0,187	0,000	Valid

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel penggunaan QRIS, literasi digital, kepuasan pelanggan, dan pendapatan UMKM memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel 0,187 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

3.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi kuesioner dalam menghasilkan data yang dapat dipercaya jika digunakan pada kondisi yang berbeda. Teknik pengujian menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan menghitung koefisien Alpha dari seluruh item pernyataan setiap variabel melalui bantuan IBM SPSS Statistics 22. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0,944	20

Berdasarkan Tabel 9 dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh dari keseluruhan 20 item pernyataan seluruh variabel adalah sebesar 0,944 dan lebih besar dari 0,70. Oleh karena itu, instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel karena mampu menghasilkan data yang konsisten dan dapat dipercaya ketika digunakan berulang kali dalam kondisi yang berbeda [18].

3.4. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya data residual dari model regresi. Model regresi linear berganda dikatakan baik jika data residual berdistribusi normal. Pengujian dilakukan secara visual melalui grafik *Normal P-Plot* serta diperkuat dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Secara visual, titik-titik data pada grafik *Normal P-Plot* mengikuti atau mendekati garis diagonal, sehingga menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal [18]. Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov

Keterangan	Unstandardized Residual
N	110
Mean	0,0000000
Std. Deviation	1,01971339
Test Statistic	0,076
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,151

Berdasarkan Tabel 10 dapat diketahui bahwa nilai *Test Statistic* sebesar 0,076 dengan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0,151 > 0,05$, sehingga data residual dinyatakan berdistribusi normal secara statistik. Dengan demikian, hasil uji normalitas melalui grafik *Normal P-Plot* dan uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan hasil yang konsisten, sehingga asumsi normalitas terpenuhi dan model regresi dalam penelitian ini layak digunakan untuk pengujian berikutnya.

3.5. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala korelasi yang tinggi antarvariabel independen pada model regresi. Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi multikolinearitas, yang ditunjukkan

dengan nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 10,00 [18]. Hasil uji multikolinearitas disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Penggunaan QRIS (X1)	0,377	2,649	Tidak terjadi multikolinearitas
Literasi Digital (X2)	0,475	2,107	Tidak terjadi multikolinearitas
Kepuasan Pelanggan (X3)	0,636	1,572	Tidak terjadi multikolinearitas

Berdasarkan Tabel 11 dapat diketahui bahwa variabel penggunaan QRIS (X1) memiliki nilai *Tolerance* 0,377 > 0,10 dan VIF 2,649 < 10,00, variabel literasi digital (X2) memiliki nilai *Tolerance* 0,475 > 0,10 dan VIF 2,107 < 10,00, serta variabel kepuasan pelanggan (X3) memiliki nilai *Tolerance* 0,636 > 0,10 dan VIF 1,572 < 10,00. Berdasarkan nilai *Tolerance* dan VIF dari ketiga variabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas pada model regresi dalam penelitian ini.

3.6. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan *variance* residual pada model regresi. Teknik pengujian menggunakan uji Glejser, yaitu meregresikan nilai absolut residual terhadap setiap variabel independen. Model regresi dikatakan tidak mengalami heteroskedastisitas jika nilai signifikansi setiap variabel independen terhadap absolut residual lebih besar dari 0,05 [18]. Hasil uji heteroskedastisitas disajikan pada Tabel 12.

Tabel 12. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Kesimpulan
Penggunaan QRIS (X1)	0,153	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Literasi Digital (X2)	0,273	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kepuasan Pelanggan (X3)	0,692	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan Tabel 12 dapat diketahui bahwa variabel penggunaan QRIS (X1) memiliki nilai signifikansi 0,153 > 0,05, variabel literasi digital (X2) memiliki nilai signifikansi 0,273 > 0,05, serta variabel kepuasan pelanggan (X3) memiliki nilai signifikansi 0,692 > 0,05. Berdasarkan nilai signifikansi ketiga variabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini, sehingga model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

3.7. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh penggunaan QRIS (X1), literasi digital (X2), dan kepuasan pelanggan (X3) terhadap peningkatan pendapatan UMKM (Y) [18]. Hasil analisis regresi linear berganda disajikan pada Tabel 13.

Tabel 13. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	2,462	1,074		2,293	0,024
Penggunaan QRIS	0,171	0,046	0,406	3,692	0,000
Literasi Digital	0,116	0,049	0,235	2,397	0,018
Kepuasan Pelanggan	0,137	0,065	0,179	2,117	0,037

Berdasarkan Tabel 13 diperoleh persamaan regresi $Y = 2,462 + 0,171 X_1 + 0,116 X_2 + 0,137 X_3 + e$. Nilai konstanta sebesar 2,462 menunjukkan besarnya pendapatan UMKM ketika seluruh variabel independen bernilai nol. Variabel penggunaan QRIS memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,171, variabel literasi digital sebesar 0,116, dan variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,137. Ketiga nilai koefisien yang positif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan QRIS, tingkat literasi digital, dan kepuasan pelanggan yang diciptakan oleh pelaku UMKM, maka pendapatan UMKM cenderung meningkat.

3.8. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh signifikansi secara parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dikatakan berpengaruh signifikan secara parsial jika nilai t hitung > t tabel dan nilai signifikansi < 0,05 [18]. Berdasarkan $df = n - k - 1 = 110 - 3 - 1 = 106$ pada taraf signifikansi 5% diperoleh nilai t tabel sebesar 1,982. Hasil uji t (parsial) disajikan pada Tabel 14.

Tabel 14. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Penggunaan QRIS (X1)	3,692	1,982	0,000	Signifikan
Literasi Digital (X2)	2,397	1,982	0,018	Signifikan
Kepuasan Pelanggan (X3)	2,117	1,982	0,037	Signifikan

Berdasarkan Tabel 14 dapat diketahui bahwa variabel penggunaan QRIS (X1) memiliki nilai t hitung $3,692 > 1,982$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti penggunaan QRIS secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM; temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM [19]. Variabel literasi digital (X2) memiliki nilai t hitung $2,397 > 1,982$ dan signifikansi $0,018 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima, yang berarti literasi digital secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM dan konsisten dengan penelitian yang mengungkapkan literasi digital berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM [20]. Variabel kepuasan pelanggan (X3) memiliki nilai t hitung $2,117 > 1,982$ dan signifikansi $0,037 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima, yang berarti kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM, sebagaimana temuan yang menyatakan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan usaha [21].

3.9. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh signifikansi secara simultan dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dikatakan berpengaruh signifikan secara simultan jika nilai F hitung > F tabel dan nilai signifikansi < 0,05. Berdasarkan $df_1 = 3$ dan $df_2 = 110 - 3 - 1 = 106$ pada taraf signifikansi 5% diperoleh nilai F tabel sebesar 2,69. Hasil uji F (simultan) disajikan pada Tabel 15.

Tabel 15. Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	120,851	3	40,284	37,675	0,000
Residual	113,340	106	1,069		
Total	234,191	109			

Berdasarkan Tabel 15 diperoleh nilai F hitung sebesar $37,675 > 2,69$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_4 diterima. Hal ini berarti penggunaan QRIS (X1), literasi digital (X2), dan kepuasan pelanggan (X3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Cilacap. Temuan ini memperkuat penelitian yang menyimpulkan penggunaan QRIS berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM [22], penelitian yang menyatakan transformasi digital sebagai moderasi literasi digital berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM [23], serta temuan yang mengungkapkan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM [13], sehingga ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berperan penting dalam meningkatkan pendapatan UMKM.

3.10. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi disajikan pada Tabel 16.

Tabel 16. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,718	0,516	0,502	1,034

Berdasarkan Tabel 16 dapat diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0,516 atau 51,6%, yang berarti variabel penggunaan QRIS, literasi digital, dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi peningkatan pendapatan UMKM sebesar 51,6%, sementara 48,4% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model seperti modal usaha, lokasi usaha, kualitas produk, dan strategi pemasaran. Selain itu, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,502 atau 50,2% menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen dan jumlah sampel, ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan variasi peningkatan pendapatan UMKM sebesar 50,2%, sedangkan 49,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini [18].

3.11. Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Cilacap

Berdasarkan hasil uji t (parsial) dapat diketahui bahwa variabel penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Cilacap, yang dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Temuan ini relevan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Fred Davis, yang menyatakan bahwa ketika seseorang merasakan manfaat penggunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dari suatu teknologi, maka orang tersebut akan menerima dan mengadopsi teknologi tersebut [26].

Hal tersebut telah diterapkan oleh pelaku UMKM di Kabupaten Cilacap yang menggambarkan QRIS sebagai teknologi sistem pembayaran digital yang memberikan kemudahan dan mempercepat proses transaksi dengan pelanggan, karena pelaku usaha tidak perlu menyediakan uang kembalian saat bertransaksi. Kondisi ini ikut berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan usaha pelaku UMKM. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang mengungkapkan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan pelaku UMKM, di mana penggunaan QRIS mendorong kelancaran kinerja bagi pelaku usaha dan memberikan manfaat bagi pelanggan saat bertransaksi [6]. Dengan demikian, hipotesis H1 yang menyatakan penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Cilacap dinyatakan diterima.

3.12. Pengaruh Literasi Digital terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Cilacap

Berdasarkan hasil uji t (parsial) dapat diketahui bahwa variabel literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Cilacap, yang dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$. Temuan ini relevan dengan teori *Digital Literacy* yang ditulis oleh Paul Gilster, yang menjelaskan bahwa kemampuan literasi digital yang baik dapat dilihat dari kemampuan seseorang dalam memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber di internet secara bijak, serta kemampuan menggunakan perangkat digital berupa ponsel maupun komputer [27].

Hal tersebut telah diterapkan oleh pelaku UMKM di Kabupaten Cilacap yang memiliki kemampuan literasi digital baik dan cenderung mampu memanfaatkan teknologi serta platform digital untuk mengembangkan usahanya secara daring, guna memperluas jangkauan pelanggan dari berbagai daerah dan menambah jumlah penjualan, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan usahanya. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang menyatakan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, di mana untuk mengembangkan usahanya pelaku usaha memerlukan kemampuan literasi digital yang baik dalam mengoperasikan platform digital [10]. Dengan demikian, hipotesis H2 yang menyatakan literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Cilacap dinyatakan diterima.

3.13. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Cilacap

Berdasarkan hasil uji t (parsial) dapat diketahui bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Cilacap, yang dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,037 < 0,05$. Temuan ini relevan dengan teori kepuasan pelanggan pada buku *Marketing Management* oleh Kotler, yang mengartikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan hasil kinerja suatu produk atau layanan dengan harapan yang dimilikinya [28].

Hal tersebut telah diterapkan oleh pelaku UMKM di Kabupaten Cilacap yang mampu memprioritaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan guna menciptakan kepuasan pelanggan, serta memberikan produk dan pelayanan terbaik untuk mempertahankan pelanggan, yang akhirnya berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan UMKM. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, di mana terbentuknya kepuasan pelanggan dapat membangun loyalitas pelanggan dan berdampak pada peningkatan penjualan serta pendapatan UMKM [13]. Dengan demikian, hipotesis H3 yang menyatakan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Cilacap dinyatakan diterima.

3.14. Pengaruh Penggunaan QRIS, Literasi Digital, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Cilacap

Berdasarkan hasil uji F (simultan) dapat diketahui bahwa variabel penggunaan QRIS, literasi digital, dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Cilacap, yang dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Temuan ini relevan dengan teori *Resource-Based View* (RBV) yang dikembangkan oleh Barney, yang menjelaskan bahwa perusahaan yang mampu bersaing secara unggul dan memiliki kinerja usaha berkelanjutan dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang bernilai (*valuable*), langka (*rare*), sulit ditiru (*inimitable*), dan tidak mudah tergantikan (*non-substitutable*) [29].

Teori tersebut telah diterapkan oleh pelaku UMKM di Kabupaten Cilacap yang menggambarkan penggunaan QRIS, literasi digital, dan kemampuan menciptakan kepuasan pelanggan sebagai sumber daya dan kapabilitas yang dimilikinya. Jika pengelolaan sumber daya tersebut optimal, maka kinerja usaha yang berkelanjutan dapat tercermin dari meningkatnya pendapatan UMKM. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa penggunaan QRIS dan tingkat literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan penjualan UMKM [24], serta penelitian yang mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada UMKM [25]. Dengan demikian, hipotesis H4 yang menyatakan penggunaan QRIS, literasi digital, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Cilacap dinyatakan diterima.

Temuan ini juga menunjukkan bahwa penggunaan QRIS menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan dalam mempengaruhi peningkatan pendapatan UMKM, diikuti oleh literasi digital dan kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Standardized Coefficients* (Beta) pada variabel penggunaan QRIS yang terbesar yaitu 0,406, sedangkan literasi digital sebesar 0,235 dan kepuasan pelanggan sebesar 0,179. Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan 50,2% variasi pendapatan UMKM, sehingga sistem pembayaran digital yang dimanfaatkan secara optimal, didukung kemampuan literasi digital pelaku usaha, serta upaya menciptakan kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja dan pendapatan UMKM di Kabupaten Cilacap.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh penggunaan QRIS, literasi digital, dan kepuasan pelanggan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Cilacap, dapat disimpulkan bahwa secara parsial penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, literasi digital berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi $0,018 < 0,05$, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi $0,037 < 0,05$ terhadap peningkatan pendapatan UMKM, sedangkan secara simultan ketiga variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan mampu menjelaskan 50,2% variasi pendapatan UMKM berdasarkan nilai *Adjusted R Square*. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha yang mampu memanfaatkan sistem pembayaran digital QRIS untuk mendukung kelancaran transaksi, memiliki kemampuan literasi digital yang baik untuk mengembangkan usahanya secara luas, serta mampu menciptakan kepuasan pelanggan secara optimal akan berdampak pada peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Cilacap, dengan penggunaan QRIS sebagai faktor yang paling dominan.

Referensi

- [1] R. N. Linda, "Kontribusi Fintech atas Perkembangan dan Realita UMKM di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, vol. 3, no. 2, pp. 184–192, 2025.
- [2] Bank Indonesia, *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Jakarta: Bank Indonesia, 2020. [Online]. Available: <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/kanal-layanan/qr/default.aspx>

- [3] ASPI, *Statistik QRIS*. Jakarta: Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia, 2024. [Online]. Available: <https://www.aspi-indonesia.or.id/statistik-qris/>
- [4] DPKUKM, *Data Pertumbuhan UMKM Kabupaten Cilacap Tahun 2025*. Cilacap: Portal Open Data Kabupaten Cilacap, 2025. [Online]. Available: <https://data.cilacapkab.go.id/dataset/data-pertumbuhan-umkm-s-d-tahun-2025>
- [5] Kementerian UMKM Republik Indonesia, *Jumlah UMKM di Indonesia berdasarkan SIDI UMKM*. Jakarta: Satu Data UMKM, 2025. [Online]. Available: <https://satudata.umkm.go.id/custom-dashboard/publikasi>
- [6] M. P. Sulistiani and E. P. Radjawane, "Analisis Penggunaan QRIS Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM di Kecamatan Galang," *Musyari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, vol. 25, no. 1, pp. 2951–2960, 2025.
- [7] L. Anggraeni and Dessy, "Pengaruh E-Commerce dan QRIS Terhadap Pendapatan UMKM Berbasis E-digital di Kota Jambi," *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, vol. 9, no. 1, pp. 31–49, 2025.
- [8] data.komdigi.go.id, *Indeks Literasi Digital Indonesia Tahun 2021-2022*. Jakarta: Satu Data KOMDIGI, 2025. [Online]. Available: <https://data.komdigi.go.id/opendata/dataset/indeks-literasi-digital-indonesia>
- [9] I. Rachmawati, N. D. Yogawati, T. Yuwono, F. N. Wibowo, and R. Nugroho, "The Effect of Finance and Digital Literatures and Financial Management on UMKM Performance in the Cilacap District," *Proceeding of The International Conference on Business and Economics*, vol. 1, no. 1, pp. 175–187, 2022.
- [10] N. Huda, A. Pratiwi, and A. Munandar, "Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital Terhadap Kinerja UMKM Kota Bima," *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 6, no. 1, pp. 216–224, 2023.
- [11] R. Innayah, Y. Dian, and P. Windrayadi, "Lokasi Usaha dan Literasi Digital Dalam Mempengaruhi Peningkatan Pendapatan UMKM," *Prosiding New SNASPPM*, vol. 9, no. 1, pp. 570–573, 2024.
- [12] R. L. Oliver, *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, 2nd ed. New York: M.E. Sharpe, 2010.
- [13] R. N. Sari, A. Ningsih, and D. Hurnis, "Pengaruh Perspektif Kemampuan Proses Bisnis Internal dan Perspektif Kepuasan Pelanggan Pada Kinerja UMKM," *Ensiklopedia of Journal*, vol. 7, no. 4, pp. 354–361, 2025.
- [14] S. L. Wardhani, M. Wulan, and W. Winarno, "Transformasi Keuangan Digital dan Dampak Intensitas Penggunaan Digital Payment Terhadap Pendapatan UMKM Yogyakarta Melalui Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 19, no. 3, pp. 242–256, 2025.
- [15] R. Bougie and U. Sekaran, *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*, 8th ed. Chichester: John Wiley & Sons, 2021.
- [16] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 2nd ed. Bandung: Alfabeta, 2023.
- [17] S. B. Green, "How Many Subjects Does It Take To Do A Regression Analysis," *Multivariate Behavioral Research*, vol. 26, no. 3, pp. 499–510, 1991.
- [18] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*, 10th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.
- [19] J. Sabda Maulana and W. T. Subroto, "Peran QRIS terhadap Pendapatan UMKM di Era Digital: Studi SWK Ketintang Surabaya," *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, vol. 4, no. 1, pp. 4044–4055, 2025.
- [20] N. K. P. Keristina and A. A. B. P. W., "Analisis Penggunaan Transaksi QRIS, Permodalan dan Literasi Digital dalam Memengaruhi Pendapatan UMKM Kuliner di Kota Denpasar," *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Manajemen*, vol. 4, no. 1, pp. 1–25, 2025.
- [21] T. Adya Pratama and B. F. S. Dharmasetiawan, "Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Pendapatan Usaha Fresya Jaya Laundry di Kelurahan Tembilahan Hulu," *Jurnal Analisis Manajemen*, vol. 10, no. 2, pp. 160–172, 2024.
- [22] M. A. Nabila, M. Azis, N. Afiah, and A. Anwar, "Pengaruh Implementasi QRIS sebagai Alat Pembayaran Nontunai terhadap Kualitas Layanan dan Pendapatan UMKM di Kota Makassar," *Jurnal Ekonomi*, vol. 5, pp. 86–94, 2025.
- [23] N. Kartika Rahmawati, Muktiyanto, and H. Christya Rahayu, "Pengaruh Transformasi Digital Dalam Peningkatan Pendapatan UMKM Perempuan di Jabodetabek," *Jurnal Ekonomi*, vol. 6, no. 1, pp. 70–87, 2025.
- [24] P. Ririn Ariska, N. Hendri, and G. Padwa Sari, "Pengaruh Penggunaan Digital Payment QRIS dan Tingkat Literasi Digital terhadap Pendapatan Penjualan," *Expensive: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, vol. 4, no. 3, pp. 388–399, 2025.
- [25] N. Aisyah, E. S. Subhan, and R. Ramadhan, "Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Kuliner Bakso Mawar di Kabupaten Dompu," *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, vol. 6, no. 1, 2025.
- [26] F. D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly*, vol. 13, no. 3, pp. 319–339, 1989.
- [27] P. Gilster, *Digital Literacy*. New York: John Wiley & Sons, 1997.
- [28] P. Kotler, K. L. Keller, S. J. Shaw, and K. R. Davis, *Marketing Management*, 15th ed. Harlow: Pearson Education, 2016.
- [29] F. Zahrotun, R. A. Windarti, S. Farleni, and V. F. Sanjaya, "Pendekatan Resource-Based View (RBV) Dalam Manajemen Bisnis: Strategi Untuk Keunggulan Kompetitif Yang Berkelanjutan," *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, vol. 1, no. 2, 2025.