



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

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

Vol. 4 No. 4 (2026) pp: 10063-10071

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

## Dampak Pembayaran QRIS dan Tunai terhadap Kepercayaan Pelanggan pada Usaha RollNRoll

Tutut Devitasari<sup>1</sup>, Annisa Nirwasita<sup>2</sup>, Anggun Bella Ramadhani<sup>3</sup>, Brigitta Kumala Dwi Indah Pratiwi<sup>4</sup>, Jesinda Felia Hardiyanti<sup>5</sup>, Abdul Hamid<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika, Surabaya

<sup>1</sup>[deviitaa4@gmail.com](mailto:deviitaa4@gmail.com), <sup>2</sup>[annisanirwas@gmail.com](mailto:annisanirwas@gmail.com), [anggunbellar@gmail.com](mailto:anggunbellar@gmail.com), [brigittakdip@gmail.com](mailto:brigittakdip@gmail.com),  
[Jesindafelia9999@gmail.com](mailto:Jesindafelia9999@gmail.com), [abdulhamidstiem@gmail.com](mailto:abdulhamidstiem@gmail.com)

### Abstrak

Teknologi digital telah membawa perubahan besar pada sistem pembayaran di Indonesia, terutama di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai metode pembayaran non-tunai, yang beroperasi bersamaan dengan pembayaran tunai tradisional. Studi ini bertujuan untuk menganalisis dampak pembayaran QRIS dan pembayaran tunai terhadap kepercayaan pelanggan di RollNRoll, sebuah bisnis makanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada 61 responden yang merupakan pelanggan RollNRoll dan telah menggunakan kedua metode pembayaran QRIS dan tunai. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 25, setelah melakukan uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik. Hasil menunjukkan bahwa pembayaran QRIS memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Pembayaran tunai juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan, meskipun efeknya lebih kecil dibandingkan QRIS. Bersama-sama, QRIS dan pembayaran tunai memiliki dampak signifikan terhadap kepercayaan pelanggan, dengan koefisien determinasi sebesar 53,0%, artinya keduanya menjelaskan lebih dari setengah variasi dalam kepercayaan pelanggan. Temuan ini menyarankan bahwa menawarkan berbagai metode pembayaran, baik digital maupun tunai, dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Studi ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi UMKM dalam memilih sistem pembayaran yang efektif.

**Kata kunci:** Pembayaran QRIS, Pembayaran Tunai, Kepercayaan Pelanggan, UMKM Kuliner

### 1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah memberikan pengaruh yang signifikan pada sistem pembayaran di Indonesia, terutama di kalangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang berperan sebagai motor penggerak perekonomian nasional. Perubahan ini terlihat jelas pada bisnis makanan seperti RollNRoll, yang mengalami pergeseran perilaku konsumen terkait metode pembayaran yang disukai, mencakup pembayaran tunai tradisional dan pembayaran elektronik berbasis teknologi seperti Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Tren ini menunjukkan bahwa sistem pembayaran memainkan peran krusial dalam kualitas layanan dan pengalaman pelanggan, khususnya dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap pelaku usaha yang menyediakan metode pembayaran digital seperti QRIS (Bank Indonesia, 2019; Pontoh et al., 2022).

Bank Indonesia mengklasifikasikan sistem pembayaran menjadi pembayaran tunai, yang terdiri dari uang tunai fisik (baik uang kertas maupun koin), dan pembayaran secara non-tunai yang mencakup seperti kartu debit, kartu kredit, uang elektronik, dan QRIS. Didirikan pada tahun 2019, QRIS mempunyai fungsi sebagai standar nasional dalam pembayaran berbasis kode QR, bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, keamanan, dan interoperabilitas sistem pembayaran non-tunai di Indonesia (Bank Indonesia, 2019). Teknologi kode QR dianggap inovatif karena kemampuannya untuk menyimpan dan memproses data dengan cepat dan akurat, serta keunggulannya dalam hal ketahanan fisik (Akbar, 2019).

Adopsi pembayaran digital mengalami pertumbuhan pesat baik secara global maupun nasional. Laporan Global Findex Bank Dunia 2024 menunjukkan bahwa lebih dari setengah populasi dewasa di seluruh dunia telah menggunakan metode pembayaran digital. Di Indonesia, transaksi pembayaran digital mengalami pertumbuhan signifikan dari tahun 2020 hingga 2023, menjadikan QRIS salah satu alat pembayaran paling umum digunakan di

kalangan usaha kecil dan menengah (Word Bank, 2024). Data dari Bank Indonesia juga menunjukkan peningkatan nilai transaksi QRIS secara konsisten setiap tahun, sejalan dengan peningkatan jumlah merchant yang menggunakan sistem pembayaran digital (Bank Indonesia, 2023).

Penerimaan pembayaran digital terus meningkat baik secara global maupun lokal. Menurut laporan Global Findex Bank Dunia (2024), 64% populasi dewasa dunia telah menggunakan opsi pembayaran digital, naik dari 42% pada tahun 2017. Di Indonesia, transaksi pembayaran digital melonjak 127% antara 2020 dan 2023, dengan nilai transaksi QRIS mencapai Rp13,1 triliun dan lebih dari 23 juta merchant terdaftar. Namun, transaksi tunai masih mendominasi sekitar 62% dari transaksi ritel, menunjukkan bahwa Indonesia masih dalam proses transisi sistem pembayarannya (Siti Maisaroh & Sri Wahyuni, 2024).

Berbagai studi menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital memiliki dampak positif kepada kinerja dan produktivitas usaha kecil dan menengah (UKM). Penelitian yang dilakukan oleh (Namira, 2022) menyoroti bahwa sistem pembayaran tanpa tunai, termasuk QRIS, dapat meningkatkan kinerja keuangan UKM. Selain itu, penelitian oleh (Tarantang et al., 2024) menjelaskan jika keuntungan sistem pembayaran digital melebihi kelemahannya dan dapat meningkatkan pendapatan bisnis. Selain itu, transformasi digital bisnis melalui sistem pembayaran digital membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional (Wijoyo & Widiyanti, 2023).

Di sisi lain, pembayaran tunai terus memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan pelanggan. Beberapa konsumen masih lebih memilih menggunakan uang tunai karena memberikan rasa aman dan nyaman, karena tidak bergantung pada teknologi atau akses internet. Hal ini menunjukkan bahwa metode pembayaran tradisional tetap relevan dalam mendukung keberlanjutan bisnis, terutama di sektor makanan (Putri et al., 2022).

Kepercayaan pelanggan merupakan unsur vital dalam menentukan keberhasilan implementasi metode pembayaran digital, karena tingkat kepercayaan yang tinggi akan mendorong konsumen untuk terus menggunakan sistem pembayaran non-tunai seperti QRIS (Wicaksono, 2025). Kepercayaan ini terbentuk ketika pelanggan merasakan kemudahan, keamanan, dan keandalan selama transaksi. Persepsi kemudahan transaksi sangat penting dalam membentuk kepercayaan pelanggan terhadap suatu bisnis (Aini et al., 2018).

Penelitian ini didasarkan pada Model Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model/TAM) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan dan kegunaan teknologi memengaruhi sikap serta niat individu dalam mengadopsi sistem pembayaran digital, di mana kepercayaan berperan sebagai variabel yang memperkuat hubungan tersebut (Davis, 1989; Gunarsih & Dyah Febriyani, 2025). Selain itu, teori kepercayaan yang diusulkan oleh Mayer, Davis, dan Schoorman (1995) menekankan bahwa kepercayaan konsumen terjadi melalui persepsi terhadap kompetensi, integritas, dan keandalan penyedia layanan. Integrasi teori-teori ini menyediakan kerangka konseptual yang kokoh untuk menganalisis bagaimana metode pembayaran memengaruhi kepercayaan pelanggan.

Dengan latar belakang ini, penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengevaluasi dampak pembayaran melalui QRIS dan pembayaran melalui tunai terhadap kepercayaan pelanggan di bisnis RollNRoll. Diharapkan penelitian ini akan memberikan wawasan praktis bagi usaha kecil dan menengah (UKM) dalam memilih strategi pembayaran yang sesuai, sekaligus memperkaya diskusi akademis tentang sistem pembayaran digital di Indonesia.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, bertujuan untuk menganalisis hubungan dan dampak antara berbagai variabel. Metode ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana pembayaran QRIS (X1) dan pembayaran tunai (X2) mempengaruhi kepercayaan pelanggan (Y) di RollNRoll. Penelitian ini diklasifikasikan sebagai kuantitatif karena data yang digunakan bersifat numerik, dikumpulkan dari persepsi pelanggan melalui kuesioner, yang memudahkan analisis statistik.

### 2.1. Objek dan Populasi Penelitian

Objek penelitian terdapat pada pelanggan RollNRoll yang melakukan transaksi melalui QRIS atau tunai. Populasi penelitian mencakup semua pelanggan yang melakukan pembelian dalam rentang waktu penelitian yang ditentukan. Sampel penelitian terdiri dari 61 peserta, yang dipilih menggunakan metode sampling purposif, artinya mereka adalah pelanggan yang telah menggunakan setidaknya satu metode pembayaran. Pendekatan ini memastikan bahwa responden mewakili pengalaman pelanggan terkait kedua metode pembayaran tersebut.

## 2.2. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui survei. Survei tersebut mencakup pertanyaan tertutup yang menggunakan skala Likert dari 1 hingga 5 (dengan 1 menunjukkan ketidaksetujuan yang kuat dan 5 menunjukkan kesetujuan yang kuat) untuk menilai persepsi pelanggan tentang metode pembayaran dan tingkat kepercayaan mereka. Variabel yang dianalisis meliputi pembayaran QRIS (X1), yang dievaluasi melalui indikator kenyamanan, kecepatan, keamanan, dan keandalan transaksi. Pembayaran tunai (X2) dievaluasi berdasarkan faktor-faktor seperti kemudahan dan kepastian.

## 2.3. Teknik Analisis Data

Analisis data untuk studi ini dilakukan menggunakan SPSS versi 25 melalui serangkaian langkah. Awalnya, uji validitas diimplementasikan untuk menentukan jika setiap indikator variabel secara teliti menilai konstruk dasarnya. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's alpha untuk memastikan konsistensi internal instrumen. Sebelum melanjutkan ke analisis regresi, data menjalani uji asumsi dasar, yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, untuk memastikan bahwa data memenuhi persyaratan untuk analisis regresi linier berganda. Langkah selanjutnya melibatkan pelaksanaan regresi linier berganda untuk menganalisis efek simultan dan parsial dari QRIS dan pembayaran tunai terhadap kepercayaan pelanggan. Selain itu, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk menilai seberapa besar variasi kepercayaan pelanggan yang dijelaskan oleh kedua metode pembayaran tersebut. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengevaluasi dampak parsial masing-masing metode pembayaran dan uji F untuk menilai dampak simultan kedua metode pembayaran terhadap kepercayaan pelanggan. Melalui pendekatan analitis ini, studi berhasil menghasilkan temuan empiris mengenai pengaruh metode pembayaran QRIS dan tunai terhadap perkembangan kepercayaan pelanggan di RollNRoll..

## 3. Hasil dan Diskusi

Penelitian ini memasukkan total 61 responden, yang seluruhnya adalah pelanggan aktif RollNRoll. Berdasarkan temuan deskriptif, sebagian besar responden berusia antara 18 dan 24 tahun dan melakukan transaksi secara teratur. Sebagian besar responden menggunakan kedua metode pembayaran, QRIS dan tunai, bergantian sesuai kebutuhan mereka. Situasi ini menunjukkan bahwa pelanggan RollNRoll cenderung fleksibel dalam memilih opsi pembayaran dan terbuka terhadap kombinasi metode pembayaran digital dan tradisional, yang menjadi dasar.

### 3.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel, dengan kriteria  $r$  hitung  $> r$  tabel. Nilai  $r$  tabel ditentukan menggunakan rumus  $df = N - 2$ , dengan jumlah responden sebanyak 61, sehingga diperoleh  $df = 59$  dan nilai  $r$  tabel sebesar 0,212 pada taraf signifikansi 5%.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Kode	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Pembayaran QRIS	X1.1	0,599	0,212	VALID
	X1.2	0,446	0,212	VALID
	X1.3	0,585	0,212	VALID
	X1.4	0,529	0,212	VALID
	X1.5	0,573	0,212	VALID
	X1.6	0,471	0,212	VALID
Pembayaran Tunai	X2.1	0,297	0,212	VALID
	X2.2	0,285	0,212	VALID
	X2.3	0,283	0,212	VALID
	X2.4	0,390	0,212	VALID
	X2.5	0,301	0,212	VALID
	X2.6	0,350	0,212	VALID
Kepercayaan Pelanggan	Y.1	0,851	0,212	VALID
	Y.2	0,774	0,212	VALID
	Y.3	0,790	0,212	VALID
	Y.4	0,836	0,212	VALID
	Y.5	0,802	0,212	VALID
	Y.6	0,800	0,212	VALID
	Y.7	0,781	0,212	VALID

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji validitas menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang terkait dengan pembayaran QRIS (X1), pembayaran tunai (X2), dan kepercayaan pelanggan (Y) memiliki nilai  $r$  yang dihitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel (0,212). Oleh karena itu, semua item dianggap valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

### 3.2. Uji Reliabilitas

Koefisien Cronbach's Alpha digunakan untuk menilai keandalan suatu kuesioner, yang mengacu pada konsistensi dan keandalan alat tersebut dalam mengukur variabel penelitian. Sebuah kuesioner dianggap andal jika nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,60.

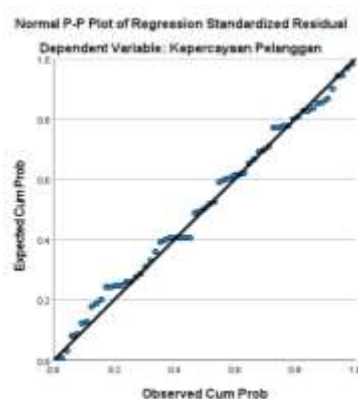
Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai	Keterangan
Pembayaran QRIS (X1)	0,884	0,60	RELIABEL
Pembayaran Tunai (X2)	0,921	0,60	RELIABEL
Kepercayaan Pelanggan (Y)	0,906	0,60	RELIABEL

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas, variabel pembayaran QRIS (X1), pembayaran tunai (X2), dan kepercayaan pelanggan (Y) masing-masing memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,840, 0,921, dan 0,906, yang seluruhnya lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

### 3.3. Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas



Gambar 1. Grafik Normal P-P Plot

Uji normalitas ini bertujuan memastikan residual berdistribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan grafik Normal P–P Plot, pada gambar di atas menunjukkan titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal, oleh karena itu model regresi memenuhi asumsi normalitas.

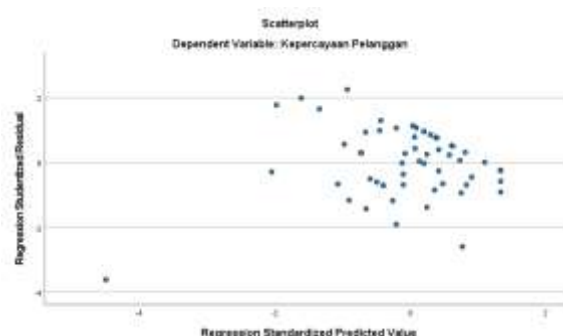
#### Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Pembayaran QRIS	.991	1.009
Pembayaran Tunai	.991	1.009

a. Dependent Variable: Kepercayaan Pelanggan

Uji multikolinearitas dilakukan dengan menganalisis nilai Faktor Inflasi Varians (VIF), di mana nilai VIF yang lebih besar dari 10 menunjukkan adanya multikolinearitas. Berdasarkan isi tabel di atas, nilai VIF pada setiap variabel independen adalah 1,009, semuanya berada di bawah ambang batas 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan multikolinearitas.



Gambar 1. Grafik Scatterplot

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat ketidakmerataan dalam varians residu dalam model regresi. Penilaian dilakukan menggunakan diagram pencar, dan tabel di atas menunjukkan bahwa titik-titik tersebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan heteroskedastisitas..

### 3.4. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Uji Regresi Linear Berganda

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	11.334	2.555	
	Pembayaran QRIS	.561	.081	.626
	Pembayaran Tunai	.252	.072	.318

a. Dependent Variable: Kepercayaan Pelanggan

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan adanya dampak metode pembayaran QRIS (X1) dan pembayaran tunai (X2) terhadap kepercayaan pelanggan (Y). Berdasarkan persamaan regresi  $Y = 11,334 + 0,561X_1 + 0,252X_2 + e$ , diperoleh penjelasan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 11,334 menunjukkan tingkat kepercayaan pelanggan ketika variabel QRIS dan pembayaran tunai dianggap konstan.
2. Pembayaran QRIS (X1) memiliki koefisien positif sebesar 0,561, yang berarti peningkatan penggunaan QRIS cenderung meningkatkan kepercayaan pelanggan.
3. Pembayaran tunai (X2) memiliki koefisien positif sebesar 0,252, yang menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan pembayaran tunai juga meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Hasil ini sejalan dengan temuan (Andriani et al., 2024), yang menemukan bahwa penggunaan QRIS di usaha kecil dan menengah dapat meningkatkan efisiensi transaksi dan memudahkan pembayaran, yang pada gilirannya memiliki dampak positif terhadap kepercayaan pelanggan dan keputusan mereka untuk melakukan pembelian.

### 3.5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728 <sup>a</sup>	.530	.513	3.087

a. Predictors: (Constant), Pembayaran Tunai, Pembayaran QRIS

b. Dependent Variable: Kepercayaan Pelanggan

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel pembayaran QRIS (X1) dan pembayaran tunai (X2) dalam menjelaskan variasi kepercayaan pelanggan (Y). Hasil pengujian menunjukkan nilai  $R^2$  sebesar 0,530, yang berarti kedua variabel independen mampu menjelaskan 53,0% variasi kepercayaan pelanggan, sedangkan 47,0% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

### 3.6. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Tabel 6. Uji t

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	16.516	2.278		7.251	.000
	Pembayaran QRIS	.588	.088	.655	6.667	.000
1	(Constant)	24.500	2.285		10.720	.000
	Pembayaran Tunai	.299	.096	.376	3.116	.003

a. Dependent Variable: Kepercayaan Pelanggan

Uji hipotesis parsial (uji t) digunakan untuk mengamati pengaruh masing-masing variabel independen terhadap kepercayaan pelanggan (Y), dengan kriteria  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $< 0,05$ . Hasil pengujian menunjukkan bahwa pembayaran QRIS (X1) memiliki nilai  $t$  hitung sebesar 6,667 dengan signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ) dan lebih besar daripada  $t$  tabel 2,001, sehingga pembayaran QRIS berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Selanjutnya, pembayaran tunai (X2) memiliki nilai  $t$  hitung sebesar 3,116 dengan signifikansi 0,003 ( $< 0,05$ ) dan lebih besar dari  $t$  tabel 2,001, sehingga pembayaran tunai berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan.

Temuan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Khairiyah et al., 2026), yang menyimpulkan bahwa faktor-faktor seperti kepercayaan dan kemudahan penggunaan merupakan faktor utama yang mempengaruhi penerimaan QRIS oleh konsumen dan pelaku UMKM.

### 3.7. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Tabel 7. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	622.344	2	311.172	32.662	.000 <sup>b</sup>
Residual	552.574	58	9.527		
Total	1174.918	60			

a. Dependent Variable: Kepercayaan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Pembayaran Tunai, Pembayaran QRIS

Uji hipotesis simultan (uji F) bertujuan untuk mengetahui pengaruh pembayaran QRIS (X1) dan pembayaran tunai (X2) secara bersamaan terhadap kepercayaan pelanggan (Y), dengan kriteria  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $< 0,05$ . Hasil pengujian menunjukkan nilai  $F$  hitung sebesar 32,662 yang lebih besar dari  $F$  tabel 3,16 dengan signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa pembayaran QRIS dan pembayaran tunai secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan.

Dampak simultan dari dua metode pembayaran ini mendukung temuan (Muis et al., 2024), yang menyatakan bahwa persepsi pelanggan terhadap manfaat dan kepercayaan mereka terhadap transaksi non-tunai, terutama QRIS, memainkan peran yang signifikan dalam pengambilan keputusan mereka saat melakukan pembayaran.

### 3.8. Pembahasan

#### 1. Dampak Pembayaran QRIS (X1) terhadap Kepercayaan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS untuk pembayaran memiliki dampak signifikan terhadap kepercayaan pelanggan di RollNRoll. Nilai  $t$  yang dihitung adalah 6.667 dengan tingkat signifikansi 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan QRIS memiliki efek positif terhadap persepsi pelanggan mengenai kemudahan dan keamanan transaksi. Dengan QRIS, pelanggan dapat melakukan pembayaran dengan cepat dan mudah tanpa perlu uang tunai, sehingga menghasilkan pengalaman transaksi yang lebih menyenangkan, waktu tunggu yang lebih singkat, dan kesalahan pembayaran yang lebih sedikit. Keamanan transaksi pada sistem QRIS juga berperan penting dalam membangun kepercayaan pelanggan, karena jaminan keamanan data dan transaksi secara signifikan memengaruhi minat serta keberlanjutan penggunaan pembayaran digital (Nabila et al., 2025). Nurjanna Hayati Husain et al. (2025) menyatakan bahwa sistem keamanan QRIS yang terstandarisasi dapat meningkatkan rasa aman pelanggan, terutama bagi bisnis makanan.

Pembayaran non-tunai adalah sistem pembayaran yang kini menjadi bagian kehidupan sehari-hari. Bank Indonesia menyatakan bahwa sistem pembayaran non-tunai dibagi menjadi dua jenis yaitu; E-Wallet dan E-Money. E-Wallet adalah sistem pembayaran yang berfungsi secara online, sementara E-Money adalah

sistem pembayaran yang menggunakan chip dan berfungsi secara offline. Transaksi yang terjadi di antara orang-orang saat ini menjadi lebih mudah berkat berbagai metode pembayaran perbankan. Sistem pembayaran non-tunai memiliki bentuk-bentuk seperti kartu debit atau ATM, kartu kredit, tagihan, cek, rekening bank, dan uang elektronik. Salah satunya adalah penggunaan QRIS untuk pembayaran. Metode ini masih baru dan sedang dikembangkan oleh pemerintah (Novi Arianti et al., 2019). Pembayaran menggunakan QRIS membantu dalam proses pembayaran dengan menghubungkan pengguna ke layanan pembayaran. Metode ini melibatkan pemindahan kode QR menggunakan kamera smartphone yang terhubung dengan akun pengguna.

Selain itu, kemudahan penggunaan QRIS meningkatkan kepercayaan pelanggan karena transaksi mereka tercatat dengan aman dan transparan. (Fitroti et al., 2025). Jogiyanto dalam (Djaja et al., 2022) berpendapat bahwa kemudahan penggunaan merujuk pada seberapa percaya diri seseorang dalam menggunakan teknologi tanpa merasa kesulitan. Meskipun transaksi QRIS mudah dan aman, masih ada beberapa hambatan dan masalah yang muncul. Penggunaan QRIS di RollNRoll juga membantu membangun citra bisnis yang lebih modern dan profesional, sehingga pelanggan merasa percaya diri dan nyaman selama transaksi. Tujuan QRIS adalah menyederhanakan pembayaran non-tunai terhadap masyarakat dan memungkinkan pengawasan terpusat oleh regulator karena sifatnya yang terstandarisasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari et al., 2021) dan (Fermayani et al., 2022) yang menunjukkan bahwa kepercayaan dalam transaksi secara positif mempengaruhi minat dalam menggunakan QRIS untuk aktivitas online. Temuan ini mendukung gagasan bahwa aplikasi perbankan yang menawarkan jaminan kepercayaan akan meningkatkan kemauan untuk menggunakannya dalam berbagai transaksi atau pembayaran online.

## 2. Dampak Pembayaran Tunai (X2) terhadap Kepercayaan Pelanggan

Meskipun sistem digital berkembang pesat, pembayaran tunai tetap memberikan dampak signifikan terhadap kepercayaan pelanggan, dibuktikan oleh nilai  $t$  hitung sebesar 3,116 dengan signifikansi 0,003 ( $< 0,05$ ). Pembayaran tunai memengaruhi persepsi pelanggan tentang kenyamanan dan kepastian, terutama bagi mereka yang tidak terbiasa dengan transaksi digital. Ketersediaan opsi pembayaran tunai berdampak positif bagi pelanggan karena mereka masih dapat melakukan pembelian tanpa bergantung pada koneksi internet atau perangkat digital.

Dampak pembayaran tunai terhadap kepercayaan pelanggan terlihat dari rasa aman dan kontrol langsung atas uang yang dibelanjakan. Dengan terus menawarkan opsi pembayaran tunai, RollNRoll meningkatkan loyalitas pelanggan dan mempertahankan kepuasan mereka yang lebih memilih metode pembayaran tradisional. Indikator yang memengaruhi pembayaran tunai menurut Aulia Syahda dan rekan-rekannya pada tahun 2024 menunjukkan bahwa berbagai faktor relevan meliputi akses mudah ke uang tunai, kecepatan dalam bertransaksi, keamanan dalam bertransaksi, kebiasaan, dan preferensi. Pembayaran secara tunai merupakan metode paling sederhana, di mana pelanggan membayar jumlah yang tepat sesuai dengan harga barang yang dibeli. Konsep pembayaran non-tunai telah populer di kalangan masyarakat dan kini menjadi pilihan yang disukai. Kemudahan penggunaannya merupakan salah satu alasan mengapa metode pembayaran non-tunai menjadi pilihan paling diminati banyak orang (Pramuhadi, 2018).

## 3. Dampak Simultan Pembayaran QRIS dan Tunai terhadap Kepercayaan Pelanggan

Analisis simultan menunjukkan bahwa kombinasi pembayaran QRIS dan tunai memberikan dampak signifikan terhadap kepercayaan pelanggan, dengan nilai  $F$  hitung sebesar 32,662 dan signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,530 menunjukkan bahwa 53,0% variasi kepercayaan pelanggan dijelaskan oleh kedua metode pembayaran ini.

Penyediaan kedua metode secara bersamaan meningkatkan fleksibilitas bagi pelanggan untuk memilih opsi pembayaran yang mereka inginkan. Dampak positif ini tercermin dalam peningkatan kualitas layanan, kenyamanan, dan kepercayaan pelanggan secara keseluruhan. Dengan kata lain, kombinasi antara QRIS dan tunai memengaruhi loyalitas pelanggan, efisiensi transaksi, serta reputasi RollNRoll sebagai bisnis yang adaptif dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan.

Menyediakan metode pembayaran tunai dan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) secara bersamaan dapat membantu membangun kepercayaan pelanggan karena memberikan konsumen fleksibilitas untuk memilih sesuai dengan preferensi mereka sendiri (Perkasa, 2022). QRIS memudahkan, mempercepat, dan meningkatkan efisiensi transaksi, yang menciptakan kesan positif terhadap kualitas layanan bisnis. Penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kepercayaan terhadap QRIS

memiliki dampak signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan transaksi non-tunai, sehingga pelanggan lebih cenderung menggunakannya secara terus-menerus ketika mereka jelas melihat manfaatnya (Muis et al., 2024). Selain itu, pengetahuan, kemudahan penggunaan, serta persepsi risiko dan kepercayaan telah terbukti mempengaruhi keputusan transaksi dan penerimaan QRIS, baik dari perspektif konsumen maupun peserta UMKM (Ade Indriana Isra & Rendra Wasnury, 2024). Persepsi positif pelanggan terhadap kemudahan dan efisiensi QRIS juga meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan dalam melakukan transaksi (Susanti et al., 2020). Ketika QRIS ditawarkan bersamaan dengan pembayaran tunai, kepercayaan pelanggan menjadi lebih kuat karena mereka dapat memilih metode pembayaran mana pun sesuai dengan kebutuhan transaksi mereka (Castroufyan et al., 2025). Kenyamanan dan efisiensi transaksi yang ditawarkan oleh QRIS, terutama dalam mengurangi antrian dan mempercepat pembayaran, juga memperkuat kepercayaan pelanggan, seperti yang disebutkan oleh (Nurjanna Hayati Husain et al., 2025).

#### 4. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa baik metode pembayaran QRIS maupun pembayaran tunai memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan pelanggan terhadap bisnis Roll n Roll. Secara individu, pembayaran QRIS terbukti memiliki efek yang lebih kuat dibandingkan dengan pembayaran tunai dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan terkait kemudahan transaksi, sebagaimana dibuktikan oleh nilai uji statistik yang lebih tinggi dan tingkat signifikansi yang lebih kuat. Pembayaran tunai juga mempertahankan efek positif dan signifikan, menunjukkan bahwa metode pembayaran tradisional tetap relevan dan dipercaya oleh sebagian pelanggan. Secara kolektif, kedua metode pembayaran dapat menjelaskan lebih dari setengah variasi dalam kepercayaan pelanggan, menyoroti pentingnya menawarkan opsi pembayaran yang beragam dalam membangun kepercayaan pelanggan. Temuan ini menyarankan bahwa mengadopsi sistem pembayaran yang fleksibel, yang mencakup metode digital dan tunai, dapat menjadi strategi layanan yang efektif bagi Roll n Roll untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan. Penelitian lebih lanjut disarankan untuk memasukkan variabel tambahan seperti kualitas layanan atau kepuasan pelanggan, serta memperluas cakupan penelitian untuk pemahaman yang lebih komprehensif.

#### Referensi

1. Ade Indriana Isra, & Rendra Wasnury. (2024). PENGARUH PENGETAHUAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA DAN KEPUASAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI NON TUNAI QRIS (QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD) DI KOTA PEKANBARU. *Jurnal Bisnis Kompetif*, ISSN: 2829-5277.
2. Aini, Q., Rahardja, U., Fatillah, A., Sistem Informasi STMIK Raharja, D., & STMIK Raharja Jurusan Sistem Komputer, M. (2018). Penerapan QRCode Sebagai Media Pelayanan Untuk Absensi Pada Website Berbasis PHP Native Application of QRCode as Media Services for Attendance on the Website Based Php Natively. *Jurnal Ilmiah SISFOTENIKA*, 8(1), 47.
3. Akbar, A. A. (2019). *Analisa Aplikasi OVO Menggunakan Model Delone & McLean Di Kalangan Mahasiswa Universitas Airlangga (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA)*.
4. Andriani, J., Wahyuningsih, A., & Indani, F. T. (2024). Bagaimana QRIS Menarik Minat UMKM? Keputusan Menggunakan QRIS Sebagai Teknologi Pembayaran Studi Kasus : UMKM Di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 109–122. <http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/522>
5. Castroufyan, P. T., Harahap, H. I. P. Y., Berliana, I., & Nofirda, F. A. (2025). Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 4256–4262.
6. Djaja, J., Tongli, B., & Tahendrika, A. (2022). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Transaksi Menggunakan Kode QR Terhadap Kepuasan Pengguna ShopeePay Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Makassar. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Terapan (JESIT)*, 3(1), 35–50. <https://doi.org/10.47178/jesit.v3i1.1644>
7. Fermayani, R., Harahap, R. R., & Rahmat, R. (2022). Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara Online. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 66–78. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1.1685>
8. Fitroti, A., Jubaidah, H. N., Aqila, R., Muyassar, Y. A., & Wardiyah, L. (2025). Analisis Perbandingan Frekuensi Transaksi Tunai , E-Wallet , dan Transfer Bank dalam Aktivitas Harian Masyarakat Program studi Akuntansi Syariah , Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung , berbagai hal , seperti kenyamanan , kemudahan akses ,. *Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 3.
9. Gunarsih, T., & Dyah Febriyani. (2025). Apakah Trust Memediasi Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Terhadap Minat Penggunaan Qris? *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 33(2), 124–136. <https://doi.org/10.32477/jkb.v33i2.1180>
10. Khairiyah, D. C., Zanjabila, H. A., Nasution, J. H., Nur, S., Sitompul, A., & Adly, M. A. (2026). *Analisis Faktor Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan yang Mempengaruhi Minat UMKM pada Desa Telaga Jernih dalam Menggunakan QRIS Sebagai Alat Pembayaran*. 5.
11. Muis, Y. R., Santi, I. N., Bachri, S., & Asriadi. (2024). PERSEPSI MANFAAT DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP KEPUTUSAN BERTRANSAKSI NON TUNAI MENGGUNAKAN QRIS. *Jurnal Inovasi Bisnis Indonesia*, 1(4), 173–185.
12. Nabila, A. P., Raharso, S., & Tiorida, E. (2025). The Influence of Trust and Transaction Security on Interest in Using The QRIS Payment System. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 6(2), 248–260. <https://doi.org/10.20473/ajim.v6i2.72597>
13. Namira, L. (2022). Namira, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat UMKM di Kota Padang Menggunakan e-Payment sebagai Metode Pembayaran. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(1), 212–224. *Owner*, 6(1), 212–224.
14. Novi Arianti, N. L., Sri Darma, G., Fredy Maradona, A., & Mahyuni, L. P. (2019). Menakar Keraguan Penggunaan QR Code Dalam



- Transaksi Bisnis. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(2), 67. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i2.2041>
15. Nurjanna Hayati Husain, Aminah Djunaid, Mariani Alimuddin, & Ahmad Farhan. (2025). Analisis sistem keamanan transaksi Qris sebagai upaya peningkatan kepercayaan dan penjualan bisnis kuliner (Studi Kasus Qris BSI dan UMKM Kota Mamuju). *Bongaya Journal for Research in Management (BJRM)*, 8(2), 119–226. <https://doi.org/10.37888/bjrm.v8i2.751>
  16. Perkasa, R. S. (2022). Transformasi Pembayaran Konsumen: Preferensi dan Perilaku dalam Pembayaran Tunai dan Nontunai. *Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, Volume 8,(2), 312–325. [https://id.wikipedia.org/wiki/Sang\\_Pencerah#/media/Berkas:Sang\\_Pencerah.jpg](https://id.wikipedia.org/wiki/Sang_Pencerah#/media/Berkas:Sang_Pencerah.jpg)
  17. Pontoh, M. A. H., Worang, F. G., & Tumewu, F. J. (2022). THE INFLUENCE OF PERCEIVED EASE OF USE , PERCEIVED RISK AND CONSUMER TRUST TOWARDS MERCHANT INTENTION IN USING QRIS AS A DIGITAL PAYMENT METHOD PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN , PERSEPSI RESI. *Emba*, 10(3), 904–913.
  18. Pramuhadi, R. N. (2018). *GAYA HIDUP PENGGUNAAN KARTU KREDIT MASYARAKAT URBAN DI SURABAYA*. 1–21.
  19. Putri, E. W., Isnaini, R. A., & Tristiana, S. P. (2022). Prosiding National Seminar on Accounting , Finance , Peran Sistem Digital Payment Sebagai Strategi Peningkatan Pendapatan pada Usaha. *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics*, 2(2), 17–30.
  20. Siti Maisaroh, & Sri Wahyuni. (2024). Dampak Transisi Uang Tunai Ke Uang Digital Terhadap Inklusi Keuangan Di Indonesia Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(3), 13–26. <https://doi.org/10.55606/jurimea.v4i3.832>
  21. Susanti, M., Nuntufah, & Rahman, M. A. (2020). Analisis Persepsi Pedagang Pada Penggunaan QRIS Sebagai Alat Transaksi Umkm di Kota Tangerang Selatan. *Ekonomi*, 1(2), 95.
  22. Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2024). *PERKEMBANGAN SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL PADA ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI INDONESIA*. 4, 60–75.
  23. Wicaksono, I. (2025). Role of Habit and Trust in Driving the Continuance of QR Code Payment Usage: A Study of QRIS Consumers in Indonesia. *Journal of Marketing Innovation (JMI)*, 5(2), 146–172. <https://doi.org/10.35313/jmi.v5i2.273>
  24. Wijoyo, H., & Widiyanti. (2023). Digitalisasi UMKM pasca pandemi COVID-19. In *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 2, Issue 10). [https://www.academia.edu/download/65138431/SINAGARA\\_compressed.pdf#page=17](https://www.academia.edu/download/65138431/SINAGARA_compressed.pdf#page=17)
  25. Wulandari, A., Prakosa, A. S., Anhari, F. Z., Pamungkas, B. A., & Suryanti, R. (2021). Pentingnya Kepuasan dan Kepercayaan Memediasi Keamanan Bertransaksi Terhadap Minat Beli Konsumen “ The Importance of Satisfaction and Trust Mediate The Security of Transacting Against Consumer Buying Interests .” *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(2), 1–14.