



Secure Experience Marketing: Pengaruh Persepsi Keamanan Dan Kepercayaan Digital Terhadap Kepuasan Pengguna QRIS Di Kota Bengkulu Dengan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderasi

Revaldo Sihombing¹, Arifah Hidayati², Veny Puspita³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH, Bengkulu
revaldosihombing03@gmail.com¹, myclass.arrefa@gmail.com², Venypuspita2288@gmail.com³

Abstract

This study aims to analyze the influence of perceived security and digital trust on QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) user satisfaction in Bengkulu City, with user experience as a moderating variable. The research used a quantitative approach with an explanatory research design. The population consisted of QRIS users in Bengkulu City, and a sample of 112 respondents was obtained using simple random sampling based on the Hair et al. (2017) formula. Data were collected through structured questionnaires with a five-point Likert scale and analyzed using Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SEM-PLS) via SmartPLS 4 software. Results indicate that perceived security has a positive and significant effect on QRIS user satisfaction (T-statistics = 4.125; P-value = 0.000). Digital trust also has a positive and significant effect on user satisfaction (T-statistics = 4.455; P-value = 0.000). However, user experience did not significantly moderate the relationship between perceived security and user satisfaction (T-statistics = 0.480; P-value = 0.631), nor the relationship between digital trust and user satisfaction (T-statistics = 0.682; P-value = 0.495). The R-Square value of 0.934 indicates a very strong predictive power of the model. These findings suggest that the higher the level of perceived security and digital trust, the higher the level of QRIS user satisfaction in Bengkulu City, regardless of user experience as a moderating factor.

Keywords: Perceived Security, Digital Trust, User Experience, User Satisfaction, QRIS

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi keamanan dan kepercayaan digital terhadap kepuasan pengguna QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) di Kota Bengkulu, dengan pengalaman pengguna sebagai variabel moderasi. Latar belakang penelitian didasarkan pada meningkatnya adopsi sistem pembayaran digital QRIS yang menuntut jaminan keamanan transaksi, kepercayaan pengguna, dan pengalaman bertransaksi yang berkualitas. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Populasi penelitian adalah masyarakat Kota Bengkulu yang menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital. Sampel penelitian berjumlah 112 responden yang ditentukan menggunakan teknik simple random sampling dengan formula Hair et al. (2017). Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS) melalui software SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna QRIS (T-statistics = 4,125; P-value = 0,000). Kepercayaan digital juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (T-statistics = 4,455; P-value = 0,000). Sementara itu, pengalaman pengguna tidak terbukti mampu memperkuat pengaruh persepsi keamanan (T-statistics = 0,480; P-value = 0,631) maupun kepercayaan digital (T-statistics = 0,682; P-value = 0,495) terhadap kepuasan pengguna QRIS. Nilai R-Square sebesar 0,934 menunjukkan bahwa model memiliki daya prediksi yang sangat kuat. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan dan kepercayaan digital pengguna, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna QRIS di Kota Bengkulu.

Kata Kunci: Persepsi Keamanan, Kepercayaan Digital, Pengalaman Pengguna, Kepuasan Pengguna, QRIS

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital global telah menciptakan transformasi signifikan dalam cara masyarakat melakukan transaksi keuangan. QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) resmi diluncurkan oleh Bank Indonesia pada 17 Agustus 2019 dan diimplementasikan secara wajib mulai 1 Januari 2020 sebagai standar nasional untuk pembayaran berbasis kode QR di Indonesia. Fenomena ini mencerminkan pergeseran perilaku masyarakat menuju sistem keuangan tanpa uang tunai (cashless society) yang semakin masif. Nilai transaksi pembayaran digital dunia diperkirakan mencapai lebih dari US\$10 triliun, meningkat signifikan dibandingkan lima tahun sebelumnya (Purwanza et al., 2022).

Secure Experience Marketing: Pengaruh Persepsi Keamanan Dan Kepercayaan Digital Terhadap Kepuasan Pengguna QRIS Di Kota Bengkulu Dengan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderasi

Di Indonesia, QRIS telah berperan penting dalam mendorong digitalisasi transaksi mikro, terutama di sektor usaha kecil dan menengah (Wicaksono, 2025). Namun di balik pertumbuhan tersebut, muncul tantangan baru terkait keamanan transaksi digital, kepercayaan pengguna, dan kualitas pengalaman pengguna. Studi oleh Nabila et al. (2025) menunjukkan bahwa keamanan dan kepercayaan digital merupakan faktor utama yang memengaruhi minat dan kepuasan pengguna QRIS.

Konsep *secure experience marketing* menekankan bahwa pemasaran tidak hanya berbasis promosi atau kenyamanan semata, tetapi juga pada pengalaman pengguna yang aman dan dapat dipercaya. Dalam ekosistem digital yang cepat berkembang, persepsi keamanan menjadi komponen psikologis yang memengaruhi keputusan dan kepuasan pengguna terhadap platform pembayaran digital seperti QRIS (R. Astuti & Rahayu, 2022). Selain faktor keamanan, kepercayaan digital (*digital trust*) menjadi dimensi sentral dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Pengguna yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap sistem QRIS cenderung memiliki niat penggunaan ulang yang lebih besar (Labolong & Sutomo, 2025).

Kota Bengkulu sebagai salah satu wilayah berkembang di Indonesia menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam adopsi QRIS, terutama di sektor UMKM dan perdagangan ritel. Volume transaksi QRIS nasional tumbuh di atas 45% dalam satu tahun terakhir, terutama di wilayah Sumatera yang memiliki karakteristik ekonomi serupa dengan Bengkulu (Afrianti, Prasetyo, 2025). Namun, sebagian besar pengguna masih menghadapi keraguan terhadap keamanan data dan potensi penyalahgunaan akun saat bertransaksi digital. Persepsi keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS, dengan sebagian responden menyatakan kekhawatiran atas perlindungan data pribadi (Pangestu, 2024).

Penelitian terdahulu yang ada umumnya hanya mengkaji hubungan parsial antara keamanan dan kepercayaan digital terhadap kepuasan pengguna, tanpa mengintegrasikan ketiganya dalam perspektif *secure experience marketing*. Setyaningsih et al. (2023) menunjukkan bahwa persepsi keamanan dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna QRIS di Jakarta. Wicaksono (2025) menegaskan bahwa kepuasan pengguna merupakan faktor mediasi penting antara kepercayaan dan loyalitas jangka panjang. Rizkiani et al. (2024) menemukan bahwa keamanan sistem memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui QRIS. Sementara Umara & Suwandi (2023) mengonfirmasi bahwa persepsi risiko berdampak positif terhadap kepuasan pengguna QRIS jika dikelola melalui transparansi dan perlindungan data.

Research gap yang teridentifikasi meliputi tiga aspek. Pertama, belum ada studi yang secara spesifik mengkaji fenomena persepsi keamanan, kepercayaan digital, dan pengalaman pengguna terhadap kepuasan pengguna QRIS di Kota Bengkulu. Kedua, mayoritas penelitian terdahulu dilakukan di kota besar seperti Jakarta dan Surabaya, sehingga variasi karakteristik pengguna di wilayah non-metropolitan belum banyak dieksplorasi. Ketiga, masih terbatas penelitian yang memanfaatkan pendekatan *quantitative integration model* berbasis SEM-PLS untuk mengukur efek simultan ketiga faktor utama terhadap kepuasan pengguna QRIS (Chandra & Lestari, 2021). Novelty penelitian ini terletak pada integrasi konsep *secure experience marketing* ke dalam konteks keuangan digital Indonesia, khususnya dengan menempatkan pengalaman pengguna sebagai variabel moderasi antara persepsi keamanan dan kepercayaan digital terhadap kepuasan pengguna QRIS.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis pengaruh persepsi keamanan terhadap kepuasan pengguna QRIS, (2) menganalisis pengaruh kepercayaan digital terhadap kepuasan pengguna QRIS, (3) menganalisis peran moderasi pengalaman pengguna dalam hubungan persepsi keamanan terhadap kepuasan pengguna QRIS, serta (4) menganalisis peran moderasi pengalaman pengguna dalam hubungan kepercayaan digital terhadap kepuasan pengguna QRIS di Kota Bengkulu.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori (*explanatory research*) yang bertujuan menjelaskan hubungan kausal antara variabel independen, variabel moderasi, dan variabel dependen dalam konteks penggunaan QRIS di Kota Bengkulu. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memperoleh data terukur secara objektif melalui instrumen survei untuk menguji hipotesis penelitian secara statistik (Sugiyono, 2022). Sifat eksplanatori diterapkan karena penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan fenomena, tetapi juga menjelaskan hubungan sebab-akibat antarvariabel sesuai kerangka teoritis yang telah dirumuskan (Creswell & Creswell, 2021).

Lokasi penelitian bertempat di Kota Bengkulu, dipilih karena merupakan daerah yang mengalami pertumbuhan penggunaan QRIS yang cukup signifikan namun belum banyak diteliti secara mendalam. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Bengkulu yang telah menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital dalam berbagai sektor transaksi. Penentuan sampel mengacu pada formula Hair et al. (2017) dengan perhitungan 7×16 indikator, sehingga diperoleh sampel sebesar 112 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* (Creswell & Creswell, 2021).

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin (1 = Sangat Tidak Setuju; 5 = Sangat Setuju) secara daring melalui Google Form dan luring melalui survei langsung. Kuesioner mengukur empat variabel penelitian yaitu persepsi keamanan (X1), kepercayaan digital (X2), pengalaman pengguna (Z), dan kepuasan pengguna QRIS (Y), masing-masing dengan 12 indikator. Definisi operasional variabel beserta indikatornya disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Persepsi Keamanan (X1)	Sejauh mana pengguna mempersepsikan QRIS sebagai sistem yang aman dari risiko penipuan dan kebocoran data (N. Astuti et al., 2025)	Keamanan Data Pribadi, Keamanan Transaksi, Kendali Pengguna, Kebijakan dan Keandalan Sistem
Kepercayaan Digital (X2)	Tingkat keyakinan responden terhadap kredibilitas dan integritas penyedia QRIS (Hassenzahl, 2008)	Kemudahan Penggunaan, Efisiensi, Perceived Enjoyment, Kenyamanan Penggunaan
Pengalaman Pengguna (Z)	Sejauh mana pengguna merasa nyaman, mudah, dan puas selama bertransaksi menggunakan QRIS (Nugraha et al., 2024)	Kenyamanan Penggunaan, Kemudahan Interaksi, Kenikmatan Emosional, Niat Penggunaan Ulang
Kepuasan Pengguna QRIS (Y)	Perasaan pengguna terhadap manfaat dan pengalaman menggunakan QRIS (Rachman et al., 2024)	Kemudahan Penggunaan, Keandalan Sistem, Kecepatan dan Kinerja Sistem, Nilai yang Dirasakan

Sumber: N. Astuti et al. (2025), Hassenzahl (2008), Nugraha et al. (2024), Rachman et al. (2024)

Metode analisis yang digunakan adalah Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS) menggunakan software SmartPLS 4. PLS dipilih karena penelitian ini bersifat reflektif dan lebih berorientasi pada model prediktif. Menurut Ghozali & Latan (2020), PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian, sehingga dapat menganalisis konstruk dengan indikator reflektif tanpa mensyaratkan distribusi data yang normal.

Evaluasi model pengukuran (outer model) dilakukan melalui uji validitas konvergen menggunakan nilai Average Variance Extracted (AVE) > 0,50, uji validitas diskriminan menggunakan Fornell-Larcker Criterion, dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha serta Composite Reliability (CR) > 0,70 (Hair et al., 2017). Evaluasi model struktural (inner model) dilakukan melalui nilai R-Square (R^2) dan path coefficients. Pengujian hipotesis menggunakan metode bootstrapping dengan kriteria T-statistics > 1,96 dan P-value < 0,05. Uji moderasi dilakukan menggunakan Moderated Regression Analysis (MRA) dalam kerangka SmartPLS 4.

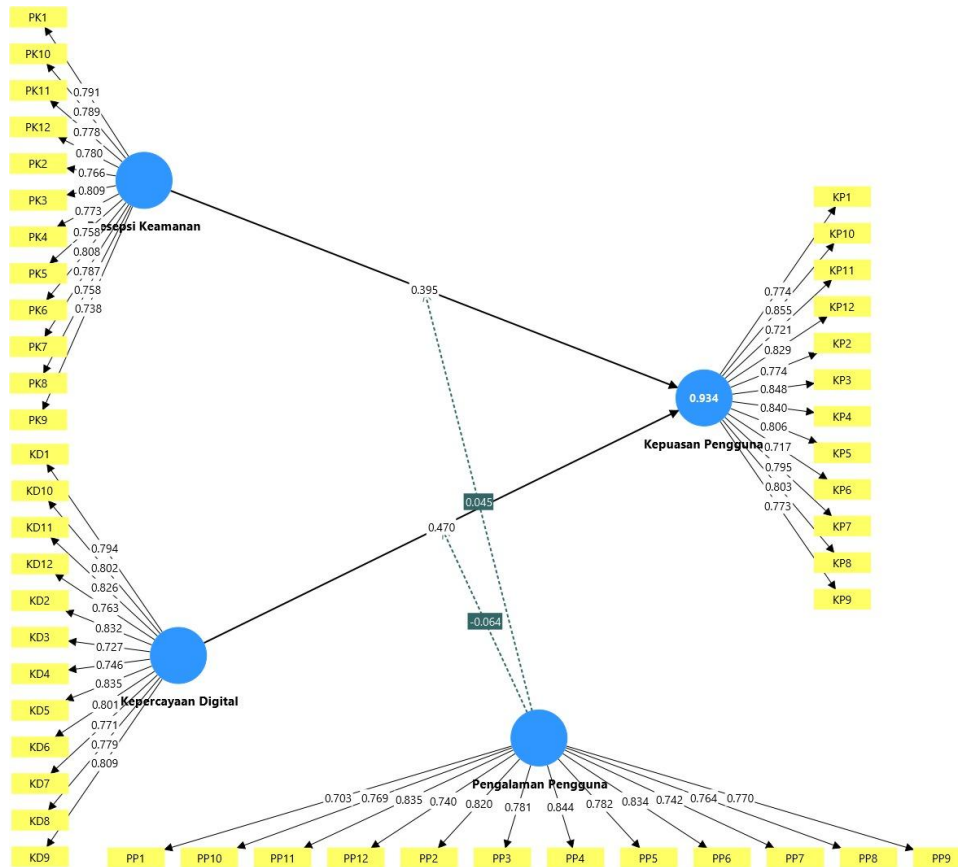
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 112 responden pengguna QRIS di Kota Bengkulu, diperoleh data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Sebanyak 63 orang (56,25%) berjenis kelamin perempuan dan 49 orang (43,75%) berjenis kelamin laki-laki. Dominasi responden perempuan menunjukkan bahwa penggunaan QRIS di Kota Bengkulu banyak dimanfaatkan oleh perempuan dalam aktivitas transaksi sehari-hari, baik untuk kebutuhan konsumsi, pembayaran jasa, maupun transaksi pada sektor UMKM. Hasil ini sekaligus menggambarkan bahwa sistem pembayaran digital QRIS telah digunakan oleh berbagai kelompok masyarakat tanpa memandang jenis kelamin.

3.2. Uji Outer Model

Pengujian outer model dilakukan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas setiap konstruk dalam penelitian. Uji Outer Loading dilakukan untuk menilai validitas konvergen masing-masing indikator, di mana suatu indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai loading $\geq 0,70$ (Hair et al., 2017). Hasil pengujian secara grafis ditampilkan pada Gambar 1, yang menunjukkan output SmartPLS 4 beserta nilai outer loading seluruh indikator pada keempat konstruk penelitian.



Gambar 1. Output SmartPLS 4 – Outer Loading Model

Berdasarkan Gambar 1, seluruh indikator pada keempat variabel menunjukkan nilai outer loading di atas batas minimum 0,70. Pada variabel persepsi keamanan, nilai loading berkisar antara 0,738 (PK9) hingga 0,809 (PK3). Variabel kepercayaan digital menunjukkan nilai loading berkisar antara 0,727 (KD3) hingga 0,835 (KD5). Variabel kepuasan pengguna memiliki nilai loading berkisar antara 0,717 (KP6) hingga 0,855 (KP10). Variabel pengalaman pengguna menunjukkan nilai loading berkisar antara 0,703 (PP1) hingga 0,844 (PP4). Seluruh indikator dinyatakan valid secara konvergen dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Pengujian Average Variance Extracted (AVE) dilakukan untuk menilai validitas konvergen pada level konstruk. Berdasarkan Tabel 2, seluruh variabel memiliki nilai AVE di atas 0,50, yang berarti masing-masing konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikator-indikatornya (Hair et al., 2017).

Tabel 2. Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE
Kepercayaan Digital	0.626
Kepuasan Pengguna	0.633
Pengalaman Pengguna	0.613
Persepsi Keamanan	0.605

Sumber: Data diolah SmartPLS 4, 2026

Kepuasan pengguna memiliki nilai AVE tertinggi sebesar 0,633, sementara persepsi keamanan memiliki nilai AVE terendah sebesar 0,605, namun masih memenuhi kriteria minimum. Pengujian discriminant validity menggunakan Fornell-Larcker Criterion disajikan pada Tabel 3. Nilai akar kuadrat AVE masing-masing konstruk (diagonal) dibandingkan dengan nilai korelasi antarkonstruk dalam baris atau kolom yang sama.

Tabel 3. Hasil Uji Discriminant Validity Fornell-Larcker

Variabel	KD	KP	PP	PK
Kepercayaan Digital (KD)	0.791			

Kepuasan Pengguna (KP)	0.953	0.796		
Pengalaman Pengguna (PP)	0.938	0.929	0.783	
Persepsi Keamanan (PK)	0.938	0.948	0.937	0.778

Sumber: Data diolah SmartPLS 4, 2026. KD=Kepercayaan Digital; KP=Kepuasan Pengguna; PP=Pengalaman Pengguna; PK=Persepsi Keamanan

Pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability jauh di atas batas minimum 0,70, sebagaimana disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	CR (rho_a)	CR (rho_c)
Kepercayaan Digital	0.945	0.947	0.952
Kepuasan Pengguna	0.947	0.948	0.954
Pengalaman Pengguna	0.942	0.943	0.950
Persepsi Keamanan	0.941	0.941	0.948

Sumber: Data diolah SmartPLS 4, 2026

3.3. Uji Inner Model (Model Struktural)

Pengujian inner model dilakukan untuk mengevaluasi hubungan antarvariabel dalam model struktural. Nilai R-Square untuk variabel Kepuasan Pengguna sebesar 0,934 dan nilai R-Square Adjusted sebesar 0,930, sebagaimana disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji R-Square (R²)

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Kepuasan Pengguna	0.934	0.930

Sumber: Data diolah SmartPLS 4, 2026

Nilai R² sebesar 0,934 menunjukkan bahwa sebesar 93,4% variasi kepuasan pengguna QRIS dapat dijelaskan oleh variabel persepsi keamanan, kepercayaan digital, dan pengalaman pengguna, sedangkan sisanya 6,6% dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Nilai ini termasuk dalam kategori sangat kuat (Hair et al., 2017).

3.4. Pengujian Hipotesis (Path Coefficients)

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode bootstrapping pada SmartPLS 4. Hasil pengujian path coefficients disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Path Coefficients

Hubungan	O	M	STDEV	T-Statistics	P-Values
Persepsi Keamanan → Kepuasan Pengguna	0.395	0.380	0.096	4.125	0.000
Kepercayaan Digital → Kepuasan Pengguna	0.470	0.471	0.105	4.455	0.000
Pengalaman Pengguna → Kepuasan Pengguna	0.091	0.107	0.094	0.969	0.333

Sumber: Data diolah SmartPLS 4, 2026

3.5. Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Pengujian efek moderasi dilakukan untuk mengetahui apakah pengalaman pengguna mampu memperkuat atau memperlemah hubungan antara persepsi keamanan dan kepercayaan digital terhadap kepuasan pengguna. Hasil pengujian MRA disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Interaksi	O	M	STDEV	T-Statistics	P-Values
PP × Persepsi Keamanan → Kepuasan Pengguna	0.045	0.049	0.093	0.480	0.631
PP × Kepercayaan Digital → Kepuasan Pengguna	-0.064	-0.066	0.093	0.682	0.495

Sumber: Data diolah SmartPLS 4, 2026. PP = Pengalaman Pengguna

3.6. Pembahasan

3.6.1. Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Kepuasan Pengguna QRIS (H1)

Berdasarkan hasil pengujian path coefficients, persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna QRIS dengan nilai T-statistics sebesar 4,125 dan P-value sebesar 0,000. Nilai koefisien jalur sebesar 0,395 mengindikasikan pengaruh yang berada pada kategori sedang hingga kuat. Dengan demikian, H1 diterima. Temuan ini mengungkapkan bahwa semakin tinggi persepsi keamanan yang dirasakan pengguna—mencakup keamanan data pribadi, keamanan transaksi, kendali pengguna, dan keandalan sistem—maka semakin tinggi pula kepuasan mereka dalam menggunakan QRIS.

Secara teoretis, hasil ini konsisten dengan Technology Acceptance Model (TAM) dan teori Perceived Risk (Gefen & Pavlou, 2020) yang menjelaskan bahwa persepsi keamanan memengaruhi penerimaan teknologi melalui persepsi manfaat dan kenyamanan pengguna. Persepsi keamanan juga berfungsi sebagai prasyarat terbentuknya trust dalam sistem digital (Flavián & Guinaliú, 2006, 2015). Ketika pengguna meyakini bahwa sistem mampu melindungi data pribadi dan menjamin transaksi yang aman, rasa nyaman yang terbentuk berdampak langsung pada peningkatan kepuasan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Supiati & Rinova (2025) yang menyatakan bahwa persepsi keamanan menjadi faktor utama dalam membentuk kenyamanan dan kepuasan pengguna dalam sistem pembayaran digital. Alwi & Santoso (2025) juga menunjukkan bahwa persepsi keamanan QRIS berpengaruh langsung terhadap peningkatan loyalitas dan kepuasan pelanggan karena memberikan rasa aman yang mengurangi kecemasan terhadap transaksi digital. Indikator keamanan transaksi (PK3 = 0,809) dan keandalan sistem (PK6 = 0,808) memiliki nilai outer loading tertinggi, menunjukkan bahwa pengguna paling memperhatikan aspek perlindungan transaksi dan kredibilitas sistem dalam membentuk kepuasan mereka.

3.6.2. Pengaruh Kepercayaan Digital terhadap Kepuasan Pengguna QRIS (H2)

Kepercayaan digital terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna QRIS dengan nilai T-statistics sebesar 4,455 dan P-value sebesar 0,000. Nilai koefisien jalur sebesar 0,470 menunjukkan pengaruh yang tergolong moderat hingga kuat, sekaligus merupakan koefisien tertinggi di antara seluruh variabel independen yang diteliti. Dengan demikian, H2 diterima dan kepercayaan digital terbukti sebagai faktor paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pengguna QRIS.

Dari perspektif teoretis, Trust-Based Technology Adoption menjelaskan bahwa kepercayaan adalah prediktor utama dari kepuasan dan loyalitas pengguna (Gefen & Indrawan, 2002). Ketika pengguna percaya bahwa sistem QRIS dapat berfungsi tanpa menimbulkan risiko penipuan atau kesalahan transaksi, mereka merasakan nilai utilitas yang lebih tinggi sehingga kepuasan meningkat (R. Astuti & Rahayu, 2022). Hasil ini konsisten dengan temuan Wicaksono (2025), Umara & Suwandi (2023), dan Anasfi & Afwa (2025) yang secara konsisten menemukan bahwa kepercayaan digital merupakan faktor dominan terhadap kepuasan pengguna. Indikator efisiensi (KD5 = 0,835) dan perceived enjoyment (KD11 = 0,826) memiliki nilai outer loading tertinggi, mengindikasikan bahwa pengguna merasakan kepuasan ketika sistem pembayaran digital mampu memproses transaksi secara cepat sekaligus memberikan pengalaman yang menyenangkan.

3.6.3. Peran Moderasi Pengalaman Pengguna pada Hubungan Persepsi Keamanan dan Kepuasan Pengguna (H3)

Pengujian MRA menunjukkan bahwa pengalaman pengguna tidak mampu memperkuat pengaruh persepsi keamanan terhadap kepuasan pengguna QRIS, ditunjukkan oleh nilai T-statistics sebesar 0,480 dan P-value sebesar 0,631 yang tidak memenuhi kriteria signifikansi ($T > 1,96$; $P < 0,05$). Dengan demikian, H3 ditolak. Secara teoritis, Technology Readiness Index (Parasuraman, 2000) menyatakan bahwa pengalaman pengguna meningkatkan persepsi kontrol dan kemudahan dalam menggunakan teknologi, yang seharusnya memperkuat efek persepsi keamanan terhadap kepuasan. Namun, temuan penelitian ini tidak mendukung proposisi tersebut dalam konteks QRIS di Kota Bengkulu.

Temuan ini dapat dijelaskan bahwa pengguna QRIS di Kota Bengkulu cenderung mengevaluasi keamanan sistem secara mandiri tanpa dipengaruhi oleh akumulasi pengalaman penggunaan sebelumnya. Pengguna lebih fokus pada aspek teknis keamanan sistem itu sendiri dibandingkan pada seberapa sering mereka telah menggunakan QRIS. Kondisi ini mencerminkan bahwa persepsi keamanan bersifat intrinsik dan tidak bergantung pada moderasi pengalaman pengguna di lingkungan dengan tingkat literasi digital yang beragam. Hasil ini tidak selaras dengan Yasin et al. (2025) dan Kurniawan et al. (2025) yang menemukan bahwa pengalaman digital mampu memperkuat persepsi positif terhadap keamanan.

3.6.4. Peran Moderasi Pengalaman Pengguna pada Hubungan Kepercayaan Digital dan Kepuasan Pengguna (H4)

Hasil pengujian MRA juga menunjukkan bahwa pengalaman pengguna tidak mampu memperkuat pengaruh kepercayaan digital terhadap kepuasan pengguna QRIS, dengan nilai T-statistics sebesar 0,682 dan P-value sebesar 0,495. Dengan demikian, H4 ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepercayaan digital memiliki pengaruh langsung yang kuat terhadap kepuasan pengguna, tanpa memerlukan penguatan dari variabel pengalaman pengguna.

Hasil ini tidak selaras dengan N. Astuti et al. (2025) yang menyatakan bahwa pengalaman pengguna berperan sebagai variabel yang memperkuat hubungan antara kepercayaan digital dan kepuasan pengguna. Namun, temuan ini dapat dipahami dari perspektif bahwa kepercayaan digital di lingkungan transaksi QRIS telah terbentuk melalui faktor-faktor yang lebih mendasar, seperti reputasi penyedia layanan dan keandalan sistem, yang bekerja secara langsung tanpa perlu mediasi atau moderasi dari pengalaman pengguna. Hal ini bisa jadi karena tingkat kepercayaan pengguna QRIS di Kota Bengkulu lebih banyak dipengaruhi oleh kepercayaan pada institusi Bank Indonesia dan penyedia layanan fintech, bukan oleh akumulasi pengalaman transaksi pribadi (Wicaksono, 2025).

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan empat temuan utama. Pertama, persepsi keamanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna QRIS di Kota Bengkulu dengan nilai T-statistics sebesar 4,125 dan P-value sebesar 0,000. Semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan oleh pengguna—mencakup perlindungan data pribadi, keamanan transaksi, kendali pengguna, dan keandalan sistem—maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang diperoleh. Kedua, kepercayaan digital terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna QRIS dengan nilai T-statistics sebesar 4,455 dan P-value sebesar 0,000. Kepercayaan digital menunjukkan pengaruh paling dominan di antara seluruh variabel yang diteliti, mencerminkan bahwa keyakinan pengguna terhadap keandalan dan integritas sistem QRIS merupakan faktor kunci yang menentukan kepuasan. Ketiga, pengalaman pengguna tidak terbukti mampu memperkuat pengaruh persepsi keamanan terhadap kepuasan pengguna QRIS, dibuktikan dengan nilai T-statistics sebesar 0,480 dan P-value sebesar 0,631 yang tidak memenuhi kriteria signifikansi. Keempat, pengalaman pengguna juga tidak terbukti mampu memperkuat pengaruh kepercayaan digital terhadap kepuasan pengguna QRIS, dengan nilai T-statistics sebesar 0,682 dan P-value sebesar 0,495. Model penelitian memiliki daya prediksi yang sangat kuat dengan nilai R-Square sebesar 0,934, yang berarti 93,4% variasi kepuasan pengguna QRIS dapat dijelaskan oleh variabel-variabel dalam model. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kepuasan pengguna QRIS di Kota Bengkulu lebih dipengaruhi oleh persepsi keamanan dan kepercayaan digital secara langsung, tanpa memerlukan penguatan dari pengalaman pengguna sebagai variabel moderasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Arifah Hidayati, S.E., M.M. selaku Pembimbing Utama dan Veny Puspita, S.E., M.M. selaku Pembimbing Kedua atas bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berarti selama proses penelitian ini berlangsung. Terima kasih juga disampaikan kepada Dr. Idham Lakoni, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH Bengkulu, serta kepada seluruh responden pengguna QRIS di Kota Bengkulu yang telah bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Afrianti, Prasetyo, Dan F. (2025). Webinar Nasional HUMANIS 2025 HUB FINTECH DIGITAL ASIA PASIFIK, 5(2), 359–368.
- Alwi, S., & Santoso, B. (2025). Integrasi Kepercayaan Digital Dan Pengalaman Pengguna Terhadap Loyalitas Dan Kepuasan QRIS. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Keuangan*, 6(2), 111–129. <https://Journal.Itb.Ac.Id/Jsitk/Article/View/5467>
- Anasfi, K., & Afwa, A. (2025). The Effect Of Ease Of Use, Perception Of Usefulness And Electronic Trust On Satisfaction Of Using QRIS As A Digital Payment Method. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13, 328–340.
- Arifin, A., & Noviaristanti, S. (2025). Analysis Of The Adoption Of The Use Of The Indonesian Standard Quick Response Code (QRIS) Using The Development Of The Technology Acceptance Model (TAM) In Msmes In Tarakan City. *Enrichment: Journal Of Multidisciplinary Research And Development*, 3(4), 654–666.
- Astuti, N., Manajemen, P. S., & Pertiba, U. (2025). QRIS Adoption Determinants: Analysis Of The Role Of Ease Of Use, Trust, And Promotion With User Satisfaction. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(4), 289–306.
- Astuti, R., & Rahayu, S. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna E-Wallet Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 5(2), 90–104. <https://Doi.Org/10.22219/Jedb.V5i2.2022>
- Chandra, P., & Lestari, Y. (2021). Factors Affecting The Adoption Of QRIS In Indonesia: Security, Trust, And User Experience Perspectives. *Journal Of Financial Technology And Innovation*, 9(3), 221–238. <https://Doi.Org/10.1016/J.Jfti.2021.09.003>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2011). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Flavián, C., & Guinalíu, M. (2006). Consumer Trust, Perceived Security, And Privacy Policy: Three Basic Elements Of Loyalty To A Website. *Industrial Management & Data Systems*, 106(5), 601–620.
- Gefen, D., & Indrawan, K. J. N. (2002). Customer Loyalty In E-Commerce. *Journal Of The Association For Information Systems*, 3(1).
- Gefen, D., & Pavlou, P. A. (2020). The Role Of Trust And Risk In Online Consumer Behavior: A Review And Future Directions. *Electronic Commerce Research And Applications*, 40, 100939. <https://Doi.Org/10.1016/J.Elerap.2020.100939>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Smartpls 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). *Journal Of Marketing Theory And Practice*, 29(3), 301–328. <https://doi.org/10.1080/10696679.2021.1874233>
- Hassenzahl, M. (2008). User Experience (UX): Towards An Experiential Perspective On Product Quality. *IHM Conference*, December, 10–15. <https://doi.org/10.1145/1512714.1512717>
- Khairiah, S. & R. (2025). The Influence Of Ease, Security, And Benefits On The Decision To Use QRIS Payments In The Digital Era Among Generation Z. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)*, XX.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Ed.). Pearson Education.
- Labolong, W., & Sutomo, M. (2025). Satisfaction Mediates Perceived Benefits And Security To Trust. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 7(2), 76–85.
- Lee, M., & Chen, L. (2020). Linking Perceived Security And Trust To E-Payment Satisfaction: Evidence From Asia. *Electronic Commerce Research And Applications*, 40, 100945. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2020.100945>
- Nabila, A. P., Raharso, S., & Tiorida, E. (2025). The Influence Of Trust And Transaction Security On Interest In Using The QRIS Payment System. *Jurnal Ekonomi Digital*, 06(02), 248–260.
- Nugraha, A. H. (2024). Analisis Perbandingan User Experience (UX) Pada Aplikasi Netflix Dengan Disney+ Hotstar Menggunakan Metode User Experience Questionnaire. *Jurnal Sistem Informasi*, 2(2), 100–114.
- Pangestu. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kecepatan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Genbi Purwokerto Dalam Bertransaksi Menggunakan QRIS. Skripsi, Universitas Jenderal Soedirman.
- Purwanza, S. W., Wardhana, A., Mufidah, A., Renggo, Y. R., Hudang, A. K., Setiawan, J., & Darwin. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi. *Media Sains Indonesia*.
- Puspita, V. (2020). Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Sektor Industri Kreatif Kota Bengkulu Di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3, 110–119.
- Rachman, A., E, Y., Samanlangi, A., & Purnomo, H. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Penerbit Akademia.
- Rahimi, Y., Restuti, S., & Wasnury, R. (2024). Analisis Penggunaan QRIS (Quick Response Indonesian Standard) Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 03(1), 177–187.
- Rizkiani, F., Bachri, S., & Ponirin. (2024). The Effect Of Convenience And Security Of Using QRIS Payment Methods On Purchasing Decisions. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(3), 164–171.
- Setyaningsih, A., Usman, O., & Musyaffi, A. (2023). *International Journal Of Current Economics & Business Ventures*, 1(3).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Surawijaya. (2021). Evaluation Of Service Quality And Innovation Of Bogor City Public Service Mall. *Jurnal Administrasi Publik*, 19(1).
- Tsaniabbad, A., Mutaalim, F., Hendro, T., & Destiani, D. (2025). Evaluasi Kualitas Pengalaman Pengguna Pada Platform E-Learning Universitas Jenderal Achmad Yani. *Jurnal Informatika*, 5(2), 83–98.
- Umara, R. P., & Suwandi, D. (2023). The Influence Of QRIS User Convenience, Trust, And Risk On User Satisfaction QRIS For Students. *Proceedings Of International Conference*, July, 696–703.
- Wicaksono, I. (2025). Trust And Satisfaction: The Hidden Drivers Of QRIS Adoption And Long-Term Use Among Generation X In Indonesia. *IJSE*, 8(3), 9967–9985.
- Wicaksono, I., & Yuniawan, A. (2024). User Satisfaction To Continuous Usage On QRIS Payment: Role Of QRIS Contactless Payment Quality. *Diponegoro International Journal Of Business*, 39(2), 300–316.