

Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan QRIS Sebagai Alat Transaksi di Coffe Shop Las. CO8 Rantauprapat

¹Muhammad Reza Pahlevi ²Mulkan Ritonga, ³Aulia Indra
Universitas Labuhanbatu
Rantau Prapat, Indonesia

¹muhammadrezapahlevi13@gmail.com, ²mulkanritonga@ulb.ac.id, ³auliaindra91@gmail.com

*Penulis Korespondensi

Diajukan : 28/07/2026

Diterima : 15/08/2026

Dipublikasi : 26/08/2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai alat transaksi di Coffee Shop Las.Co8 Rantauprapat. Latar belakang penelitian didasarkan pada fenomena meningkatnya penggunaan pembayaran digital yang dinilai lebih cepat, praktis, efisien, dan aman dibandingkan transaksi tunai. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada 100 responden. Instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas, serta analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini menegaskan bahwa penerapan QRIS tidak hanya mempermudah proses transaksi, tetapi juga meningkatkan pengalaman pelanggan melalui pelayanan yang lebih modern, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pengelola Coffee Shop Las.Co8 Rantauprapat dalam merancang strategi peningkatan kualitas layanan dan optimalisasi penggunaan QRIS guna menciptakan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *kualitas layanan, kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepuasan pelanggan, QRIS*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi digital di berbagai sektor, termasuk sistem pembayaran. Masyarakat yang sebelumnya bergantung pada transaksi tunai kini mulai beralih ke pembayaran non-tunai karena dinilai lebih cepat, praktis, efisien, dan aman. Perubahan tersebut didukung oleh perkembangan *financial technology (fintech)* yang menghadirkan berbagai inovasi pembayaran digital. Salah satu inovasi yang berkembang pesat di Indonesia adalah *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* yang dikembangkan oleh Bank Indonesia sebagai standar nasional pembayaran berbasis kode QR (Gunarsih & Dyah Febriyani, 2025).

QRIS merupakan standar pembayaran nasional yang mengintegrasikan berbagai penyelenggara jasa sistem pembayaran ke dalam satu kode QR sehingga transaksi dapat dilakukan menggunakan berbagai aplikasi dompet digital maupun mobile banking. Kehadiran QRIS memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan pembayaran sekaligus meningkatkan efisiensi operasional bagi pelaku usaha karena cukup menyediakan satu kode QR untuk seluruh

aplikasi pembayaran yang telah terintegrasi. Berdasarkan data Bank Indonesia, volume transaksi QRIS terus mengalami peningkatan setiap tahunnya seiring dengan meningkatnya penggunaan pembayaran digital di Indonesia.

Perkembangan penggunaan QRIS juga terjadi pada sektor *food and beverage*, khususnya coffee shop. Coffee shop saat ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat menikmati makanan dan minuman, tetapi juga menjadi tempat bekerja, belajar, berdiskusi, dan bersosialisasi. Perubahan perilaku konsumen tersebut mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan melalui pemanfaatan teknologi digital, salah satunya dengan menyediakan fasilitas pembayaran menggunakan QRIS. (Ramadhan & Afandi, 2025) Penerapan sistem pembayaran digital mampu meningkatkan efisiensi transaksi, mengurangi antrean pembayaran, serta memberikan pengalaman bertransaksi yang lebih nyaman bagi pelanggan

Coffee Shop Las.Co8 Rantaupraptat merupakan salah satu usaha di bidang *food and beverage* yang telah menerapkan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran bagi konsumennya. Sebagian besar pelanggan memilih menggunakan pembayaran digital karena proses transaksi lebih cepat dan praktis dibandingkan pembayaran tunai. Selain meningkatkan efisiensi pelayanan kasir, penggunaan QRIS juga dapat meminimalkan kesalahan dalam pengembalian uang serta mendukung pelayanan yang lebih modern dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini.

Kepuasan pelanggan dalam menggunakan QRIS dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satu faktor yang penting adalah kualitas layanan. Menurut (Munawwaroh & Rahmawati, 2026), kualitas layanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan melalui aspek keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diterima.

Selain kualitas layanan, kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam mendorong penggunaan teknologi pembayaran digital. persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa suatu teknologi mudah dipahami, dipelajari, dan digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar. Dalam konteks QRIS, sistem pembayaran yang sederhana dan mudah dioperasikan akan meningkatkan kenyamanan pelanggan selama melakukan transaksi sehingga berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan. menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS.

Faktor lain yang turut memengaruhi kepuasan pelanggan adalah persepsi manfaat. Persepsi manfaat merupakan keyakinan pengguna bahwa penggunaan suatu teknologi mampu meningkatkan efektivitas dan produktivitas dalam melakukan aktivitas tertentu (Munawwaroh & Rahmawati, 2026). Pada penggunaan QRIS, manfaat tersebut diwujudkan melalui proses pembayaran yang lebih cepat, efisiensi waktu, kemudahan transaksi, serta keamanan yang lebih baik dibandingkan transaksi tunai.

penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan *Quick Response Code* Indonesian Standard (QRIS) sebagai alat transaksi di Coffee Shop Las.Co8 Rantaupraptat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel, yaitu kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat, baik secara parsial maupun secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan sistem pembayaran digital, serta menjadi bahan masukan bagi pengelola Coffee Shop Las.Co8 Rantaupraptat dalam meningkatkan kualitas layanan dan optimalisasi penggunaan QRIS guna menciptakan kepuasan pelanggan yang lebih baik.

II. STUDI LITERATUR

Kualitas Layanan

Menurut (Ramdani, 2023) Kualitas layanan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberlangsungan suatu perusahaan jasa dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Penyedia jasa dituntut untuk senantiasa meningkatkan kualitas layanan agar mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan sehingga tercipta kepuasan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan perlu dilakukan secara berkesinambungan melalui evaluasi, inovasi,

dan penyempurnaan terhadap proses pelayanan yang diberikan. Bagi perusahaan jasa, kualitas layanan juga menjadi tolok ukur dalam menciptakan nilai tambah serta mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap layanan yang ditawarkan.

Seiring dengan perkembangan dunia bisnis dan pelayanan publik, konsep kualitas layanan (*service quality*) menjadi salah satu indikator utama dalam mengevaluasi kinerja organisasi. Baik perusahaan, lembaga, maupun instansi pemerintah dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas sebagai upaya mewujudkan pelayanan yang optimal serta meningkatkan kepuasan pengguna layanan (Indrawati, 2022).

Dalam sistem pembayaran digital, kualitas layanan mencerminkan kemampuan penyedia layanan dalam menghadirkan proses transaksi yang cepat, aman, mudah, dan andal (Tandilino et al., 2023). Pelayanan yang berkualitas ditunjukkan melalui kelancaran proses pembayaran, ketepatan verifikasi transaksi, kemudahan memperoleh bantuan ketika terjadi kendala, serta kemampuan sistem dalam memberikan pengalaman transaksi yang efisien. Semakin baik kualitas layanan yang dirasakan pelanggan, semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperoleh dalam menggunakan layanan pembayaran digital. Menurut (Parasuraman et al., 2017) kualitas layanan diukur melalui lima indikator utama yang dikenal dengan model SERVQUAL, yaitu:

- Bukti fisik (Tangibles), yaitu penampilan fasilitas, peralatan, dan sarana pendukung yang digunakan dalam memberikan pelayanan.
- Keandalan (Reliability), yaitu kemampuan memberikan pelayanan secara tepat, akurat, dan sesuai dengan yang dijanjikan.
- Daya tanggap (Responsiveness), yaitu kesediaan dan kecepatan karyawan dalam membantu pelanggan serta memberikan pelayanan.
- Jaminan (Assurance), yaitu pengetahuan, kemampuan, serta sikap karyawan yang mampu menumbuhkan rasa percaya dan aman kepada pelanggan.
- Empati (Empathy), yaitu perhatian dan kepedulian secara individu kepada pelanggan serta memahami kebutuhan mereka.

Presepsi Manfaat

Persepsi pengguna terhadap penggunaan *Response Quick Code* Indonesian Standard (QRIS) dapat dianalisis menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai salah satu model untuk menjelaskan penerimaan teknologi. Menurut (Fred D. Davis et al., 1989) TAM memiliki dua konstruk utama yang memengaruhi penerimaan teknologi, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Persepsi manfaat menunjukkan keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam menyelesaikan aktivitas, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan menggambarkan keyakinan bahwa teknologi tersebut mudah dipelajari, dipahami, dan digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar.

Meskipun QRIS menawarkan berbagai manfaat dan kemudahan dalam proses transaksi, tidak semua pengguna langsung menerima dan menggunakannya. Selain mempertimbangkan manfaat dan kemudahan, pengguna juga memperhatikan aspek keamanan serta risiko yang mungkin timbul selama melakukan transaksi digital. Menurut (Singgih Priambodo & Bulan Prabawani, 2024) persepsi risiko merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan teknologi pembayaran elektronik. Oleh karena itu, penyedia layanan pembayaran digital perlu memastikan keamanan sistem transaksi agar dapat meminimalkan risiko yang dirasakan pengguna, meningkatkan kepercayaan, serta mendorong penggunaan QRIS secara berkelanjutan. Menurut (Davis, 2013) persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Indikator persepsi manfaat meliputi:

- Mempercepat pekerjaan.
- Meningkatkan efektivitas.
- Meningkatkan produktivitas.
- Bermanfaat dalam aktivitas.
- Meningkatkan kinerja.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan Kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Menurut (Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, 2020) Apabila kinerja memaparkan bahwa kualitas pelayanan adalah kesesuaian dan derajat kemampuan untuk digunakan dari keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang disediakan dalam pemenuhan kebutuhan dan harapan yang dikehendaki konsumen dengan atribut atau faktor yang meliputi: bukti langsung, perhatian pribadi dari karyawan kepada konsumen, daya tanggap, keandalan dan jaminan. akan kecewa. Bila kinerja sesuai harapan, pelanggan akan puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitive terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan. Menurut (Mensah et al., 2022) kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja suatu produk atau jasa yang dirasakan dengan harapannya. Indikator kepuasan pelanggan meliputi:

1. Kepuasan terhadap pelayanan.
2. Harapan pelanggan terpenuhi.
3. Keinginan menggunakan kembali.
4. Bersedia merekomendasikan kepada orang lain.
5. Kepuasan secara keseluruhan.

A. *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

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

QRIS (*Quick Response Code* Indonesian Standard) merupakan standar nasional untuk sistem pembayaran menggunakan kode QR yang dikembangkan oleh Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). QRIS dibuat dengan tujuan menyatukan berbagai metode pembayaran digital agar dapat dilakukan hanya dengan satu kode QR. Melalui QRIS, para pelaku usaha tidak lagi perlu menyediakan banyak kode dari penyedia layanan yang berbeda, sehingga proses pembayaran menjadi lebih mudah dan efisien (Bank Indonesia, 2019).

Bank Indonesia memperkenalkan QRIS dengan konsep “UNGGUL”, yaitu singkatan dari Universal, Gampang, Untung, dan Langsung. Nilai tersebut menggambarkan harapan agar QRIS dapat digunakan di seluruh sektor (universal), mudah dioperasikan oleh pengguna (gampang), memberikan keuntungan secara ekonomi (untung), serta memungkinkan transaksi berlangsung cepat (langsung).

Menurut (Cristina M Manurung et al., 2024) QRIS bertujuan untuk memudahkan transaksi digital bagi masyarakat serta memastikan keamanan transaksi dengan regulasi yang konsisten. Fungsi QRIS :

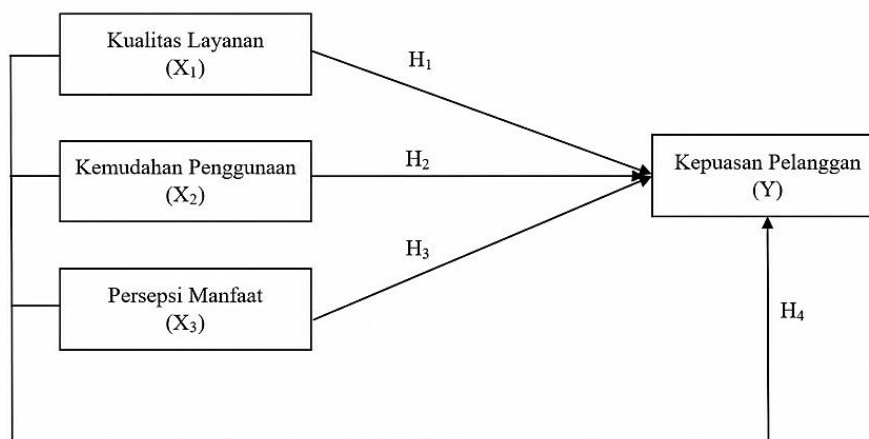
1. QRIS memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi digital dengan hanya memindai kode QR di kasir. Ini mengurangi kebutuhan membawa uang tunai dan menyederhanakan proses pembayaran. Penggunaan QRIS di berbagai merchant juga memungkinkan berbagai aplikasi pembayaran berfungsi dengan satu kode QR yang terstandarisasi, mempercepat proses pembayaran dan mengurangi antrian.
2. QRIS dilengkapi dengan sistem keamanan yang ketat. Transaksi yang dilakukan melalui QRIS dapat diawasi oleh regulator secara efektif, memastikan transaksi aman dari kecurangan dan risiko perampokan. Teknologi enkripsi dan protokol keamanan yang diterapkan pada QRIS membuat transaksi lebih aman dibandingkan dengan penggunaan uang tunai.

3. Implementasi QRIS membantu mengurangi biaya penanganan uang tunai, termasuk biaya pencetakan, distribusi, dan pengelolaan uang. Selain itu, risiko perampokan, pencurian, serta masalah kesehatan terkait dengan uang fisik juga berkurang. QRIS juga mengurangi biaya operasional bagi merchant, karena tidak perlu menyediakan kembalian atau menghitung uang tunai.

Pemerintah daerah telah menerapkan QRIS untuk meningkatkan akuntabilitas dan transparansi dalam transaksi pemerintahan. Berdasarkan Surat Edaran Menteri Dalam Negeri No 910/1867/SJ, transaksi non-tunai di pemerintahan daerah harus diimplementasikan paling lambat 1 Januari 2018. Ini mencakup semua transaksi penerimaan dan pengeluaran pemerintah daerah, yang kini dilakukan secara elektronik, mengurangi korupsi dan meningkatkan efisiensi administrasi. Transaksi keuangan pemerintah telah bertransformasi dari rekening manual ke bilyet giro, dan kini ke rekening virtual. Sistem pembayaran menggunakan Kartu Kredit Pemerintah dan Kartu Kredit Pemerintah Domestik berbasis QRIS adalah bagian dari upaya untuk meningkatkan efisiensi dan keamanan dalam transaksi pemerintah. Transformasi ini memungkinkan monitoring transaksi secara real-time, memudahkan audit, dan meningkatkan transparansi.

Kerangka Konseptual

Kerangka teori merupakan suatu rancangan berpikir yang menjelaskan sejumlah faktor yang dipandang signifikan dan berhubungan erat dengan penelitian yang akan dilaksanakan. Kerangka ini berperan sebagai pijakan yang terstruktur untuk merumuskan dan memperkuat permasalahan penelitian, serta menyusunnya secara logis agar dapat diuji secara ilmiah. Kerangka teori dalam penelitian ini didasarkan pada kajian teori yang telah dijelaskan sebelumnya. Untuk mempermudah pemahaman mengenai kerangka berpikir dalam riset ini, uraian lebih lanjut disajikan dalam bentuk gambar sebagai berikut :



Gambar 1 Krangka Berpikir

Hipotesis merupakan dugaan sementara mengenai hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen yang disusun berdasarkan landasan teori, kerangka konseptual, dan hasil penelitian terdahulu. Hipotesis ini akan diuji melalui analisis data untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai alat transaksi. Dalam penelitian ini, penulis mengemukakan hipotesis: H₁ Variabel Kualitas Layanan (X₁) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di COFFE SHOP LAS. CO8.

H₂ Variabel Kemudahan Penggunaan (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di COFFE SHOP LAS. CO8.

H₃ Variabel Persepsi Manfaat (X₃) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di COFFE SHOP LAS. CO8.

H₄ Variabel Kualitas Layanan (X₁), Kemudahan Penggunaan (X₂), dan Persepsi Manfaat (X₃) secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di COFFE SHOP LAS. CO8.

III. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif bertujuan untuk menjelaskan hubungan dan menguji pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini mengukur secara objektif pengaruh kualitas layanan (X₁), kemudahan penggunaan (X₂), dan persepsi manfaat (X₃) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dalam penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai alat transaksi. Data yang diperoleh berupa data numerik dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis penelitian.

Lokasi Penelitian

Lokasi merupakan tempat di mana peneliti melaksanakan kegiatan penelitian yang sesuai dengan topik dan fokus kajian yang diangkat. Penelitian ini dilaksanakan di Jl. Jend. Ahmad Yani, Komplek Oasis (Depan Bank BNI Rantauprapat), Kab. Labuhanbatu. yang dipilih karena relevan dengan objek dan tujuan penelitian, khususnya dalam mengkaji kepuasan Generasi Z Menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran di Tomoro Coffee Jl. Gatot Subroto Rantauprapat Labuhanbatu.

Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama empat bulan, yaitu mulai Maret 2026 hingga Juni 2026. Kegiatan penelitian meliputi tahap penyusunan proposal penelitian, penyusunan instrumen penelitian, penyebaran kuesioner kepada responden, pengumpulan data, pengolahan dan analisis data, hingga penyusunan laporan hasil penelitian. Rentang waktu tersebut disusun agar seluruh tahapan penelitian dapat dilaksanakan secara sistematis dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2022) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. seluruh konsumen Coffee Shop Las.Co8 Rantauprapat yang melakukan transaksi menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai alat pembayaran.

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Karena jumlah populasi konsumen yang menggunakan QRIS di Coffee Shop Las.Co8 Rantauprapat

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Lamesow yang bertujuan untuk menghitung ukuran sampel secara tepat

Berdasarkan jumlah populasi :
$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
- Z = 1,96 (tingkat kepercayaan 95%)
- p = 0,5
- q = 1 - p = 0,5
- d = 0,10 (margin of error 10%)

Dalam penelitian ini, nilai Z ditetapkan 1,96 karena menerapkan tingkat kepercayaan 95% yang menjadi standar umum di bidang penelitian sosial guna mencapai keyakinan tinggi terhadap temuan penelitian. Nilai p diasumsikan 0,5 untuk memaksimalkan ukuran sampel sehingga hasil lebih representatif. Sementara itu, nilai d ditetapkan 0,1 atau 10% dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu, biaya, dan kemudahan pengumpulan data, serta masih dalam ambang batas kesalahan yang dapat diterima untuk penelitian eksploratif. Dengan menggunakan asumsi (Z = 1,96), (p = 0,5), dan (d = 0,1), maka perhitungan sampel adalah:

$$n = \frac{(1.96)^2, 0.5, (1 - 0.5)}{(1.96)^2} = \frac{3.9416, 0.25}{0.01} = \frac{0.9604}{0.01} = 96.04$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel minimum yang diperlukan adalah 96 responden. Untuk mempermudah proses pengumpulan dan pengolahan data serta meningkatkan representativitas penelitian, jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 responden.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Coffee Shop Las.Co8 Rantauprapat yang pernah menggunakan *Quick Response Code* Indonesian Standard (QRIS) sebagai alat transaksi. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, hasil penelitian terdahulu, serta referensi lain yang relevan dengan topik pengaruh kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan QRIS sebagai alat transaksi.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Menurut kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti telah mengetahui dengan jelas variabel yang akan diukur serta apa yang diharapkan dari responden.

Selain penyebaran kuesioner, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini juga didukung oleh studi dokumentasi untuk memperoleh data sekunder yang relevan. Dokumentasi yang digunakan meliputi berbagai dokumen, catatan, artikel, jurnal ilmiah, buku, serta informasi lain yang berkaitan dengan penggunaan *Quick Response Code* Indonesian Standard (QRIS) sebagai alat transaksi. Data dokumentasi tersebut dimanfaatkan untuk memperkuat landasan teori, mendukung hasil penelitian, serta melengkapi informasi yang diperoleh melalui kuesioner mengenai pengaruh kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan QRIS sebagai alat transaksi.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses mengolah dan menganalisis data yang telah diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian. Data yang terkumpul dianalisis. Analisis dilakukan secara bertahap, dimulai dari pengujian kualitas instrumen penelitian hingga pengujian hipotesis.

1. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan mampu menghasilkan data yang akurat dan dapat dipercaya. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian, khususnya kuesioner, telah memenuhi syarat kelayakan sebelum digunakan dalam pengumpulan data sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur itu benar-benar mengukur apa yang hendak diukur. Semakin tinggi validitas instrumen menunjukkan semakin akurat alat pengukur itu mengukur suatu data. (Ritchie, 2012) Pengujian validitas ini penting dilakukan agar pertanyaan yang diberikan tidak menghasilkan data yang menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Nilai r hitung	Nilai r table	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	X1_1	0,495	0,361	Valid
	X1_2	0,489	0,361	Valid
	X1_3	0,454	0,361	Valid
	X1_4	0,512	0,361	Valid
	X1_5	0,451	0,361	Valid

Variabel	Item	Nilai r hitung	Nilai r table	Keterangan
Kemudahan Penggunaan (X2)	X1_6	0,523	0,361	Valid
	X1_7	0,472	0,361	Valid
	X1_8	0,485	0,361	Valid
	X1_9	0,510	0,361	Valid
	X1_10	0,475	0,361	Valid
	X2_1	0,666	0,361	Valid
	X2_2	0,711	0,361	Valid
	X2_3	0,688	0,361	Valid
	X2_4	0,627	0,361	Valid
	X2_5	0,661	0,361	Valid
Persepsi Manfaat (X3)	X2_6	0,659	0,361	Valid
	X2_7	0,675	0,361	Valid
	X2_8	0,641	0,361	Valid
	X2_9	0,701	0,361	Valid
	X2_10	0,672	0,361	Valid
	X3_1	0,412	0,361	Valid
	X3_2	0,395	0,361	Valid
	X3_3	0,405	0,361	Valid
	X3_4	0,369	0,361	Valid
	X3_5	0,418	0,361	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	X3_6	0,410	0,361	Valid
	X3_7	0,401	0,361	Valid
	X3_8	0,382	0,361	Valid
	X3_9	0,376	0,361	Valid
	X3_10	0,423	0,361	Valid
	Y1	0,712	0,361	Valid
	Y2	0,735	0,361	Valid
	Y3	0,728	0,361	Valid
	Y4	0,745	0,361	Valid
	Y5	0,721	0,361	Valid
	Y6	0,752	0,361	Valid
	Y7	0,739	0,361	Valid
	Y8	0,730	0,361	Valid
	Y9	0,748	0,361	Valid
	Y10	0,740	0,361	Valid

Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment antara skor item dengan skor total (Corrected Item–Total Correlation). Suatu item dinyatakan valid apabila nilai r -hitung lebih besar dari r -tabel pada tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan Tabel 1, seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel memiliki nilai r -hitung lebih besar dari r -tabel (0,361), sehingga seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reabilitas

Menurut (Ritchie, 2012) Uji Reliabilitas adalah pengujian indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Nilai Alpha	Informasi
Kualitas Layanan (X ₁)	0,985	$\geq 0,60$	Reliabel
Kemudahan Penggunaan (X ₂)	0,986	$\geq 0,60$	Reliabel
Variabel Persepsi Manfaat (X ₃)	0,783	$\geq 0,60$	Reliabel

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan bahwa nilai Alpha Cronbach pada setiap variabel lebih besar dari nilai batas minimum yaitu 0,60. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini reliabel dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum analisis regresi linear berganda untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi dasar sehingga hasil analisis yang diperoleh valid dan dapat digunakan dalam pengujian hipotesis. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas (Setya Budi et al., 2024).

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai Asymp.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.55021993
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.057
	Negative	-.089
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi dan model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antarvariabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak mengalami multikolinearitas. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Model dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 (Setya Budi et al., 2024).

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

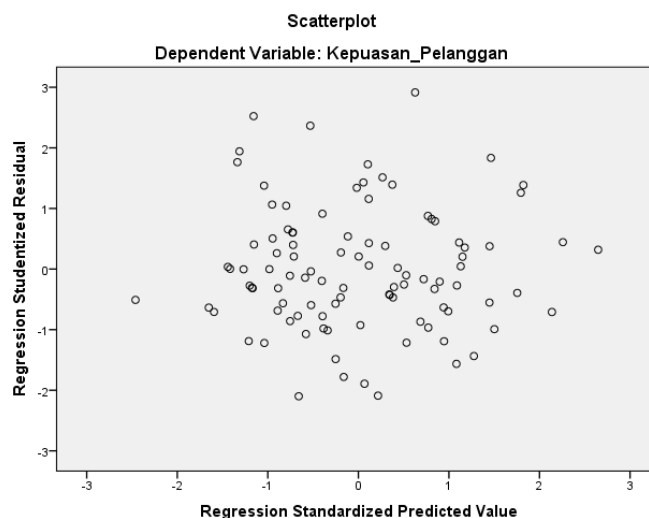
Model	Coefficients ^a	
	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Layanan	.822	1.216
Persepsi Manfaat	.887	1.127
Kemudahan Penggunaan	.912	1.097

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel *Coefficients*, diperoleh nilai Tolerance untuk variabel Kualitas Layanan (X_1) sebesar 0,822, variabel Persepsi Manfaat (X_2) sebesar 0,887, dan variabel Kemudahan Penggunaan (X_3) sebesar 0,912. Seluruh nilai tersebut lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk variabel Kualitas Layanan sebesar 1,216, Persepsi Manfaat sebesar 1,127, dan Kemudahan Penggunaan sebesar 1,097, yang semuanya berada di bawah ambang batas 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami multikolinearitas, sehingga variabel independen yang digunakan layak untuk dimasukkan ke dalam model regresi

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan menggunakan Uji Glejser. Model regresi dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi (Sig.) masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,05 (Setya Budi et al., 2024).



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedasitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik Scatterplot, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, seperti pola mengerucut (*funnel*), bergelombang, maupun membentuk garis tertentu. Penyebaran titik yang acak dan tidak teratur tersebut menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan (*homoskedastisitas*). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, sehingga asumsi klasik regresi terpenuhi dan model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Analisis Regresi Liner Berganda

Hasil pengumpulan data akan dihimpun setiap variabel sebagai suatu nilai dari setiap responden. Metode penganalisaan data menggunakan perhitungan statistik dan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan apakah dapat diterima atau ditolak. Teknik analisis yang dipakai dalam menguji hipotesis ini adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Persamaan : $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$
 Keterangan : Y = Kepuasan Pelanggan
 a = Konstanta
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi
 X_1 = Kualitas Layanan
 X_2 = Kemudahan Penggunaan
 X_3 = Persepsi Manfaat
 e = Error

Tabel 5. Hasil Uji Regresi

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.742	2.742		.635	.010
Kualitas Layanan	.319	.069	.321	.649	.000
Kemudahan Penggunaan	.645	.066	.641	.775	.000
Persepsi Manfaat	.031	.067	.031	.467	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan perhitungan pada tabel *Coefficients*, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,742 + 0,319X_1 + 0,645X_2 + 0,031X_3 + e$$

Interpretasi :

1. Konstanta sebesar 1,742 menunjukkan bahwa apabila variabel Kualitas Layanan (X_1), Persepsi Manfaat (X_2), dan Kemudahan Penggunaan (X_3) dianggap tetap atau bernilai nol, maka Kepuasan Pelanggan (Y) diperkirakan sebesar 1,742.
2. Koefisien regresi Kualitas Layanan (X_1) sebesar 0,319 mempunyai arti bahwa setiap terjadi peningkatan satu satuan pada variabel Kualitas Layanan, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,319, dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Koefisien regresi Kemudahan Penggunaan (X_2) sebesar 0,645 mempunyai arti bahwa setiap terjadi peningkatan satu satuan pada variabel Kemudahan Penggunaan, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,645, dengan asumsi variabel lain tetap.
4. Koefisien regresi Persepsi Manfaat (X_3) sebesar 0,031 mempunyai arti bahwa setiap terjadi peningkatan satu satuan pada variabel Persepsi Manfaat, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,031, dengan asumsi variabel lain tetap.

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, seluruh koefisien regresi bernilai positif, yaitu Kualitas Layanan (X_1) sebesar 0,319, Kemudahan Penggunaan (X_2) sebesar 0,645 dan Persepsi Manfaat (X_3) sebesar 0,031. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan, Persepsi Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan memiliki hubungan yang searah dengan Kepuasan Pelanggan. Artinya, semakin tinggi persepsi responden terhadap ketiga variabel tersebut, maka semakin tinggi pula Kepuasan Pelanggan. Selain itu, variabel Kemudahan Penggunaan (X_2) memiliki nilai koefisien regresi paling besar, yaitu 0,645, sehingga memberikan pengaruh paling besar terhadap Kepuasan Pelanggan dibandingkan variabel independen lainnya. Hal ini juga diperkuat dengan nilai Standardized Beta sebesar 0,641, yang merupakan nilai Beta terbesar dibandingkan Kualitas Layanan sebesar 0,321 dan Persepsi Manfaat sebesar 0,031. Dengan demikian, Kemudahan Penggunaan (X_2) merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi Kepuasan Pelanggan.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini dapat diterima atau ditolak. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda.

a. Uji Parsial (t)

Uji parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu kualitas layanan (X_1), kemudahan penggunaan (X_2), dan persepsi manfaat (X_3) terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan (Y) secara individual.

Tabel 6. Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.742	2.742		.635	.010
Kualitas Layanan	.319	.069	.321	.649	.000
Persepsi Manfaat	.031	.067	.031	.467	.000
Kemudahan Penggunaan	.645	.066	.641	.775	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel *Coefficients*, diperoleh nilai t tabel sebesar 1,985 ($\alpha = 0,05$; $df = 96$). Nilai t hitung masing-masing variabel lebih besar daripada t tabel, serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, seluruh variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan.

1. Kualitas Layanan (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar 6,49 > 1,985 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima.
2. Kemudahan Penggunaan (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar 7,75 > 1,985 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima.
3. Persepsi Manfaat (X_3) memiliki nilai t hitung sebesar 4,67 > 1,985 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) diterima.

b. Uji Simultan (F)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan QRIS sebagai alat transaksi.

Tabel 7. Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4824.483	3	1608.161	53.147	.000 ^b
	Residual	2904.827	96	30.259		
	Total	7729.310	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Kualitas Layanan

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) diperoleh nilai F hitung sebesar 53,147 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga H_0

ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X_1), Kemudahan Penggunaan (X_2), dan Persepsi Manfaat (X_3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan demikian, ketiga variabel independen secara bersama-sama memiliki kontribusi dalam menjelaskan variasi Kepuasan Pelanggan. Oleh karena itu, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan dapat dijadikan dasar untuk analisis lebih lanjut serta pengujian hipotesis berikutnya.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen, yaitu kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat, dalam menjelaskan variasi variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan.

Tabel 8 Uji Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 ^a	.624	.612	5.50078

a. Predictors: (Constant), Kemudahan_Penggunaan, Persepsi_Manfaat, Kualitas_Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Hasil uji koefisien determinasi pada tabel *Model Summary* menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,624. Hal ini berarti variabel independen yaitu Kualitas Layanan (X_1), Kemudahan Penggunaan (X_2), dan Persepsi Manfaat (X_3) mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 62,4%, sedangkan sisanya sebesar **37,6%** dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,612 menunjukkan bahwa setelah dilakukan penyesuaian terhadap jumlah variabel independen dan ukuran sampel, kemampuan model dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan tetap tergolong baik dan konsisten.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pelanggan

Penelitian ini menemukan bahwa Kualitas Layanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Nilai koefisien regresi sebesar 0,319, nilai t hitung 6,49, dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dipahami karena kualitas layanan mencakup aspek keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang secara langsung dirasakan oleh konsumen. Temuan ini sejalan dengan penelitian Munawwaroh & Rahmawati (2026) serta Ramdani (2023) yang menekankan bahwa kualitas layanan adalah faktor utama dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel Kemudahan Penggunaan (X_2) juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Nilai koefisien regresi sebesar 0,645, nilai t hitung **7,75**, dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa semakin mudah sistem QRIS digunakan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Kemudahan penggunaan berarti sistem pembayaran dapat dipahami, dipelajari, dan dioperasikan tanpa usaha besar. Dalam konteks QRIS, pelanggan merasa nyaman karena proses transaksi sederhana, cepat, dan tidak rumit. Hal ini mendukung teori Davis (2013) dalam *Technology Acceptance Model (TAM)* yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam penerimaan teknologi. Penelitian Salsabila & Herawati (2026) juga menegaskan bahwa generasi muda lebih memilih teknologi yang praktis dan mudah digunakan, sehingga QRIS menjadi pilihan utama mereka.

3. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat (X_3) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) meskipun pengaruhnya relatif kecil dibandingkan variabel lain. Nilai koefisien regresi sebesar 0,031, nilai t hitung 4,67, dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$) membuktikan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Manfaat QRIS dirasakan melalui kecepatan transaksi, efisiensi waktu, kemudahan pembayaran, serta keamanan yang lebih baik dibandingkan uang tunai. Temuan ini sejalan dengan teori Davis (1989) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat adalah keyakinan bahwa teknologi mampu meningkatkan efektivitas dan produktivitas. Penelitian Ramadhan & Afandi (2025) juga menegaskan bahwa QRIS memberikan pengalaman transaksi yang lebih nyaman dan efisien bagi pelanggan coffee shop.

4. Pengaruh Simultan Kualitas Layanan, Kemudahan pelanggan, dan Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa ketiga variabel independen (Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Manfaat) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Nilai F hitung sebesar 53,147 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$) membuktikan hal tersebut. Selain itu, nilai R Square sebesar 0,624 menunjukkan bahwa 62,4% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sementara 37,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hal ini berarti model regresi yang digunakan cukup kuat dan layak untuk menjelaskan hubungan antarvariabel.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi, penelitian ini menyimpulkan bahwa Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam penggunaan QRIS pada Coffee Shop Las.Co8 Rantauprapat, baik secara parsial maupun simultan, sehingga seluruh hipotesis penelitian (H1, H2, H3, dan H4) diterima. Temuan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan yang responsif dan sesuai dengan harapan pelanggan, kemudahan dalam memahami dan menggunakan QRIS, serta manfaat yang dirasakan berupa efisiensi waktu, kecepatan, dan keamanan transaksi mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, khususnya Generasi Z. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,624 menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 62,4% variasi Kepuasan Pelanggan, sedangkan 37,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, hasil penelitian menegaskan bahwa keberhasilan penerapan QRIS dalam meningkatkan kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh aspek teknologi dan kemudahan penggunaannya, tetapi juga oleh kualitas layanan serta manfaat nyata yang dirasakan pelanggan selama proses transaksi.

VI. REFERENSI

- Adolph, R. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Qris (Quick Response Code Indonesian Standard) Sebagai Transaksi Pembayaran Terhadap Minat Wirausahawan Dalam Menggunakan Qris Dalfa. *Wahana Pendidikan*, 10(14), 1–23.
- Bank Indonesia. (2019). Bicara: Majalah Bank Indonesia Edisi 78. *Bicara*, 78, Hlm.18. <https://www.bi.go.id/Id/Edukasi-Perlindungan-Konsumen/Bicara.aspx>
- Cristina M Manurung, Jelita Novianma Sipahutar, Afina Charolin, Zaki Edi Saputra, & Hasyim Hasyim. (2024). Efektivitas Program Q-Ris (Quick Response Code Indonesian Standard) Oleh Bank Indonesia Dalam Meningkatkan Transaksi Non-Tunai. *Global Leadership Organizational Research In Management*, 2(3), 68–88. <https://doi.org/10.59841/Glory.V2i3.1310>
- Dan, R., Sari, A. R., Si, M., Ed, C., Husnawati, H. Al, Pd, S. I., & Pd, M. (N.D.). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Davis, F. D. (2013). *Information Technology Introduction*. 13(3), 319–340.
- Fred D. Davis, Richard P. Bagozzi, & Paul R. Warshaw. (1989). User Acceptance Of Computer Technology: A Comparison Of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–989.

- Gunarsih, T., & Dyah Febriyani. (2025). Apakah Trust Memdiiasi 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>
- Hamim, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Kepercayaan Terhadap Impulse Buying Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pada Santri Pengguna Aplikasi E-Wallet Di Pondok Pesantren Al-Barokah Ponorogo. *Institut Agama Islam Negeri Ponorogo 2023*, 1–152.
- Indrawati, B. (2022). Dan Kepuasan Konsumen Dinas Kesehatan Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Bakti Farmasi*, (1), 45–52.
- Mensah, J., Oppong, P. K., & Addae, M. (2022). Effect Of Packaging On Perceived Quality And Brand Loyalty: The Mediating Role Of Brand Association In Over-The-Counter Market. *Open Journal Of Business And Management*, 10(01), 297–313. <https://doi.org/10.4236/Ojbm.2022.101018>
- Munawwaroh, A., & Rahmawati, F. (2026). *The Influence Of Service Quality And Excellent Service On Student Satisfaction Of Qris Users At Culinary Msmes In Unesa*. 5(2), 243–250.
- Parasuraman, A., Details, P. Author, & ; Zeithaml, Valarie A; Berry, L. L. (2017). Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perc - Proquest. *Journal Of Retailing*, 9(10), 1–13. <https://www.proquest.com/openview/7d007e04d78261295e5524f15bef6837>
- Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). Kualitas Pelayanan. *Journal Geej*, 7(2), 12–24.
- Ramadhan, R., & Afandi, A. (2025). Effectiveness Of Using Qris Payment As A Digital Payment. *Indonesian Interdisciplinary Journal Of Sharia Economics (Iijse)*, 8(2), 4371–4387. <https://e-journal.uac.ac.id/index.php/Iijse/article/view/6750>
- Ramdani, A. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pada Cafe Thsub Melalui Pendekatan Service Quality. *Jurnal Mahasiswa Teknik Industri*, 01(01), 70–76.
- Ritchie, E. (2012). Amanda. *Still Going Strong: Memoirs, Stories, And Poems About Great Older Women*, Viii(1), 183–196. <https://doi.org/10.4324/9780203725924-35>
- Salsabila, K. C., & Herawati, W. (2026). Pengaruh Transaksi Digital Dan Kemudahan Penggunaan Qris Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). *Riggs: Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business*, 4(4), 11315–11324. <https://doi.org/10.31004/Riggs.V4i4.5446>
- Setya Budi, A. D. A., Septiana, L., & Panji Mahendra, B. E. (2024). Memahami Asumsi Klasik Dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam Tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, Dan Autokorelasi Dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(01), 01–11. <https://doi.org/10.58812/Jmws.V3i01.878>
- Singgih Priambodo, & Bulan Prabawani. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/Jiab/article/view/11294>
- Tandilino, E. V., Widada, D., & Sitania, F. D. (2023). (Journal Of Industrial And Manufacture Engineering). *Jime (Journal Of Industrial And Manufacture Engineering)*, 5(1), 30–40.