

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP PREFERENSI
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN QRIS
DI TOKO BOLABARU TOYS SIDRAP**

Mukarramah¹, Pratiwi Ramlan², Andi Riska Andreani Syafaruddin⁴,
Rahman Yakub⁵

¹⁻⁵Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang
karmamukarramah03@gmail.com

ABSTRACT

Digital technology development has transformed public financial transaction patterns toward non-cash payment systems. One of the innovations developed by Bank Indonesia is QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard), which facilitates payment processes through a single standardized QR code. This study aims to examine the effect of perceived ease of use on consumer preferences in using QRIS at Bolabaru Toys Store in Sidrap. Data analysis was conducted using simple linear regression to test the effect of the independent variable (ease of use) on the dependent variable (consumer preference) using SPSS 2021. The results show that ease of use has a positive and significant effect on consumer preferences in using QRIS. Based on the t-test results, the calculated t-value is greater than the t-table value and the significance value is less than 0.05, indicating that H0 is rejected and H1 is accepted. Therefore, ease of use is proven to have a significant influence on consumer preferences in using QRIS at Bolabaru Toys Store in Sidrap. The higher the level of perceived ease, the greater the likelihood that consumers will choose, reuse, and recommend QRIS as a payment method.

Keywords: Ease of Use, Consumer Preference, Digital Payment, Bolabaru Toys Store

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola transaksi keuangan masyarakat menuju sistem pembayaran non-tunai. Salah satu inovasi yang dikembangkan oleh Bank Indonesia adalah QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) yang memudahkan proses pembayaran melalui satu standar kode QR. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS di Toko Bolabaru Toys Sidrap. Analisis data dilakukan dengan regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh variabel independen (kemudahan penggunaan) terhadap variabel dependen (preferensi konsumen) menggunakan aplikasi SPSS 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS. Berdasarkan hasil uji t diperoleh bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel dan nilai

signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, kemudahan penggunaan terbukti memiliki pengaruh nyata terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS di Toko Bolabaru Toys Sidrap. Semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk memilih, menggunakan kembali, dan merekomendasikan QRIS sebagai alat pembayaran.

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan, Preferensi Konsumen, Pembayaran Digital, Toko Bolabaru Toys

A. Pendahuluan

Teknologi digital telah mengubah cara masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan menuju sistem pembayaran non-tunai yang lebih cepat, mudah, dan aman. Tren ini terlihat di berbagai negara seperti Tiongkok melalui Alipay dan WeChat Pay serta India dengan Unified Payments Interface (UPI), yang mampu meningkatkan inklusi keuangan dan efisiensi ekonomi (Priambodo, Raya, & Yuniawati, 2022). Di Indonesia, perubahan ini ditandai dengan peluncuran QRIS oleh Bank Indonesia pada tahun 2019 sebagai standar nasional pembayaran berbasis kode QR (Sari, 2024). QRIS tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga membuka peluang bagi UMKM untuk berkembang di era digital. Meskipun pengguna QRIS terus meningkat, adopsinya masih menghadapi kendala seperti

rendahnya literasi digital, serta persepsi konsumen terhadap kemudahan penggunaan (Bagraff & Riyanto, 2024).

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam menentukan preferensi konsumen terhadap suatu teknologi. Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan pengguna bahwa suatu sistem dapat digunakan tanpa usaha yang besar, sementara preferensi konsumen berkaitan dengan kecenderungan memilih berdasarkan pengalaman dan kepuasan sebelumnya (Bua'a, 2015; Assael, 1995). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS (Saifudin et al., 2025), serta mendorong peralihan dari pembayaran tunai ke non-tunai (Indrayani, 2022). Selain itu, konsumen yang merasa nyaman dan

puas cenderung akan terus menggunakan suatu layanan (Shofura & Rahmayanti, 2024). Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada masyarakat perkotaan dengan literasi digital tinggi, sehingga kajian di daerah semi-perkotaan seperti Sidrap masih terbatas.

Hasil observasi di Toko Bolabaru Toys Sidrap menunjukkan bahwa transaksi masih didominasi pembayaran tunai dan transfer bank, serta belum tersedianya fasilitas QRIS. Kondisi ini dipengaruhi oleh rendahnya penggunaan QRIS oleh konsumen (Syahlan et al., 2024), keterbatasan literasi digital, serta persepsi pemilik usaha terkait kerumitan dan biaya penggunaan QRIS. Padahal, QRIS menawarkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam transaksi, serta biaya yang relatif terjangkau bagi pelaku usaha (Kartika Cahyaning & Arum Puspawati, 2024). Menurut Technology Acceptance Model (TAM), kemudahan penggunaan akan meningkatkan kecenderungan konsumen untuk mengadopsi suatu teknologi (Davis, 1989), sehingga persepsi terhadap kemudahan QRIS diduga memengaruhi preferensi konsumen dalam memilih metode pembayaran tersebut (Safari &

Riyanti, 2023). Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS di Toko Bolabaru Toys Sidrap.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survei yang bertujuan untuk mengukur hubungan antara kemudahan penggunaan dan preferensi konsumen. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden (Fajar et al., 2025). Menurut Sugiyono (2016), penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme dengan analisis data statistik untuk menguji hipotesis. Penelitian dilaksanakan di Toko Bolabaru Toys yang berlokasi di Jalan AP. Pettarani No. 34 Rappang, Kecamatan Panca Rijang, Kabupaten Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan, selama periode November hingga Januari 2026.

Populasi dalam penelitian ini termasuk populasi tak terhingga karena jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive

sampling, yaitu memilih responden yang relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2022). Kriteria responden meliputi konsumen yang pernah berbelanja di Toko Bolabaru Toys Sidrap serta mengetahui dan pernah menggunakan QRIS. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 90% ($Z=1,64$), proporsi 0,5, dan margin of error 10%, sehingga diperoleh 67 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden untuk meningkatkan keandalan data.

Pengumpulan data dilakukan secara sistematis menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner yang diukur dengan skala nominal dan skala Likert (Nazir, 2021). Skala nominal digunakan untuk mengelompokkan data, sedangkan skala Likert digunakan untuk mengukur sikap dan persepsi responden. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan aplikasi SPSS 2021 untuk menghasilkan kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik analisis data, yaitu analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linear sederhana, serta uji t. Analisis

deskriptif digunakan untuk menggambarkan data dari variabel kemudahan penggunaan dan preferensi konsumen berdasarkan hasil kuesioner, tanpa membuat generalisasi (Sugiyono, 2019). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap kemudahan penggunaan QRIS serta kecenderungan preferensi mereka, sekaligus menjadi dasar untuk analisis lanjutan.

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten. Validitas menunjukkan ketepatan alat ukur dalam mengungkapkan data sesuai tujuan penelitian (Sugiyono, 2019), sedangkan reliabilitas menunjukkan konsistensi hasil pengukuran (Arikunto, 2016). Uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, di mana instrumen dinyatakan reliabel jika nilai $\alpha > 0,60$.

Selanjutnya, analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh kemudahan penggunaan terhadap preferensi konsumen (Sugiyono, 2019). Pengujian hipotesis

dilakukan dengan uji t untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Kriteria pengujian ditentukan berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel atau nilai signifikansi 0,05. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan definisi operasional variabel sebagai dasar untuk mengukur indikator-indikator yang dapat diamati secara empiris.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan Hasil

Uji Validitas Dan Realibilitas

1). Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.

Tabel 1.4 Hasil Uji Validitas Variabel

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1	0,609	0,240	Valid
X2	0,540	0,240	Valid
X3	0,639	0,240	Valid
X4	0,548	0,240	Valid
X5	0,616	0,240	Valid
X6	0,571	0,240	Valid
X7	0,591	0,240	Valid
X8	0,531	0,240	Valid
X9	0,486	0,240	Valid
X10	0,438	0,240	Valid
X11	0,652	0,240	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 21, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment* terhadap

67 responden, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,240 pada taraf signifikansi 5% dengan derajat bebas (df) sebesar 65. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Kemudahan Penggunaan (X1–X11) memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel, dengan rentang nilai antara 0,438 hingga 0,652. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan memiliki tingkat korelasi yang cukup hingga kuat terhadap skor total variabel.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada variabel Kemudahan Penggunaan dinyatakan valid, karena mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara tepat dan signifikan. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan pada variabel ini layak digunakan sebagai instrumen dalam penelitian dan dapat dilanjutkan pada tahap analisis berikutnya.

Tabel 1.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0,694	0,240	Valid
Y2	0,540	0,240	Valid
Y3	0,629	0,240	Valid
Y4	0,562	0,240	Valid
Y5	0,656	0,240	Valid
Y6	0,608	0,240	Valid
Y7	0,591	0,240	Valid
Y8	0,536	0,240	Valid
Y9	0,563	0,240	Valid
Y10	0,432	0,240	Valid
Y11	0,677	0,240	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 21

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment* terhadap 67 responden, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,240 pada taraf signifikansi 5% dengan derajat bebas (df) sebesar 65. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Preferensi Komsumen (Y1–Y11) memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel, dengan rentang nilai antara 0,432 hingga 0,694. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan memiliki tingkat korelasi yang cukup hingga sangat kuat terhadap skor total variabel.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada variabel Preferensi Komsumen dinyatakan valid, karena mampu mengukur konstruk variabel yang diteliti secara tepat dan signifikan. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan pada variabel ini layak digunakan sebagai instrumen

penelitian dan dapat dilanjutkan pada tahap analisis berikutnya.

2). Uji Reliabilitas

Tabel 1.6 Hasil Uji Reabilitas

<i>Reliability Statistics</i>		
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items</i>	<i>N of Items</i>
0,878	0,879*	24

Sumber: Data diolah SPSS, 21

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,878 dan nilai Cronbach's Alpha Based on Standardized Items sebesar 0,879 dengan jumlah item sebanyak 24 butir pernyataan. Nilai tersebut menunjukkan tingkat konsistensi internal yang sangat tinggi. Menurut kriteria reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70. Dengan demikian, nilai yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki tingkat keandalan yang sangat baik dalam mengukur variabel yang diteliti. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha Based on Standardized Items yang hampir sama dengan nilai Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan skala pengukuran yang signifikan antar

item, sehingga konsistensi instrumen tetap terjaga.

Keterangan:

b = koefisien regresi

SE_b = standar error dari koefisien regresi

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana yang diolah melalui IBM SPSS Statistics, diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel Prefrensi Komsumen sebesar 0,968 dengan nilai t hitung sebesar 34,849 dan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwa variabel Preferensi Komsumen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kemudahan Penggunaan. Selain itu, jika dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,997 (df = 65; α = 0,05), maka nilai t hitung yang diperoleh jauh lebih besar, sehingga semakin memperkuat bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik.

Nilai koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Preferensi Komsumen dan Kemudahan Penggunaan bersifat searah, yang berarti setiap peningkatan pada variabel Preferensi Komsumen akan diikuti dengan peningkatan pada variabel Kemudahan Penggunaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 1.11 Uji Parsial (Uji t)

Model		Coefficients ^a			t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Lower Bound	Upper Bound
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	,993	1,330		,746	,458	-1,664	3,650
	TOTAL_Y	,968	,028	,974	34,849	,000	,912	1,023

a. Dependent Variable: TOTAL_X

Sumber : Olah data Regression IBM SPSS Statistics, 21

Menurut Imam Ghozali (2018:123), uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk mengetahui apakah kemudahan penggunaan (X) berpengaruh terhadap preferensi konsumen (Y). Pengujian dilakukan menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics dengan rumus uji t

Keterangan:

Rumus uji t:

$$t = \frac{b}{SE_b}$$

variabel Preferensi Komsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kemudahan Penggunaan.

Tabel 1.12 Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1439,973	1	1439,973	1214,430	,000 ^b
Residual	77,072	65	1,186		
Total	1517,045	66			

a. Dependent Variable: TOTAL_X

b. Predictors: (Constant), TOTAL_Y

Sumber : Olah data scale IBM SPSS Statistics 21

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) melalui tabel ANOVA yang diolah menggunakan IBM SPSS Statistics, diperoleh nilai F hitung sebesar 1214,430 dengan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah signifikan. Selain itu, jika dibandingkan dengan nilai F tabel pada taraf signifikansi 5% dengan derajat bebas $df_1 = 1$ dan $df_2 = 65$, maka nilai F hitung jauh lebih besar dari F tabel ($\pm 3,99$). Hal ini semakin memperkuat bahwa variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Preferensi Komsumen secara bersama-sama (dalam model regresi) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kemudahan Penggunaan,

sehingga model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel yang diteliti.

Tabel 1.13 Hasil Pengujian Adjusted R
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,974 ^a	,949	,948	1,089

a. Predictors: (Constant), TOTAL_Y

Sumber : Olah data scale IBM SPSS Statistics 21

Berdasarkan hasil analisis regresi yang diolah menggunakan IBM SPSS Statistics, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,974, yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Preferensi Komsumen dan Kemudahan Penggunaan berada pada kategori sangat kuat. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan yang erat antara variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,949 menunjukkan bahwa sebesar 94,9% variasi pada variabel Kemudahan Penggunaan dapat dijelaskan oleh variabel Preferensi Komsumen, sedangkan sisanya sebesar 5,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,948 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan sampel, kemampuan model dalam

menjelaskan variabel dependen tetap berada pada tingkat yang sangat tinggi.

Sementara itu, nilai Std. Error of the Estimate sebesar 1,089 menunjukkan tingkat kesalahan prediksi yang relatif kecil, sehingga model regresi yang digunakan memiliki tingkat akurasi yang baik dalam memprediksi variabel dependen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memiliki tingkat kekuatan hubungan yang sangat tinggi serta kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan pengaruh variabel *Prefrensi* *Komsumen* terhadap *Kemudahan Penggunaan*

Pembahasan

Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan dalam penelitian ini diukur melalui beberapa indikator, yaitu mudah dipelajari (*easy to learn*), mudah dioperasikan (*controllable*), mudah diakses (*flexible*), tidak rumit (*easy to use*), serta efisien. Berdasarkan distribusi jawaban responden, mayoritas memberikan penilaian positif terhadap indikator-indikator tersebut, yang menunjukkan bahwa QRIS dianggap sebagai sistem pembayaran yang sederhana dan tidak memerlukan usaha yang besar dalam

penggunaannya. Tingginya persepsi kemudahan penggunaan ini dapat dijelaskan oleh karakteristik QRIS yang memungkinkan konsumen melakukan transaksi hanya dengan memindai kode QR melalui perangkat *smartphone*. Proses ini dinilai lebih praktis dibandingkan metode pembayaran konvensional seperti tunai atau transfer manual. Selain itu, kemudahan akses melalui berbagai aplikasi *mobile banking* maupun dompet digital juga menjadi faktor pendukung yang memperkuat persepsi positif konsumen terhadap QRIS.

Hasil ini sesuai dengan teori *Technology Acceptance Model (TAM)* yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan memengaruhi penerimaan teknologi. Temuan ini juga konsisten dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS. Semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan, maka semakin tinggi preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dalam penelitian ini, variabel kemudahan penggunaan (*Perceived*

Ease of Use) memperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 47,12, yang menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap kemudahan penggunaan QRIS berada pada kategori tinggi. Nilai ini mengindikasikan bahwa sebagian besar konsumen Toko Bolabaru Toys Sidrap menilai bahwa sistem pembayaran QRIS mudah dipahami dan digunakan dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

b. Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen dalam penelitian ini diukur melalui beberapa indikator, antara lain keinginan untuk menggunakan QRIS, kecenderungan untuk menggunakan kembali dalam transaksi berikutnya, serta kesediaan untuk merekomendasikan penggunaan QRIS kepada orang lain. Berdasarkan hasil distribusi jawaban responden, mayoritas menunjukkan penilaian yang tinggi terhadap indikator-indikator tersebut, yang mencerminkan adanya penerimaan yang baik terhadap sistem pembayaran digital ini. Tingginya preferensi konsumen terhadap penggunaan QRIS tidak terlepas dari berbagai kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan, seperti kecepatan transaksi, efisiensi waktu, serta

kemudahan dalam penggunaan. QRIS memungkinkan konsumen melakukan pembayaran hanya dengan memindai kode QR melalui perangkat smartphone, sehingga proses transaksi menjadi lebih praktis dibandingkan metode pembayaran konvensional. Selain itu, penggunaan QRIS juga memberikan kemudahan dalam pencatatan transaksi secara otomatis melalui aplikasi, yang dapat membantu konsumen dalam mengelola keuangan mereka.

Secara teoritis, preferensi konsumen merupakan kecenderungan individu dalam memilih suatu produk atau layanan berdasarkan persepsi dan pengalaman yang dimiliki. Dalam konteks penelitian ini, preferensi konsumen terhadap QRIS dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, di mana semakin mudah sistem tersebut digunakan, maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk memilih dan menggunakannya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa preferensi konsumen terhadap penggunaan QRIS di Toko Bolabaru Toys Sidrap berada pada kategori tinggi dan menunjukkan adanya penerimaan

yang baik terhadap sistem pembayaran digital.

meningkatkan kecenderungan konsumen untuk memilih QRIS.

c. Keterkaitan Hasil Regresi

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, diketahui bahwa variabel kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) memiliki pengaruh positif terhadap preferensi konsumen. Jika ditinjau lebih lanjut berdasarkan indikator-indikator kemudahan penggunaan, maka keterkaitan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Mudah dipelajari (*easy to learn*)

Konsumen merasa QRIS dapat dipahami dengan cepat tanpa memerlukan proses belajar yang rumit. Hal ini mendorong konsumen untuk mencoba dan akhirnya meningkatkan preferensi mereka terhadap penggunaan QRIS.

2. Mudah dioperasikan (*controllable*)

Menunjukkan bahwa konsumen dapat menggunakan QRIS dengan mudah tanpa mengalami kesulitan teknis. Kemudahan dalam proses pembayaran, seperti hanya dengan memindai kode QR, memberikan pengalaman positif yang

3. Fleksibilitas (*flexible*)

QRIS dapat digunakan kapan saja dan melalui berbagai aplikasi pembayaran. Fleksibilitas ini memberikan kenyamanan bagi konsumen, sehingga memperkuat preferensi mereka terhadap sistem pembayaran digital.

4. Tidak rumit (*easy to use*)

QRIS tidak memerlukan prosedur yang kompleks. Kesederhanaan dalam penggunaan ini membuat konsumen merasa lebih nyaman dan tidak terbebani, sehingga meningkatkan minat penggunaan.

5. Efisiensi

QRIS mampu mempercepat proses transaksi dan menghemat waktu. Efisiensi ini menjadi nilai tambah yang signifikan bagi konsumen, sehingga mendorong mereka untuk lebih memilih QRIS dibandingkan metode pembayaran lainnya.

Hasil regresi menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki hubungan yang positif terhadap preferensi konsumen. Artinya, peningkatan kemudahan penggunaan akan meningkatkan preferensi konsumen. Kemudahan penggunaan

merupakan faktor utama dalam meningkatkan penggunaan QRIS.

d. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Preferensi Konsumen dalam Menggunakan QRIS pada Toko Bolabaru Toys Sidrap, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS di Toko Bolabaru Toys Sidrap. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan oleh konsumen, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka dalam memilih, menggunakan, dan mempertahankan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran.
2. Preferensi konsumen terhadap penggunaan QRIS berada pada kategori tinggi, yang ditunjukkan oleh nilai rata-rata sebesar 47,66. Hal ini

menunjukkan bahwa konsumen memiliki kecenderungan positif terhadap penggunaan QRIS. Namun demikian, meskipun preferensi konsumen tergolong tinggi, intensitas penggunaan QRIS masih berada pada kategori “kadang-kadang”.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelita Ika, Dkk. (2025). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan Dan Keamanan Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Qris Sebagai Sistem Pembayaran Non Tunai. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(5), 1077–1088. <https://doi.org/10.53625/Juremi.V4i5.9950>
- Anggraini, M. S., Anggraeni, E., & Nurhayati. (2024). Pengaruh Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Pelaku Usaha Pada Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital Dalam Persepektif Bisnis Syariah (Studi Pada UMKM Di Bandar Lampung) Berbasis Shared Delivery Channel Yang Digunakan Untuk Men. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(3), 160–174.
- Bagraff, H. A., & Riyanto, A. R. (2024). Dampak Transaksi Non-Tunai Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia: Perspektif

- Fiqih Muamalah. Jurnal Hukum Islam Dan Ekonomi, 9.
- Calya Dini Daniswara, D. (2025). Dampak Penggunaan Qris, Persepsi Kemudahan Dan Risiko Keamanan Dengan Variabel Mediasi User Experience Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Di Resto Tom Sushi. *Manajemen*, 5(1), 140–152. <https://doi.org/10.51903/Manajemen.V5i1.962>
- Chairunnisa, S. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Bertransaksi Menggunakan Layanan Pembayaran Digital QRIS (Studi Kasus Pada Genbi Komisariat Universitas Medan Area), 1–74. Retrieved From <https://Repository.Uma.Ac.Id/Jspui/Bitstream/123456789/19721/1/188320131-SilviraChairunnisa-Fulltext.Pdf>
- Davis, F. D. (1989). Kegunaan Yang Dirasakan, Kemudahan Penggunaan Yang Dirasakan, Dan Penerimaan Pengguna Terhadap Teknologi Informasi. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Fajar, M., Tamrin, M., Riska, A., & Syafaruddin, A. (2025). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Delifa Space Self-Photostudio Kabupaten Sidenreng Rappang, 9, 572–579.
- Hendarsyah, D. (2022). Perilaku Konsumen (Perilaku Konsumen). *Cv Budi Utama*, 5 No.(September), 5–299. Retrieved From https://www.academia.edu/37610166/Perilaku_Konsumen_Perilaku_Konsumen_Makalah_Perilaku_Konsumen
- Ischak, W. I., Badjuka, B. Y., & Zulfiayu. (2019). Modul metode Ilmiah, 12, 99–147.
- Isti Puji Hastuti. (2010). Isti Puji Hastuti Abstract. *Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian*, 2(1), 43–56.
- Kartika Cahyaning, E., & Arum Puspawati, R. (2024). Systematic Literature Review (SLR): Efektivitas Penggunaan QRIS Sebagai Alat Transaksi. *Ratio: Reviu Akuntansi Kontemporer Indonesia*, 5(2). <https://doi.org/10.30595/Ratio.V5i2.21989>
- Khairunnisak, S. (2021). Pengaruh Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Produk Pasta Gigi Pepsodent Di STIE Pembangunan Kota Tanjungpinang.
- Luthfiyah, M. F. (2017). Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif,

- Tindakan Kelas Dan Studi Kasus, (November), 26.
- Muis, Y. R., Santi, I. N., Bachri, S., & Asriadi, A. (2024). Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Keputusan Bertransaksi Non Tunai Menggunakan Qris. *Jurnal Inovasi Bisnis Indonesia (JIBI)*, 1(4), 173–185. <https://doi.org/10.61896/jibi.v1i4.49>
- Muniarty, P., Dwiriansyah, M. S., Wulandari, W., Rimawan, M., & Ovriyadin, O. (2023). Efektivitas Penggunaan QRIS Sebagai Alat Transaksi Digital Di Kota Bima. *Owner*, 7(3), 2731–2739. <https://doi.org/10.33395/Owner.v7i3.1766>
- Priambodo, A., Raya, U. T., & Yuniawati, R. I. (2022). *Indonesia*.
- Safitri, E. E. (2020). Preferensi Masyarakat Terhadap Makanan Lokal Di Desa Mulyodadi Kecamatan Bambanglipuro Kabupaten Bantul. *Skripsi Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta*, 8–41.
- Saifudin, F., Satriawan, B., Amali, I., Eko, M., & Kalla, Z. (2025). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan, 3(2), 256–266.
- Sari, I. (2024). Adopsi Qris (Quick Response Code Indonesian Standard) Melalui Strategi Peningkatan Literasi Keuangan Para Pelaku Umkm Di Kota Solo. *Peningkatan Literasi*, 1, 1–106. Retrieved From [Http://Repository.Unissula.Ac.Id/Id/Eprint/35108%0Ahttp://Repository.Unissula.Ac.Id/35108/1/MagisterManajemen_20402300113_Fullpdf.Pdf](http://Repository.Unissula.Ac.Id/Id/Eprint/35108%0Ahttp://Repository.Unissula.Ac.Id/35108/1/MagisterManajemen_20402300113_Fullpdf.Pdf)
- Shofura, A. S., & Rahmayanti, D. (2024). Preferensi Konsumen Terhadap Penggunaan Aplikasi E-Wallet OVO (Studi Kasus Pada Generasi Z Bengkulu), 07.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Syahlan, Z., Ramlan, P., Riska, A., & Syafaruddin, A. (2024). Analisis Penerapan Digital Marketing Terhadap Minat Beli, 18(1), 332–343.
- Thalha Alhamid Dan Budur Anufia. (1385). Instrumen Pengumpulan Data, 17, 302.
- Tony Sitinjak, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.

Wardhani, D. (2021). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 6(1), 45–63.
<https://doi.org/10.29244/Jmo.V6i1.12183>

Yakub, M. S. M. R. P. R. R. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Penjualan Gula Semut Cenreanging Di.