

**PENGARUH PENGGUNAAN QRIS TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN AYAM PENYET
MAS BAIDHOWI**

SKRIPSI

**OLEH:
NENNY JULIANA PURBA
228150118**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2026**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 24/7/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)24/7/26

**PENGARUH PENGGUNAAN QRIS TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN AYAM PENYET
MAS BAIDHOWI**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Strata 1 (S1) di Fakultas Teknik

Universitas Medan Area

OLEH:

NENNY JULIANA PURBA

228150118

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2026**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 24/7/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)24/7/26

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Qris Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas
Pelanggan Ayam Penyet Mas Baidhowi
Nama : Nenny Juliana Purba
NPM : 228150118
Fakultas /Prodi : Teknik/Teknik Industri

Disetujui Oleh :
Dosen Pembimbing



Sutrisno, S.T., M.T
NIDN : 0102027302

Mengetahui :

Dekan Fakultas Teknik



Dr. Endang Priatno, S.T., M.T
NIDN: 0102027402

Ketua Program Studi



Dr. Ir. Chalis Fajri Hasibuan S.T., M.Sc
NIDN : 0110068801

Tanggal Lulus : 09 April 2026

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nenny Juliana Purba

NPM : 228150112

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana ialah hasil karya tulis saya sendiri. Terdapat bagian-bagian tertentu dalam pembuatan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sejalan melalui norma, kaidah, serta etika pembuatan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh serta sanksi-sanksi lainnya melalui peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 09 April 2026



Nenny Juliana Purba

228150118

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nenny Juliana Purba

NPM : 228150118

Program Studi : Teknik Industri

Fakultas : Teknik

Jenis Karya : Skripsi

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk diberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh Penggunaan Qris Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Ayam Penyet Mas Baidhowi. Dengan Hak Royalti Non-eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 09 April 2026



Nenny Juliana Purba

228150118

ABSTRAK

NENNY JULIANA PURBA (228150118). Pengaruh Penggunaan Qris Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Ayam Penyet Mas Baidhowi. Dibimbing oleh Sutrisno, ST, MT.

Rumah Makan Ayam Penyet Mas Baidhowi di Medan telah menerapkan sistem pembayaran QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) sejak 2022, namun belum diketahui secara pasti apakah penggunaan QRIS benar-benar meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penggunaan QRIS terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di rumah makan tersebut. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Sampel sebanyak 96 responden ditetapkan menggunakan rumus *Limeshow* (kepercayaan 95%, *margin error* 5%) melalui teknik *purposive sampling*. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner Google Formulir berskala Likert (1–5) dengan 30 butir pernyataan yang mencakup tiga variabel: penggunaan QRIS (X), kepuasan pelanggan (Y1), dan loyalitas pelanggan (Y2). Analisis data menggunakan SPSS 22 meliputi uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier sederhana, koefisien determinasi (R^2), dan uji T parsial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($t_{hitung} = 6.603 > t_{tabel} 1,661$; $sig = 0,000 < 0,05$; $R^2 = 56,3\%$). Sementara itu, penggunaan QRIS tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan ($t_{hitung} = 1,896 > t_{tabel} 1,661$; $sig = 0,066 > 0,05$; $R^2 = 19,2\%$), yang berarti H_0 diterima karena loyalitas pelanggan lebih banyak dipengaruhi faktor lain seperti kualitas makanan, harga, dan pelayanan. Penelitian ini membuktikan bahwa QRIS meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, sehingga dapat menjadi rekomendasi strategis bagi UMKM kuliner dalam meningkatkan kualitas layanan berbasis digital.

Kata Kunci: QRIS; Kepuasan Pelanggan; Loyalitas Pelanggan; UMKM

ABSTRACT

NENNY JULIANA PURBA (228150118). *The Effect Of Qris Use On Customer Satisfaction And Loyalty Of Ayam Penyet Mas Baidhowi*. Supervised by Sutrisno, ST, MT

Ayam Penyet Mas Baidhowi Restaurant in Medan has implemented the QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) payment system since 2022. However, it remains uncertain whether QRIS usage actually improves customer satisfaction and loyalty. This study aims to analyze the effect of QRIS usage on customer satisfaction and loyalty at the restaurant. A quantitative approach with an explanatory research design was employed. A total of 96 respondents were selected through purposive sampling using the Limeshow formula (95% confidence level, 5% margin of error). Primary data were collected via a Google Forms questionnaire using a Likert scale (1–5) with 30 items covering three variables: QRIS usage (X), customer satisfaction (Y1), and customer loyalty (Y2). Data analysis used SPSS 22, including validity tests, reliability tests, classical assumption tests, simple linear regression, coefficient of determination (R^2), and partial T-tests. Results show that QRIS usage had a positive and significant effect on customer satisfaction ($t \text{ count} = 6.603 > t \text{ table } 1.661$; $\text{sig} = 0.000 < 0.05$; $R^2 = 56,3\%$). In contrast, QRIS usage did not have a significant effect on customer loyalty ($t \text{ count} = 1,896 > t \text{ table } 1.661$; $\text{sig} = 0.066 > 0.05$; $R^2 = 19.2\%$), meaning H_0 is accepted, as customer loyalty is more strongly influenced by other factors such as food quality, price, and service. This study concludes that QRIS usage enhances both customer satisfaction and loyalty, and can serve as a strategic recommendation for culinary MSMEs in improving digital-based service quality.

Keywords: QRIS; Customer Satisfaction; Customer Loyalty; MSMEs

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Adapun judul skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Ayam Penyet Mas Baidhowi”. Skripsi ini disusun berdasarkan data yang didapat dari warung Ayam Penyet Mas Baidhowi guna memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada program studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Medan Area.

Adapun skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan skripsi pada Prodi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Medan Area. Dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini, tidak lepas dari dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam meluangkan waktu dan pikiran. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada Ibu saya tercinta Ibu N.Sihombing terima kasih sudah berusaha menjadi single parent yang kuat dan hebat untuk melanjutkan sisa perjuangan bapak.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc., selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Dr. Eng. Supriatno, S.T., M.T., selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Medan Area.
4. Bapak Dr. Ir. Chalis Fajri Hasibuan, ST., MSc., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Teknik Universitas Medan Area.

5. Bapak Sutrisno, ST., MT., selaku Dosen Pembimbing yang sudah memberi arahan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh dosen pengampu Program Studi Teknik Industri Universitas Medan Area yang sudah memberikan ilmu yang sangat berguna sehingga dapat membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi.
7. Seluruh Staff Administrasi Universitas Medan Area yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan segala urusan berkas-berkas administrasi penulis terutama Bang Ofdy Pramana, S.T selaku IT Program Studi Teknik Industri.
8. Bapak Baidhowi selaku pemilik Warung Ayam Penyet yang sudah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Kepada saudara kandung penulis. Terima kasih atas dorongan, bantuan serta semangat yang diberikan selama ini.
10. Kepada teman-teman aku team Wonder Woman dan Bukan Circle terutama buat Sri Rejeki Munthe dan Yohanna Hutabarat. Terima kasih telah turut ikut serta dalam proses perkuliahan baik sedih maupun bahagia, semoga kita sukses.

Medan, Februari 2026



Nenny Juliana Purba

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Batasan Masalah.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Pembayaran Digital.....	8
2.1.1 Pengertian Pembayaran Digital.....	8
2.1.2 Jenis-Jenis Pembayaran Digital.....	8
2.1.3 Perkembangan Pembayaran Digital di Indonesia.....	9
2.2 <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i>	10
2.2.1 Pengertian QRIS	10
2.2.2. Sejarah dan Latar Belakang QRIS	11
2.2.3 Manfaat dan Keunggulan QRIS	13
2.2.4 Perbandingan QRIS dan Pembayaran Tunai	14
2.2.5 Indikator Penggunaan QRIS.....	15
2.3 Kepuasan Pelanggan	16
2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	16
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	17
2.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan	18

2.3.4 Hubungan Penggunaan QRIS dengan Kepuasan Pelanggan.....	19
2.4 Loyalitas Pelanggan	19
2.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	19
2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	20
2.4.3 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	21
2.4.4 Hubungan Penggunaan QRIS dengan Loyalitas Pelanggan	22
2.5 Uji Instrumen Penelitian.....	22
2.5.1 Uji Validitas	22
2.5.2 Uji Reliabilitas.....	23
2.6 Teknik Analisis Data	24
2.6.1 Analisis Deskriptif.....	24
2.6.2 Uji Asumsi Klasik	25
2.6.3 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	27
2.6.4 Uji Hipotesis.....	27
2.7 SPSS.....	29
2.8 Penelitian Terdahulu	30
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	33
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.3.1 Populasi	34
3.3.2 Sampel	34
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	36
3.4.1 Data Primer	36
3.4.2 Data Sekunder	37
3.5 Defenisi Operasional Variabel.....	37

3.6 Instrumen Penelitian.....	38
3.6.1 Kuesioner	38
3.6.2 Skala Pengukuran	40
3.7 Kerangka Berpikir	41
3.8 Diagram Penelitian	42
3.9 Hipotesis Penelitian.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.2 Karakteristik Responden	45
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	46
4.3 Analisis Deskriptif Variabel	47
4.4 Uji Instrumen Penelitian.....	48
4.4.1 Hasil Uji Validitas	48
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	51
4.5 Uji Asumsi Klasik	52
4.5.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
4.6 Analisis Regresi Linier Sederhana	55
4.7 Uji Hipotesis.....	56
4.7.1 Hasil Uji T (Uji Parsial)	56
4.7.2 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	58
4.8 Pembahasan	59
4.8.1 Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1)	59
4.8.2 Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2)	60
BAB V PENUTUP	62
5.1 Kesimpulan.....	62

5.2 Saran.....	63
LAMPIRAN.....	70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tampilan QRIS	10
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual Penelitian	41
Gambar 3.2 Diagram Penelitian	43



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan QRIS pada Kuartal I 2025	1
Tabel 2.1 Perbandingan QRIS dan Pembayaran Tunai	14
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel Penelitian	38
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Kuesioner	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	48
Tabel 4.4 Hasil Validitas Variabel Pengguna QRIS (X)	49
Tabel 4.5 Hasil Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y1)	49
Tabel 4.6 Hasil Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y2)	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengguna QRIS (X).....	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y1)	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y2)	51
Tabel 4.10 Uji Normalitas Variabel Pengguna QRIS (X) dan	52
Tabel 4.11 Uji Normalitas Variabel Pengguna QRIS (X) dan	53
Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas Variabel Pengguna QRIS (X)	54
Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas Variabel Pengguna QRIS (X) dan.....	54
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Pengguna QRIS (X) dan	55
Tabel 4.15 Analisis Regresi Linear Pengguna QRIS(X) dan	56
Tabel 4.16 Uji T Pengguna QRIS (X) dan	57
Tabel 4.17 Uji T Pengguna QRIS (X) dan Loyalitas Pelanggan (Y2)	57
Tabel 4.18 Analisis Koefisien Determinasi Pengguna QRIS (X) dan	58
Tabel 4. 19 Analisis Koefisien Determinasi Pengguna QRIS (X) dan	58

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital yang semakin cepat telah mengubah cara orang melakukan pembayaran. Salah satu inovasi yang diluncurkan oleh Bank Indonesia adalah *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), yang dirancang untuk memudahkan dan mempercepat transaksi non-tunai. QRIS merupakan standar *QR Code* untuk pembayaran melalui aplikasi uang elektronik *server based*, dompet elektronik, atau *mobile banking*, yang telah resmi diaktifkan sejak 1 Januari 2020.

Tabel 1.1 Pertumbuhan QRIS pada Kuartal I 2025

Indikator	Kuartal I 2024	Kuartal I 2025
Volume Transaksi	374 juta	2,6 miliar
Nilai Transaksi	Rp105 triliun	Rp262,1 triliun
Jumlah Pengguna	48 juta	56,3 juta
Jumlah Merchant	32 juta	38,1 juta

Sumber: Asosisasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), 5(Dwita, 2025)

Pada Tabel 1.1 Bank Indonesia mencatat, volume transaksi QRIS pada Kuartal I 2025 mencapai 2,6 miliar transaksi meningkat drastis dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Selain itu, jumlah pengguna dan merchant QRIS juga terus mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa

QRIS telah diterima secara luas oleh masyarakat dan pelaku usaha, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Rumah Makan Ayam Penyet Mas Baidhowi adalah sebuah usaha mikro di bidang kuliner yang menyajikan ayam penyet sebagai menu utamanya dan berlokasi di Jalan Sekip, Medan. Dalam menjalankan usahanya, rumah makan ini menyediakan layanan makan di tempat dan menerima pembayaran dari konsumen setelah mereka menikmati hidangan. Sejak tahun 2022, rumah makan ini mulai menerapkan sistem pembayaran digital melalui QRIS untuk memberikan kemudahan kepada pelanggan. Namun, pihak rumah makan menghadapi beberapa permasalahan terkait implementasi QRIS ini. Pertama, pihak rumah makan belum mengetahui secara pasti apakah penggunaan QRIS benar-benar meningkatkan kepuasan pelanggan atau justru menimbulkan masalah baru. Kedua, masih banyak pelanggan yang lebih memilih menggunakan uang tunai dalam bertransaksi, yang menunjukkan adanya kesenjangan antara teknologi yang tersedia dan preferensi pelanggan. Ketiga, pemilik rumah makan belum memiliki data yang jelas apakah kemudahan pembayaran melalui QRIS berkontribusi terhadap peningkatan kunjungan berulang pelanggan atau justru tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menjadi tantangan bagi Rumah Makan Ayam Penyet Mas Baidhowi untuk optimal memanfaatkan teknologi ini sekaligus menjaga loyalitas pelanggan mereka.

Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa keberadaan teknologi pembayaran digital seperti QRIS belum tentu secara langsung memberikan dampak positif terhadap pengalaman pelanggan. Beberapa pelanggan menganggap QRIS sebagai metode pembayaran yang cepat dan praktis, namun di sisi lain masih

terdapat pelanggan yang mengalami kesulitan dalam penggunaannya. Kondisi ini berpotensi mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat berdampak pada loyalitas pelanggan terhadap suatu usaha. Variabel kepuasan pelanggan biasanya diukur dari segi kemudahan, kecepatan, keamanan, dan kepraktisan, sementara loyalitas (kesetiaan) pelanggan dilihat dari niat mereka buat beli lagi atau merekomendasikan ke orang lain (Anggina, 2023). Karena kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci dalam membangun loyalitas pelanggan. Dalam konteks rumah makan, loyalitas pelanggan dapat dilihat dari niat untuk melakukan kunjungan berulang, merekomendasikan rumah makan kepada orang lain, dan tetap setia meskipun ada banyak pilihan rumah makan lain yang tersedia. Variabel-variabel yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini, adalah penggunaan QRIS sebagai variabel bebas, kepuasan serta loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat.

Penelitian ini, fokus pada hubungan langsung antara penggunaan QRIS, kepuasan, dan loyalitas pelanggan pada UMKM kuliner lokal serta menyajikan data empiris lokal yang dapat menjadi rekomendasi strategis bagi UMKM dalam meningkatkan kualitas layanan berbasis digital. Penelitian ini penting karena mendukung transformasi digital UMKM, yang menjadi fokus program pemerintah. Ini juga memberikan pemahaman mendalam kepada pelaku usaha tentang seberapa efektif QRIS dalam mempertahankan pelanggan, dan menjadi referensi bagi Bank Indonesia untuk memahami perilaku konsumen terkait penggunaan QRIS di level mikro.

Meskipun penggunaan QRIS terus mengalami peningkatan, masih terbatas penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh penggunaan QRIS terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada UMKM kuliner lokal. Oleh karena itu,

penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh penggunaan QRIS terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Rumah Makan Ayam Penyet Mas Baidhowi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran tentang manfaat dan tantangan penggunaan QRIS serta rekomendasi untuk meningkatkan layanan pembayaran digital, sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan loyalitas pelanggan di Rumah Makan Ayam Penyet Mas Baidhowi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang dapat diidentifikasi pada penelitian ini adalah:

1. Apakah penggunaan QRIS berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Ayam Penyet Mas Baidhowi?
2. Apakah penggunaan QRIS berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Ayam Penyet Mas Baidhowi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh penggunaan QRIS terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Ayam Penyet Mas Baidhowi.
2. Menganalisis pengaruh penggunaan QRIS terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Ayam Penyet Mas Baidhowi.

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus, maka dibatasi pada hal-hal berikut:

1. Fokus penelitian hanya pada pelanggan rumah makan ayam penyet Mas Baidhowi yang menggunakan metode pembayaran QRIS.
2. Variabel yang digunakan hanya meliputi penggunaan QRIS, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.
3. Penelitian ini tidak mengkaji faktor lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan dan loyalitas selain penggunaan QRIS.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Rumah Makan
 - a. Penelitian ini memberikan data empiris bagi UMKM dalam pengambilan keputusan terkait inovasi layanan, strategi pemasaran, dan investasi teknologi digital untuk mendukung kepuasan serta loyalitas pelanggan.
 - b. Membantu meningkatkan citra rumah makan sebagai bisnis yang modern, efisien, dan adaptif terhadap tren digital, sehingga dapat menarik segmen pelanggan yang lebih luas.
2. Bagi Institusi
 - a. Memberikan informasi dan evaluasi yang berguna mengenai implementasi QRIS pada usaha kuliner mikro, sebagai bahan untuk pengembangan dan penyempurnaan program digitalisasi pembayaran di sektor UMKM.
 - b. Menjadi bahan studi dan referensi pengembangan kebijakan yang mendukung inklusi keuangan digital dan peningkatan literasi teknologi pembayaran non-tunai di masyarakat.
3. Bagi Mahasiswa

- a. Menambah wawasan dan pengalaman penelitian mengenai penerapan teknologi digital dalam dunia usaha dan perilaku konsumen, khususnya dalam konteks pembayaran digital melalui QRIS.
- b. Sebagai kontribusi akademik yang dapat menjadi dasar pengembangan penelitian lanjutan di bidang sistem informasi, pemasaran digital, dan manajemen bisnis di lingkungan pendidikan tinggi.

1.6 Sistematika Penulisan

Pada penulisan skripsi ini sistematika penulisan disusun sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai pendahuluan yang mencakup latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Uraian pada bab ini adalah kumpulan pustaka yang relevan dengan masalah yang diteliti yang membahas teori-teori yang relevan meliputi pembayaran digital, QRIS, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, penelitian terdahulu, dan hipotesis penelitian.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, sumber dan teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, kerangka berpikir, dan diagram alur penelitian.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, analisis deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi, uji hipotesis, dan pemaparan hasil penelitian yang diperoleh selama pengolahan data untuk menghasilkan kesimpulan.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang memuat ringkasan hasil penelitian dan jawaban atas tujuan penelitian. Selain itu, disampaikan pula saran atau masukan, baik untuk peneliti sendiri maupun untuk peneliti selanjutnya, agar penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang sumber-sumber referensi yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini. Sumber referensi tersebut berupa buku dan jurnal-jurnal penelitian terkait dengan penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pembayaran Digital

2.1.1 Pengertian Pembayaran Digital

Pembayaran digital adalah jenis pembayaran yang menggunakan media elektronik seperti sms banking, internet banking, mobile banking dan dompet elektronik. Seluruh kegiatan tersebut dapat dilakukan hanya dengan menggunakan perangkat elektronik yaitu ponsel pintar (Kartika, 2023). Transaksi menggunakan digital memang terbilang mudah dan praktis selain itu benefit lain dari penggunaan transaksi melalui digital payment ialah adanya promosi-promosi yang didapatkan seperti *cashback*, dan diskon.

2.1.2 Jenis-Jenis Pembayaran Digital

Ada banyak jenis sistem pembayaran digital yang tersedia, masing-masing dengan kelebihan dan kekurangan yang berbeda-beda. Berdasarkan (Khusaeni & Widowati, 2022), terdapat beberapa jenis pembayaran digital yang umum digunakan di Indonesia, antara lain:

1. Kartu Debit dan Kartu Kredit

Instrumen pembayaran berbasis kartu yang diterbitkan oleh bank dan dapat digunakan untuk transaksi di merchant yang memiliki mesin EDC (*Electronic Data Capture*).

2. Dompet Digital (*E-Wallet*):

Aplikasi berbasis smartphone yang menyimpan nilai uang secara digital dan dapat digunakan untuk berbagai transaksi seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay.

3. Transfer Bank Elektronik

Perpindahan dana secara elektronik antar rekening bank melalui layanan internet banking atau mobile banking.

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

Standar nasional pembayaran berbasis kode QR yang ditetapkan Bank Indonesia, memungkinkan berbagai aplikasi pembayaran bertransaksi melalui satu kode QR yang terintegrasi.

2.1.3 Perkembangan Pembayaran Digital di Indonesia

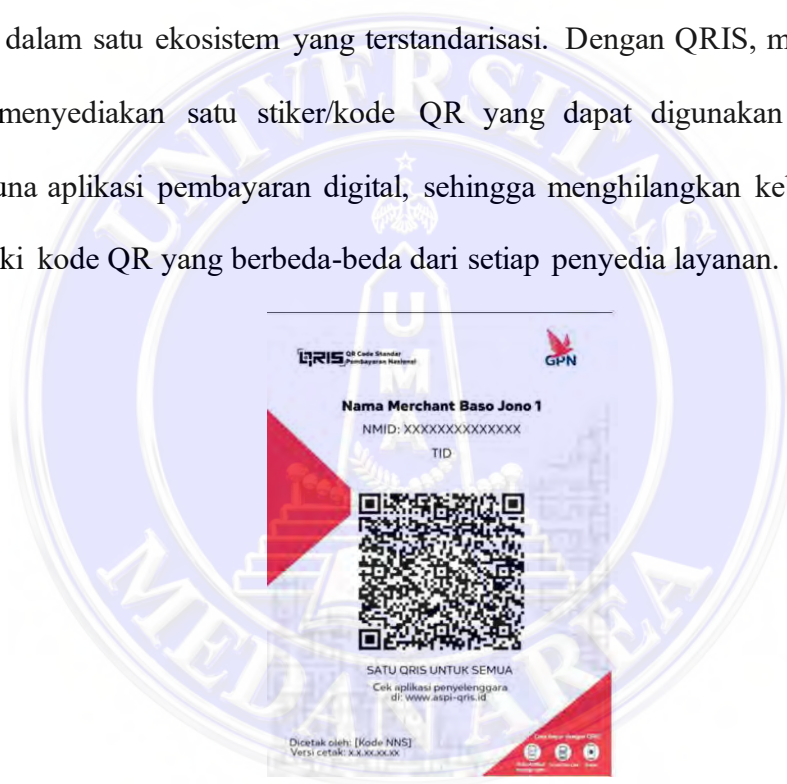
Perkembangan pembayaran digital di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, didorong oleh meningkatnya penetrasi internet, smartphone, dan kesadaran masyarakat terhadap layanan keuangan digital. Bank Indonesia sebagai otoritas sistem pembayaran terus mendorong transformasi digital melalui berbagai kebijakan dan program, termasuk implementasi QRIS sebagai standar pembayaran nasional berbasis kode QR (Bank Indonesia, 2023).

Menurut (Janah & Setyawan, 2022), transformasi dari pembayaran tunai ke digital di Indonesia dipercepat oleh pandemi COVID-19 yang mendorong masyarakat untuk meminimalkan kontak fisik dalam bertransaksi. Hal ini menyebabkan adopsi pembayaran digital melonjak signifikan dan membentuk kebiasaan baru dalam perilaku bertransaksi masyarakat Indonesia.

2.2 Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

2.2.1 Pengertian QRIS

QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) adalah standarisasi pembayaran menggunakan metode QR code dari Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR code menjadi lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya (Tarman et al., 2023). Menurut (Khusaeni & Widowati, 2022), QRIS merupakan inovasi sistem pembayaran yang mengintegrasikan berbagai platform pembayaran digital dalam satu ekosistem yang terstandarisasi. Dengan QRIS, merchant hanya perlu menyediakan satu stiker/kode QR yang dapat digunakan oleh seluruh pengguna aplikasi pembayaran digital, sehingga menghilangkan kebutuhan untuk memiliki kode QR yang berbeda-beda dari setiap penyedia layanan.



Gambar 2.1 Tampilan QRIS

Menurut Bank Indonesia tahun 2024, *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS) menggabungkan berbagai QR Code dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menjadi satu kode tunggal untuk memudahkan, mempercepat, dan meningkatkan keamanan transaksi. Pengguna dapat mengakses QRIS melalui aplikasi pembayaran di ponsel mereka, yang memungkinkan

transaksi lebih cepat dan mudah dengan hanya memindai kode QR (Saputri & Susilowati, 2025).

2.2.2. Sejarah dan Latar Belakang QRIS

Sebagai inovasi dan wujud komitmen terhadap ekonomi digital, terutama dalam pembayaran nontunai, Bank Indonesia resmi meluncurkan QRIS pada 17 Agustus 2019 tepat pada Dirgahayu Kemerdekaan Republik Indonesia yang ke-74. QRIS diharapkan dapat menjadi strategi untuk mewujudkan layanan sektor keuangan dan pembayaran berbasis non-tunai yang lebih efektif dan efisien (Bank Indonesia, 2023).

Sejak diluncurkan, QRIS terus mengalami perkembangan yang pesat. Pada Oktober 2023, jumlah merchant QRIS telah mencapai 29,6 juta, di mana 92% di antaranya merupakan UMKM (Bank Indonesia, 2023). Pada Juli 2024, transaksi QRIS tumbuh 226,54 persen secara year on year dengan jumlah pengguna 50,50 juta dan merchant 32,71 juta (Bank Indonesia, 2024). QRIS juga telah berkembang ke tingkat internasional dengan implementasi transaksi lintas negara (QRIS Antarnegara) bersama Malaysia, Thailand, dan Singapura.

Bank Indonesia menjadi lembaga yang mengembangkan QRIS bersama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia. Keberadaan QRIS memudahkan transaksi melalui QR Code dengan konsep penggabungan. Selain lebih cepat, keamanan transaksi menggunakan QRIS juga lebih terjamin. Ini karena semua aplikasi pembayaran, baik lokal atau asing, wajib mengintegrasikannya dengan satu QRcode berbasis QRIS. Peraturan yang mendasari penerapan QRIS juga tercantum pada PADG Nomor 21/18/2019 mengenai ‘Implementasi Standar Internasional QRIS untuk Pembayaran’. Karakter UNGGUL menjadi jawaban praktis dari

pertanyaan tentang apa itu QRIS, yang menjelaskan bahwa QRIS itu (Amartha, 2024):

1. Universal, karena menerima jenis pembayaran apa saja via satu QR code dan tidak butuh aplikasi pembayaran lainnya;
2. Gampang, karena pembayarannya hanya butuh satu kali pemindaian melalui aplikasi di smartphone;
3. Untung, karena pengguna dan merchant tidak butuh adaptasi dengan sistem dan tarif bayar yang rumit serta berbeda-beda;
4. Langsung, karena transaksi dilakukan secara digital dan bisa selesai langsung di tempat saat itu juga.

Menurut Michael Agustio Gosal dan Nanik Linawati dalam Andriani et al., (2023) Indikator sistem pembayaran digital yaitu (Hummairah et al., 2025):

1. *Perceived Ease of Use* (Persepsi kemudahan penggunaan)

Persepsi kemudahan adalah tingkat dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi mudah dipahami. Kemudahan penggunaan yang dirasakan mengurangi waktu dan upaya dalam mempelajari teknologi informasi.

2. *Perceived Usefulness* (Persepsi Manfaat)

Konsumen dapat menggunakan digital payment jika mereka percaya bahwa dengan menggunakan sistem tersebut dapat menghemat atau membuat pelaksanaan berbagai transaksi pembayaran menjadi lebih efisien.

3. *Perceived Credibility* (Persepsi kepercayaan)

Persepsi kepercayaan didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap masalah privasi dan keamanan pembayaran digital. Semakin tinggi kehandalan

teknologi, semakin tinggi niat untuk menggunakan layanan pembayaran digital.

4. *Social Influence*

Pengaruh sosial menunjukkan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh bagaimana ia mempercayai orang lain sebagai akibat penggunaan digital payment.

5. *Behavior Intentions*

Intensitas penggunaan (behavior intentions) digital payment karena faktor manfaat, kemudahan, kredibilitas, dan pengaruh sosial, mendorong masyarakat untuk lebih sering menggunakan layanan digital payment, sehingga seseorang untuk berbisnis dan mendorong seseorang untuk lebih banyak menggunakan uangnya.

2.2.3 Manfaat dan Keunggulan QRIS

Penerapan QRIS memberikan manfaat bagi berbagai pihak, khususnya bagi pelaku UMKM dan konsumen. Menurut (Alifia et al., 2024) dan (Bank Indonesia, 2023), manfaat QRIS antara lain:

1. Bagi Merchant/UMKM

QRIS memudahkan proses transaksi, mengurangi risiko uang palsu, memudahkan rekonsiliasi keuangan, mempercepat pelayanan, dan meningkatkan efisiensi operasional.

2. Bagi Konsumen

QRIS memberikan kemudahan bertransaksi tanpa perlu membawa uang tunai, transaksi lebih cepat tanpa menunggu kembalian, lebih aman dari risiko kehilangan uang fisik, dan terdapat rekam jejak transaksi digital.

3. Bagi Perekonomian

QRIS mendorong inklusi keuangan, memperluas akseptasi pembayaran digital, mendukung cashless society, dan meningkatkan efisiensi sistem pembayaran nasional.

2.2.4 Perbandingan QRIS dan Pembayaran Tunai

Dalam konteks penelitian ini, perbandingan antara QRIS dan pembayaran tunai menjadi penting untuk dipahami. Berikut adalah perbandingan antara keduanya berdasarkan berbagai aspek:

Tabel 2.1 Perbandingan QRIS dan Pembayaran Tunai

Aspek	QRIS	Tunai/Cash
Kecepatan Transaksi	Sangat cepat, hanya scan dan bayar otomatis	Bergantung pada ketersediaan uang pas dan penghitungan kembalian
Kemudahan	Cukup buka aplikasi di smartphone	Harus menyiapkan dan membawa uang fisik
Keamanan	Terlindungi enkripsi digital, risiko kecurangan rendah	Risiko kehilangan uang fisik, uang palsu
Rekam Jejak	Ada riwayat transaksi digital otomatis	Tidak ada rekam jejak transaksi
Akseibilitas	Mebutuhkan smartphone dan koneksi internet	Dapat digunakan tanpa perangkat teknologi
Kembalian	Tidak ada masalah kembalian	Sering bermasalah jika uang pas tidak tersedia
Kebersihan	Tidak bersentuhan dengan uang fisik	Uang fisik berpotensi mengandung kuman
Biaya Pengguna	Tidak ada biaya tambahan bagi konsumen	Tidak ada biaya tambahan

Sumber: Diadaptasi dari (Aulia Syahda et al., 2024) dan (Bank Indonesia, 2023)

2.2.5 Indikator Penggunaan QRIS

Berdasarkan kajian dari berbagai penelitian terbaru, terdapat lima indikator yang digunakan untuk mengukur penggunaan QRIS dalam penelitian ini. Penerapan QRIS pada UMKM dapat diukur melalui kemudahan penggunaan dan kepraktisannya dalam transaksi sehari-hari (Haryanto & Jannatin Naimah, 2024). Adapun (Khoir & Soebiantoro, 2022), menyatakan bahwa keamanan dan kecepatan transaksi merupakan indikator penting dalam mengukur penggunaan QRIS di kalangan konsumen UMKM.

Lima indikator penggunaan QRIS dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kemudahan Penggunaan

Sejauh mana pelanggan merasakan bahwa QRIS mudah digunakan dan tidak memerlukan banyak langkah rumit dalam proses transaksi (Haryanto & Jannatin Naimah, 2024).

2. Kemanfaatan yang Dirasakan

Sejauh mana pelanggan merasakan bahwa QRIS bermanfaat dalam membuat transaksi lebih efisien dan membantu bertransaksi tanpa perlu membawa uang tunai.

3. Keamanan Transaksi

Persepsi pelanggan terhadap tingkat keamanan saat melakukan transaksi menggunakan QRIS, meliputi perlindungan dari risiko kecurangan dan uang palsu (Khoir & Soebiantoro, 2022)

4. Kecepatan Transaksi

Persepsi pelanggan bahwa QRIS mempercepat proses pembayaran karena tidak memerlukan proses penghitungan uang kembalian (Bank Indonesia, 2023).

5. Kepraktisan

Tingkat kemudahan yang dirasakan pelanggan karena tidak perlu menyiapkan uang pas atau menunggu kembalian saat bertransaksi menggunakan QRIS (Haryanto & Jannatin Naimah, 2024).

2.3 Kepuasan Pelanggan

2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah bagian yang berhubungan dengan penciptaan nilai pelanggan. Karena terciptanya kepuasan pelanggan berarti memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik atau terciptanya kepuasan pelanggan serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, sehingga timbul minat dari pelanggan untuk membeli atau menggunakan jasa perusahaan tersebut (Wisesa, 2023).

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang difikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan, maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas (Parasuraman Zeithaml, 2022). Kepuasan pelanggan adalah sebagai tingkatan perasaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh konsumen membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya terhadap produk/jasa yang diberikan. Indikatornya kesesuaian dengan harapan, minat beli ulang dan bersedia merekomendasikan (Putra & Triwardhani Diana, 2023).

Kepuasan konsumen menjadi aspek utama dalam penelitian mengenai penggunaan QRIS. Salah satu teori penting adalah *Expectation Confirmation Theory* (ECT) yang menjelaskan bahwa kepuasan muncul dari perbandingan antara harapan pengguna dan kinerja aktual layanan. Jika QRIS bekerja cepat dan aman seperti yang diharapkan mahasiswa, maka kepuasan akan terbentuk. Jika layanan mengalami gangguan, ketidakpuasan akan terjadi. Teori lain adalah SERVQUAL, yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi: reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles. QRIS dapat dievaluasi dari aspek keandalan sistem, kecepatan proses, keamanan transaksi, dukungan pedagang, dan tampilan aplikasi (Shintawatia, 2025). Dalam konteks pembayaran digital, (Zainuddin et al., 2025) menegaskan bahwa kepuasan konsumen terhadap QRIS tercermin dari kemudahan proses transaksi dan kenyamanan yang dirasakan selama bertransaksi, yang menjadikan QRIS sebagai pilihan pembayaran yang lebih disukai dibandingkan tunai.

2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut (Haqy Pawanda Putra et al., 2024), kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diterima, di mana pelayanan yang baik dan tidak adanya keluhan dari pelanggan merupakan indikator utama kepuasan. (Chusnah, 2021) dalam penelitiannya membuktikan bahwa kemudahan dan keamanan suatu teknologi pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks QRIS, kemudahan penggunaan dan rasa aman saat bertransaksi merupakan faktor utama yang membentuk kepuasan pelanggan.

Persepsi manfaat, kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan juga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan digital. Maka dari itu, penggunaan QRIS yang memberikan kemudahan dan kenyamanan bertransaksi secara langsung mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan UMKM.

2.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan kajian berbagai penelitian terbaru, terdapat empat indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

1. Kesesuaian Harapan

Tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan sebelum menggunakan QRIS dengan pengalaman nyata yang dirasakan setelah menggunakannya, termasuk apakah QRIS melebihi ekspektasi pelanggan (Pratama, Y. W., & Budiarti, n.d.).

2. Kemudahan Proses Transaksi

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kemudahan dan kelancaran proses pembayaran menggunakan QRIS tanpa hambatan atau kendala yang berarti (Chusnah, 2021).

3. Kepuasan Keseluruhan

Tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh setelah bertransaksi menggunakan QRIS, termasuk tidak adanya keluhan atau masalah selama proses pembayaran berlangsung.

4. Kenyamanan Bertransaksi

Perasaan nyaman, tenang, dan aman yang dirasakan pelanggan saat melakukan pembayaran menggunakan QRIS dibandingkan pembayaran tunai (Mustagfiroh & Supriyadi, 2024).

2.3.4 Hubungan Penggunaan QRIS dengan Kepuasan Pelanggan

Hubungan antara penggunaan QRIS dan kepuasan pelanggan telah dibuktikan oleh beberapa penelitian terbaru. Penelitian (Mustagfiroh & Supriyadi, 2024) menemukan bahwa UMKM yang mengadopsi QRIS mengalami peningkatan kepuasan pelanggan yang signifikan karena QRIS mengurangi waktu antrian, menghilangkan masalah uang kembalian, dan memberikan pengalaman bertransaksi yang lebih menyenangkan. Penelitian (Chusnah, 2021) juga membuktikan bahwa penerapan QRIS berdampak positif terhadap kepuasan pelaku usaha dan konsumen karena semakin banyak masyarakat yang memilih transaksi digital karena kemudahan dan efisiensinya.

2.4 Loyalitas Pelanggan

2.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan

Loyalitas merupakan kesetiaan atau kepatuhan seseorang terhadap suatu merek, produk, atau layanan. Dalam konteks bisnis, loyalitas pelanggan mengacu pada sikap positif dan komitmen yang konsisten dari pelanggan terhadap suatu merek atau perusahaan. Pelanggan yang loyal umumnya melakukan pembelian secara konsisten, memberikan referensi produk atau layanan kepada orang lain, dan tetap setia dalam menggunakan produk atau layanan yang mereka favoritkan (Andika & Purnamasari, 2024).

Loyalitas pelanggan merupakan fondasi utama bagi sebuah rumah makan, terutama mengingat ketatnya persaingan dalam industri kuliner (Nurulhidayah &

Jannah, 2025). Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan terhadap suatu perusahaan. Pelanggan yang loyal akan terus membeli produk atau jasa dari perusahaan tersebut, meskipun ada banyak pilihan lain yang tersedia. Kesetiaan pelanggan ini dapat diartikan sebagai komitmen pelanggan untuk membeli ulang produk atau jasa dari perusahaan tersebut secara berulang kali. Loyalitas pelanggan tidak hanya melibatkan transaksi finansial semata, tetapi juga membangun hubungan yang kuat antara perusahaan dan pelanggan. Seorang pelanggan yang loyal bukan hanya sekadar melakukan pembelian berulang, melainkan juga tetap setia dan tidak mudah terpengaruh oleh perubahan dalam pasar atau tawaran pesaing.

Beberapa tanda loyalitas pelanggan, adalah sebagai berikut: pembelian ulang: pelanggan yang setia akan membeli suatu produk atau jasa yang sama berulang kali; rekomendasi: pelanggan yang setia akan merekomendasikan produk atau jasa yang sama kepada orang lain; dan tidak berniat untuk pindah: pelanggan yang setia akan terus menggunakan produk, jasa, atau merek yang mereka gunakan saat ini (Vera Maria et al., 2025).

2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

Menurut (Tsalatsa & Sudarwanto, 2023), loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan yang diterima secara konsisten. Semakin baik kualitas layanan dan semakin tinggi kepuasan yang dirasakan, maka semakin kuat pula loyalitas yang terbentuk. Kemudian (Nugroho, 2024) juga menambahkan bahwa faktor lain yang mempengaruhi loyalitas adalah pengalaman bertransaksi secara keseluruhan, termasuk kemudahan proses pembayaran yang dalam konteks penelitian ini direpresentasikan oleh penggunaan QRIS. Nilai

pelanggan (*customer value*) yang dirasakan dari suatu layanan juga menjadi faktor penentu loyalitas pada UMKM kuliner. Ketika pelanggan merasa mendapatkan nilai yang lebih dari suatu warung termasuk kemudahan pembayaran melalui QRIS mereka akan lebih terdorong untuk loyal dan menjadikan warung tersebut sebagai pilihan utama.

2.4.3 Indikator Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan kajian berbagai penelitian terbaru, terdapat empat indikator yang digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

1. Pembelian/Kunjungan Ulang

Kesediaan dan niat pelanggan untuk kembali lagi ke Warung Ayam Penyet Mas Baidhowi secara berulang, di mana kemudahan QRIS menjadi salah satu faktor yang mendorong frekuensi kunjungan yang lebih sering (Nugroho, 2024).

2. Merekomendasikan kepada Orang Lain (*Word of Mouth*)

Kesediaan pelanggan untuk secara aktif merekomendasikan warung kepada keluarga atau teman, termasuk menginformasikan bahwa warung ini telah menggunakan QRIS sebagai keunggulan layanan (Pratama, Y. W., & Budiarti, n.d.).

3. Tidak Berpindah ke Tempat Lain (Retention)

Preferensi dan komitmen pelanggan untuk tetap memilih Warung Ayam Penyet Mas Baidhowi dibandingkan warung pesaing, termasuk preferensi terhadap warung yang menyediakan fasilitas.

4. Komitmen Jangka Panjang

Niat dan tekad pelanggan untuk menjadikan Warung Ayam Penyet Mas Baidhowi sebagai pilihan utama dan berencana untuk terus berlangganan dalam jangka panjang (Nugroho, 2024).

2.4.4 Hubungan Penggunaan QRIS dengan Loyalitas Pelanggan

Penelitian (Mustagfiroh & Supriyadi, 2024), membuktikan bahwa adopsi QRIS oleh UMKM tidak hanya meningkatkan kepuasan, tetapi juga berdampak positif pada loyalitas pelanggan melalui peningkatan pengalaman bertransaksi yang lebih baik. Pelanggan yang secara konsisten mendapatkan pengalaman mudah, cepat, dan aman melalui QRIS akan cenderung untuk kembali lagi dan merekomendasikan warung tersebut kepada orang lain. Kemudian (Nugroho, 2024) juga menambahkan bahwa kemudahan layanan pembayaran digital seperti QRIS terbukti meningkatkan frekuensi kunjungan ulang dan menurunkan kecenderungan pelanggan untuk berpindah ke pesaing.

2.5 Uji Instrumen Penelitian

Untuk menguji instrumen penelitian diperlukan dua macam pengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

2.5.1 Uji Validitas

Validitas adalah uji coba pertanyaan penelitian dengan tujuan untuk melihat sejauh mana responden mengerti akan pertanyaan yang diajukan peneliti. Jika hasil tidak valid ada kemungkinan responden tidak mengerti dengan pertanyaan yang kita ajukan. Untuk menguji validitas setiap pertanyaan yaitu nilai pada pertanyaan dikorelasikan dengan nilai totalnya. Nilai tiap pertanyaan dinyatakan nilai X dan nilai total dinyatakan sebagai skor Y (Sahir, 2022).

a. Pearson Product Moment

Pengujian validitas data dengan menggunakan Pearson Product Moment dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

b. Rank Spearman

Pengujian validitas data dengan menggunakan Rank Spearman dengan rumus:

$$rs = 1 - \frac{6\sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan:

rs = koefisien korelasi antara x dan y

$\sum d^2$ = jumlah kuadrat antar ranking

n = jumlah subjek

2.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah menguji kekonsistenan jawaban responden. Reliabilitas dinyatakan dalam bentuk angka, biasanya sebagai koefisien, semakin tinggi koefisien maka reliabilitas atau konsistensi jawaban responden tinggi (Sahir, 2022).

a. Cronbach's Alpha

Untuk mengukur reliabilitas data penelitian yaitu dengan cara uji Cronbach Alpha. Adapun rumus Cronbach Alpha yang dimaksud adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum s_i}{s_t} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = nilai reliabilitas

k = jumlah item

$\sum S_i$ = jumlah varian skor tiap-tiap item

S_t = varian total

b. Spearman Brown

Untuk mengukur reliabilitas data penelitian yaitu dengan menggunakan *Spearman Brown*. Adapun rumus *Spearman Brown* yang dimaksud adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{2rb}{1+rb}$$

Keterangan:

r = nilai reliabilitas

rb = korelasi product moment antara belahan pertama (ganjil) dan belaha kedua (genap).

2.6 Teknik Analisis Data

2.6.1 Analisis Deskriptif

Teknik analisis deskriptif merupakan salah satu metode dalam menganalisis data dengan menggambarkan data yang sudah dikumpulkan tanpa membuat

kesimpulan yang berlaku untuk umum. Dalam teknik ini akan diketahui nilai variabel bebas dan terikatnya (Sahir, 2022).

Teknik analisis ini akan memberi gambaran awal pada setiap variabel dalam penelitian. Di mana pada gambaran data tersebut, setiap variabelnya bisa dilihat dari nilai mean, maksimum – minimum dan standar deviasi. Biasanya, metode analisis ini akan dipaparkan dalam bentuk:

- a. Diagram
- b. Tabel, frekuensi, tabulasi silang.
- c. Rata-rata, nilai tengah, nilai paling banyak
- d. Kuartil, desil, persentil.
- e. Standar deviasi, mean deviasi, deviasi kuartil, varian, range dan lainnya.

2.6.2 Uji Asumsi Klasik

2.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya memiliki analisis grafik dan uji statistik, dengan ketentuan”, sebagai berikut (Sahir, 2022):

1. Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka, hipotesis diterima karena data tersebut terdistribusi secara normal.
2. Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka, hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi secara normal.

Rumus:

$$X^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

X^2 = Nilai X^2

O_i = Nilai Observasi

E_i = Nilai Expected, luasan interval kelas berdasarkan tabel normal
dikalikan N (total frekuensi) ($\pi \times N$)

N = Banyaknya angka pada data

2.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedanstisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Heterokedanstisitas adalah varians variabel dalam model tidak sama (konstan). Pengujian Heterokedanstisitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Spearmen, dengan langkah yang harus dilakukan dengan menguji ada tidaknya masalah Heterokedanstisitas dalam hasil regresi dengan menggunakan korelasi Spearmen adalah dengan formula sebagai berikut (Sahir, 2022):

$$t = \frac{rs\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(rs)^2}}$$

Dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu untuk melihat dari angka probabilitas dengan ketentuan”, sebagai berikut:

1. Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka, hipotesis diterima karena data tersebut tidak ada Heterokedanstisitas.
2. Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka, hipotesis Heterokedanstisitas.

2.6.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi merupakan metode mencari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas atau independen atau sering disebut variabel X merupakan variabel penyebab. Variabel terikat atau dependen atau variabel Y merupakan variabel akibat. Kedua variabel ini dapat merupakan variabel acak, namun variabel yang dipengaruhi harus selalu variabel acak. Analisis regresi dipakai untuk memprediksi, bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lain dan untuk mengetahui bentuk-bentuk hubungan tersebut (Sahir, 2022).

Regresi Sederhana merupakan analisis yang terdiri hanya dua variabel saja yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Regresi Sederhana dapat dijabarkan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

X = variabel independen

a = konstanta (apabila nilai x sebesar 0, maka Y akan sebesar a atau konstanta)

b = koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

2.6.4 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara untuk mengetahui kebenaran maka diperlukan pengujian terhadap hipotesis yang ada, hipotesis terdiri dari hipotesis nol dan hipotesis alternatif.

a. Hipotesis Nol (H_0)

Ini adalah pernyataan awal yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan atau pengaruh dalam data. Misalnya, tidak ada perbedaan rata-rata nilai antara dua kelas.

b. Hipotesis Alternatif (H_1 atau H_a)

Ini adalah kebalikan dari hipotesis nol. Hipotesis ini menyatakan bahwa ada perbedaan atau pengaruh dalam data. Hipotesis umumnya diuji dengan cara parsial atau satu persatu, dengan hipotesis sebagai berikut:

2.6.4.1 Uji T (Signifikansi Parsial)

Uji parsial atau uji t merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial, untuk mengetahui signifikansi secara parsial atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah (Sahir, 2022):

H_0 : $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independent.

H_1 : $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel dependent independent.

2.6.4.2 Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi yang sering disimbolkan dengan R^2 pada prinsipnya melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Bila angka koefisien determinasi dalam model regresi terus menjadi kecil atau semakin dekat dengan nol berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat atau nilai semakin mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat (Sahir, 2022).

Adapun rumus Koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP = nilai koefisien determinasi

R^2 = nilai koefisien korelasi

2.7 SPSS

SPSS yang merupakan singkatan dari *Statistical Package for the Social Sciences* adalah sebuah software pengolah data statistik atau yang digunakan untuk analisis statistik interaktif atau batch. SPSS merupakan salah satu program aplikasi yang paling banyak digunakan untuk analisis statistik dalam ilmu social, namun perkembangan berikutnya digunakan untuk berbagai disiplin ilmu. Hal ini digunakan oleh peneliti pasar, perusahaan survei, peneliti kesehatan, pemerintah, peneliti pendidikan, organisasi pemasaran dan lain-lain. SPSS adalah sebuah program aplikasi yang memiliki kemampuan untuk analisis statistik cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis dengan menggunakan menu-menu deskriptif dan kotak-kotak dialog yang sederhana sehingga mudah dipahami untuk cara pengoperasiannya (Handayani et al., 2023).

Saat SPSS dijalankan, akan muncul dua jendela utama yaitu data editor dan output viewer. Data editor adalah jendela yang digunakan untuk memasukan data yang akan diolah dalam aplikasi SPSS, sedangkan output viewer adalah jendela yang menampilkan hasil olahan data. Data yang akan diproses dimasukkan lewat menu data editor yang otomatis muncul di layar saat SPSS dijalankan. Data tersebut kemudian diproses dalam menu yang sama yaitu data editor. Selanjutnya, hasil pengolahan data akan muncul di layar (window) yang lain dari SPSS, yaitu output viewer.

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini disajikan pada tabel berikut ini;

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

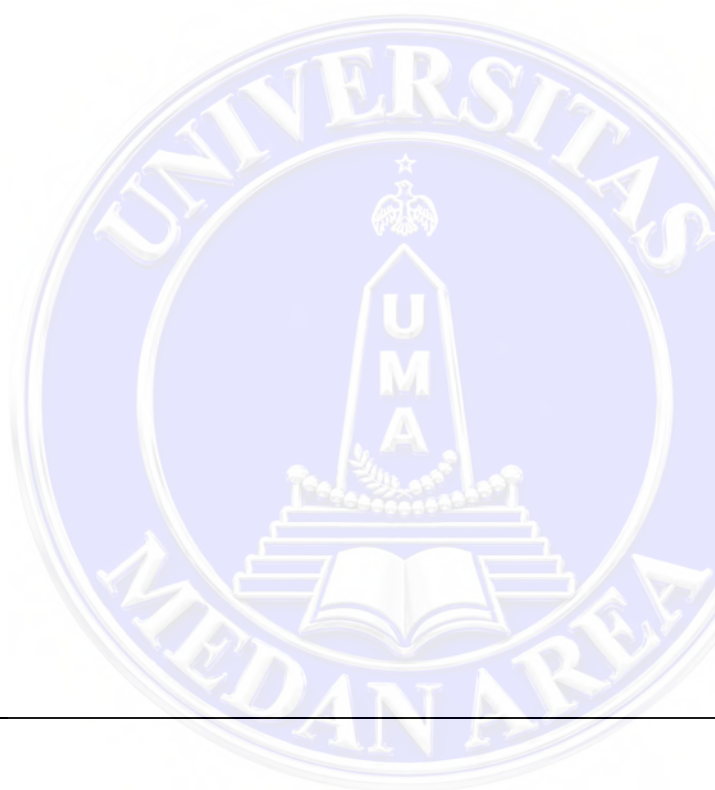
No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Wijaya, 2025)	Pengaruh Self-Order Kiosk Dan Qris Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Mcdonald's Bandar Lampung)	X1: Self-Order Kiosk X2: QRIS Y: Kepuasan Pelanggan	Self-Order Kiosk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di McDonald's Bandar Lampung. Kemudian QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di McDonald's Bandar Lampung. Lalu Self-Order Kiosk dan QRIS Bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di McDonald's Bandar Lampung
2.	(Asbaruna, 2025)	Pengaruh Penggunaan QRIS dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	X1: Penggunaan QRIS X2: Kualitas Pelayanan Y: Loyalitas Pelanggan	Penelitian ini membuktikan bahwa penggunaan QRIS dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan di CV Laris Barokah. Penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital modern terbukti meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kemudahan, efisiensi, dan keamanan dalam bertransaksi.

3.	(Rafli, 2024)	Pengaruh Kemanfaatan, Kepuasan Dan Risiko Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Terhadap Minat Transaksi Coffee Shop Di Harapan Indah, Kota Bekasi	X1: Kemanfaatan X2: Kepuasan X3: Risiko Y: Minat	Persepsi kemanfaatan dan kepuasan berpengaruh signifikan pada minat transaksi QRIS pada Kopilikasi dan Kedai Kopi Tjan
4.	(Talitha Dwi Yumna Rudiantna et al., 2025)	Pengaruh Penggunaan Qris sebagai Strategi Pembayaran Digital terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen di Era Modern	X1: Kepuasan Konsumen X2: Loyalitas Konsumen Y: Penggunaan QRIS	Penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) sebagai strategi pembayaran digital memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen di era modern.
5.	(Edbert Juan, 2023)	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Melakukan Pembayaran Menggunakan Qris.	X1: Kepercayaan X2: Persepsi Kemudahan Penggunaan X3: <i>Brand Image</i> Y: Kepuasan	Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan Qris sebagai media pembayaran bagi masyarakat Surabaya Timur dan Surabaya Barat. Persepsi kemudahan penggunaan dan brand image berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan Qris sebagai alat pembayaran bagi konsumen Surabaya Timur dan Surabaya Barat.
6.	(Dzulfian Syafrian, 2025)	Pengaruh Kepuasan Terhadap Penggunaan Qris Dengan	X1: Presepsi Kemudahan X2: Presepsi Kemanfaatan	Persepsi Kemudahan (Perceived Ease of Use) terbukti berpengaruh positif

Pendekatan Tam
Di Daerah
Istimewa
Yogyakarta

X3: Sikap
Penggunaan
X5: Kepuasan
Penggunaan
X4: Minat
Menggunakan
Y: Penggunaan

dan signifikan terhadap Minat Menggunakan QRIS . Kemudian Persepsi Kemanfaatan (Perceived Usefulness) memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan persepsi kemudahan terhadap Minat Menggunakan QRIS. Lalu Sikap Penggunaan (Attitude Toward Using) merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap Minat Menggunakan QRIS. Selanjutnya Minat Menggunakan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Nyata (Actual Use). Dan Kepuasan Penggunaan (Satisfaction) memiliki pengaruh besar terhadap Penggunaan Nyata QRIS.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Ayam Penyet Mas Baidhowi yang berlokasi di Jl. Sekip No.19, Sei Putih Timur I, Kecamatan Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara. Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Oktober 2025.

3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Penelitian eksplanatori merupakan suatu metode yang bersifat menerangkan pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Penelitian eksplanatori bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih gejala atau variabel dan menjelaskan sebab terjadinya suatu peristiwa. Penelitian eksplanatori juga disebut sebagai penelitian konfirmatori dan dikenal sebagai penelitian korelasional. Pemilihan metode *explanatory survey* ialah berupaya untuk menjelaskan hubungan kausal (sebab akibat/timbal balik) dan menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Assayakurrohim et al., 2023).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik

dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Muhajirin et al., 2024). Penelitian kuantitatif berisi unsur-unsur kuantitatif (angka, frekuensi, persentase) dimana data diarahkan untuk menguji hipotesis, dan sifat-sifat lain yang secara umum berhubungan dengan ilmu universal kuantitatif. Penelitian kuantitatif juga melakukan pengecekan reliabilitas dan memperhitungkan variabel-variabel yang penting (Syahroni, 2022).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Dalam penelitian kuantitatif, populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan suatu kumpulan menyeluruh dari obyek yang merupakan perhatian dari peneliti (Husen, 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen ayam penyet Mas Baidhowi dengan jumlah anggota populasi tidak diketahui. Setiap pelanggan ayam penyet Mas Baidhowi yang menggunakan QRIS dijadikan populasi dalam penelitian ini.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah suatu himpunan bagian (subset) dari unit sampling yang diambil dari populasi (Nainggolan, 2023). Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* karena jumlah anggota populasi tidak diketahui, dan dengan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampelnya. Purposif atau *judgement sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan dengan mengambil orang-orang yang terpilih oleh peneliti menurut ciri-ciri khusus yang dimiliki oleh sampel itu. Teknik *Purposive Sampling* dalam penelitian ini menetapkan kriteria-kriteria

tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah Konsumen ayam penyet Mas Baidhowi yang menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran. Penulis menggunakan rumus *Limeshow n* Rumus ini digunakan untuk sampel yang tidak diketahui populasinya dengan tingkat kesalahan 5% dan tingkat kepercayaan 95%. Berikut adalah rumus Persamaan Limeshow (Wardhana, 2023):

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel yang Dicari

Z = Nilai tabel normal dengan alpha tertentu (1,96)

p = Fokus Kasus

d = Alpha (0,05) atau 5 % dari tingkat kepercayaan 95%

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dengan menggunakan rumus *Limeshow*, sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{(3,841) 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 96 \text{ (dibulatkan)}$$

Dengan demikian, sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 responden.

3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data adalah asal atau tempat data diperoleh, bisa berupa subjek (orang, kelompok), lokasi, benda, dokumen, atau basis data, yang menjadi fondasi untuk mendapatkan informasi bagi penelitian, analisis, atau keputusan bisnis. Sumber data terdiri dari:

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data mentah yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber aslinya (tangan pertama) untuk tujuan penelitian spesifik, melalui metode seperti wawancara, survei, observasi, atau eksperimen, sehingga memiliki validitas tinggi dan sangat relevan karena belum diolah atau dipublikasikan pihak lain. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan warung Ayam Penyet Mas Baidhowi yang pernah menggunakan QRIS. Akulasi data pada penelitian ini, dikerjakan dengan menyebar luaskan angket ke objek penelitian dan diisi secara langsung oleh responden.

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun secara sistematis (Ardiansyah et al., 2023). Responden diminta untuk memberikan tanggapan yang dapat diukur melalui opsi jawaban yang telah ditentukan atau dengan mengisi ruang kosong. Dalam penelitian ini, peneliti mengirimkan pertanyaan-pertanyaan melalui google formulir kepada, dengan pertanyaan yang dirancang untuk mengevaluasi tingkat penggunaan QRIS serta dampaknya terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Ayam Penyet Mas Baidhowi.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara, seperti dari buku, jurnal, laporan, situs web, atau catatan pemerintah, yang sudah dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan berbeda dan kemudian digunakan kembali untuk penelitian baru. Data sekunder dalam penelitian ini, diperoleh dari berbagai sumber antara lain: jurnal ilmiah dan artikel penelitian yang berkaitan dengan QRIS, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan serta buku - buku referensi yang relevan dengan topik penelitian.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan untuk mengukur variabel tersebut. Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga dapat diperoleh informasi mengenai hal tersebut dan kemudian diambil kesimpulannya (Sinulingga, 2022). Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yang digunakan, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

Variabel bebas (*Independent Variables*) yang disimbolkan dengan (X) adalah variabel yang memengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel lain. Sedangkan variabel terikat (*Dependent Variables*) variabel yang nilai atau valuenya dipengaruhi atau ditentukan oleh nilai variabel yang lain. Penelitian ini memiliki satu variabel independen yaitu penggunaan QRIS (X), dan dua variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y1) dan loyalitas pelanggan (Y2). Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	No Item
Penggunaan QRIS (X)	Tingkat persepsi dan pengalaman pelanggan saat menggunakan QRIS dalam bertransaksi di warung	1. Kemudahan Penggunaan 2. Kemanfaatan 3. Keamanan 4. Kecepatan 5. Kepraktisan	1-10
Kepuasan Pelanggan (Y1)	Perasaan puas pelanggan setelah menggunakan QRIS dibandingkan dengan harapannya	1. Kesesuaian Harapan 2. Kemudahan Transaksi 3. Kepuasan Keseluruhan 4. Kenyamanan	11-20
Loyalitas Pelanggan (Y2)	Komitmen pelanggan untuk kembali, merekomendasikan, dan tidak berpindah ke warung lain	1. Kunjungan Ulang 2. Rekomendasi 3. Tidak Berpindah 4. Komitmen Jangka Panjang	21-30

3.6 Instrumen Penelitian

3.6.1 Kuesioner

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian. Kuesioner terdiri dari tiga bagian, yaitu: bagian pertama berisi pertanyaan mengenai penggunaan QRIS (variabel X) dengan 10 item pertanyaan; bagian kedua berisi pertanyaan mengenai kepuasan pelanggan (variabel Y1) dengan 10 item pertanyaan; dan bagian ketiga berisi pertanyaan mengenai loyalitas pelanggan (variabel Y2) dengan 10 item pertanyaan. Total keseluruhan item pertanyaan adalah 30 item.

Tabel 3.2 Kuesioner Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan	No Item
	Kemudahan penggunaan	Saya merasa QRIS mudah digunakan saat membayar di warung ini	1
		Proses pembayaran menggunakan QRIS tidak memerlukan banyak langkah yang rumit	2
		Menggunakan QRIS membuat transaksi saya lebih efisien dibandingkan tunai	3
	Kemanfaatan yang dirasakan		

Variabel	Indikator	Pernyataan	No Item
Pengguna Qris (X)	Keamanan transaksi	QRIS membantu saya bertransaksi dengan lebih mudah tanpa perlu membawa uang tunai	4
		Saya merasa aman melakukan pembayaran menggunakan QRIS	5
		Saya percaya bahwa transaksi melalui QRIS terlindungi dari risiko kecurangan	6
	Kecepatan transaksi	Pembayaran dengan QRIS terasa lebih cepat dibandingkan pembayaran tunai	7
		QRIS mempercepat proses transaksi karena tidak perlu menunggu kembalian	8
	Kepraktisan	QRIS memudahkan saya karena tidak perlu menyiapkan uang pas saat membayar	9
		Dengan QRIS saya tidak perlu khawatir tidak memiliki uang tunai yang cukup	10
	Kesesuaian Harapan	Penggunaan QRIS sesuai dengan harapan saya dalam bertransaksi	11
		Layanan pembayaran QRIS di warung ini melebihi ekspektasi saya	12
		Secara keseluruhan QRIS memberikan pengalaman transaksi yang sesuai harapan saya	13
Kepuasan Pelanggan (Y1)	Kemudahan proses transaksi	Saya merasa puas dengan kemudahan proses pembayaran menggunakan QRIS	14
		Proses pembayaran QRIS berjalan lancar tanpa hambatan yang berarti	15
	Kepuasan keseluruhan	Secara keseluruhan saya puas berbelanja di warung ini dengan menggunakan QRIS	16
		Saya tidak mengalami kendala apapun saat membayar menggunakan QRIS	17
		Saya merasa penggunaan QRIS di warung ini sudah memenuhi standar pelayanan yang baik	18

Variabel	Indikator	Pernyataan	No Item
Loyalitas Pelanggan (Y2)	Kenyamanan bertransaksi	Saya merasa nyaman dan tenang saat membayar menggunakan QRIS	19
		Bertransaksi dengan QRIS membuat saya merasa lebih nyaman dibandingkan membayar tunai	20
	Pembelian/Kunjungan ulang	Saya akan kembali lagi ke warung ini untuk makan	21
		Kemudahan QRIS membuat saya lebih sering berkunjung ke warung ini	22
		Saya berniat untuk terus menjadi pelanggan tetap warung ini	23
	Merekomendasikan kepada orang lain	Saya akan merekomendasikan warung ini kepada keluarga atau teman saya	24
		Saya akan memberitahu orang lain bahwa warung ini sudah menggunakan QRIS sebagai keunggulan layanan	25
	Tidak berpindah ke tempat lain	Saya lebih memilih warung ini dibandingkan warung lain yang tidak menerima QRIS	26
		Meskipun ada warung lain yang lebih dekat, saya tetap memilih warung ini karena ada QRIS	27
	Komitmen jangka panjang	Warung ini adalah pilihan utama saya untuk makan ayam penyet	28
		Saya berencana untuk terus berlangganan di warung ini dalam jangka panjang	29
		Saya memiliki komitmen yang kuat untuk terus mendukung usaha warung ini	30

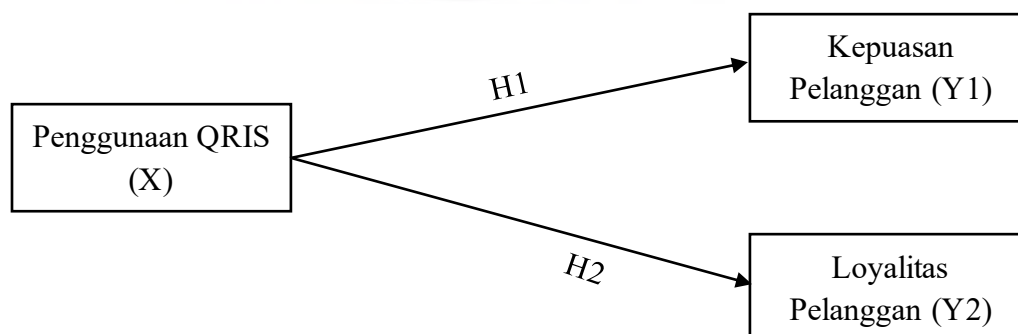
3.6.2 Skala Pengukuran

Dalam metode penilaian ini, penelitian menggunakan skala Likert, dimana setiap partisipan dapat memberikan tanggapan terhadap semua pernyataan yang diberikan, dengan rentang perbedaan mulai dari sangat negatif hingga sangat positif. Susunan skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

- | | |
|------------------------------|----------|
| 1) Sangat Setuju (SS) | = skor 5 |
| 2) Setuju (S) | = skor 4 |
| 3) Kurang Setuju (KS) | = skor 3 |
| 4) Tidak Setuju (TS) | = skor 2 |
| 5) Sangat Tidak Setuju (STS) | = skor 1 |

3.7 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir atau kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi dan kajian kepustakaan. Oleh karena itu, kerangka berpikir memuat teori, dalil atau konsep-konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian. Di dalam kerangka pemikiran variabel-variabel penelitian dijelaskan secara mendalam dan relevan dengan permasalahan yang diteliti, sehingga dapat dijadikan dasar untuk menjawab permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, variabel penggunaan QRIS (X) diuji pengaruhnya terhadap dua variabel dependen secara terpisah, yaitu kepuasan pelanggan (Y1) dan loyalitas pelanggan (Y2). Kedua variabel dependen berdiri sendiri dan tidak memiliki hubungan mediasi satu sama lain.



Gambar 3.1 Kerangka Konseptual Penelitian

Pada gambar diatas, hubungan yang digambarkan adalah hubungan kausal (sebab-akibat), dimana nilai suatu variabel berubah seiring perubahan lainnya. Arah panah menunjukkan pengaruh dari variabel X ke variabel Y1 dan Y2.

Maka yang Hipotesis Operasional adalah :

H1 = Ho: Penggunaan QRIS tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan

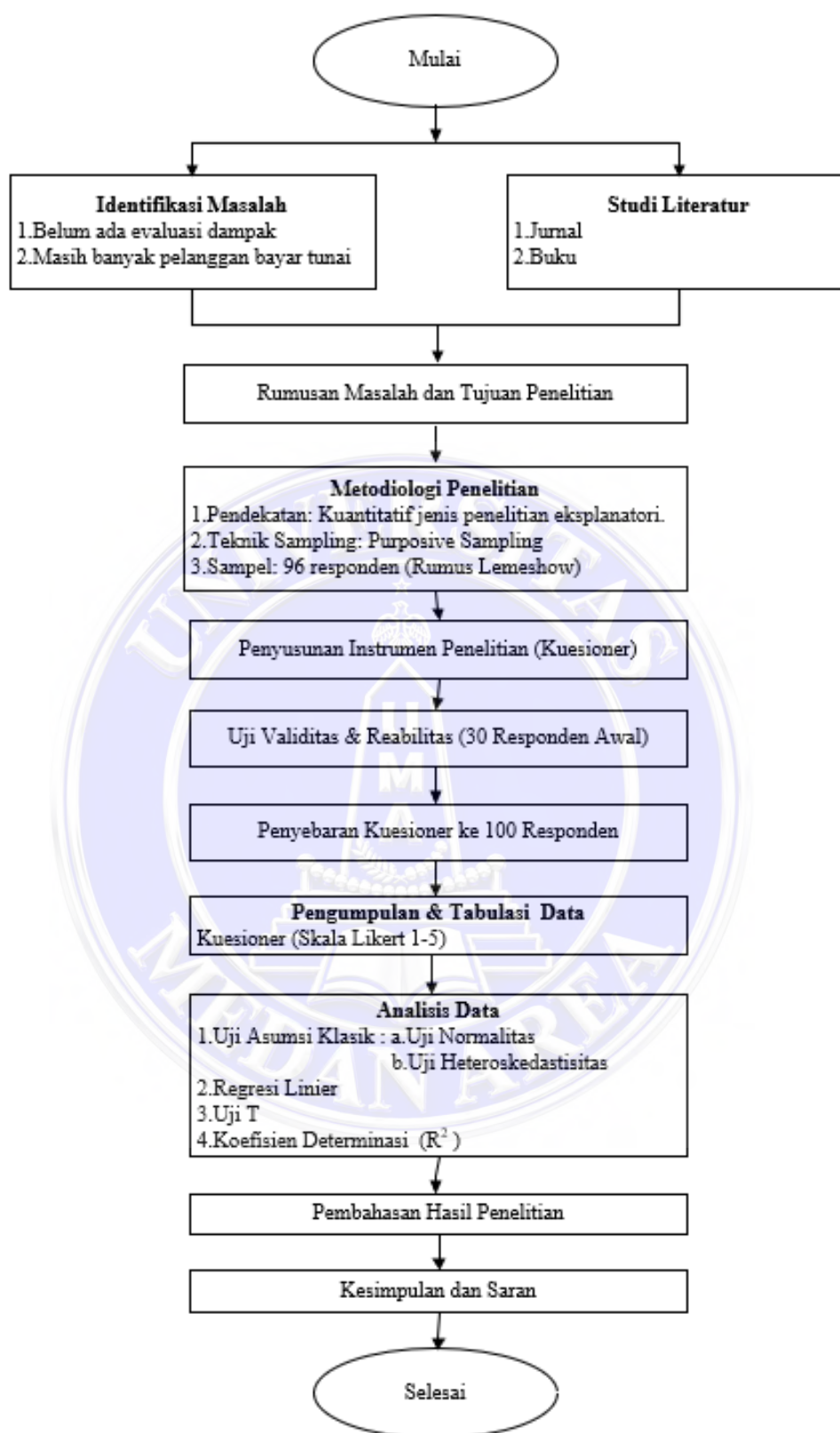
Ha: Penggunaan QRIS tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

H2 = Ho: Penggunaan QRIS tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan

Ha: Penggunaan QRIS tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

3.8 Diagram Penelitian

Diagram Penelitian adalah rencana atau panduan yang menunjukkan bagaimana seorang peneliti akan menghubungkan berbagai konsep dan ide dalam penelitian mereka, sehingga memudahkan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang ingin mereka teliti. Dengan kerangka berpikir, peneliti bisa lebih mudah melihat arah dan tujuan penelitian, serta bagaimana mereka akan menginterpretasikan data yang ditemukan (Heni Listiana, 2022).



Gambar 3.2 Diagram Penelitian

3.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara atas pertanyaan penelitian, yang diharapkan dapat memandu jalan penelitian. Dalam hipotesis terdapat beberapa komponen penting yakni dugaan sementara, hubungan antar variabel dan uji kebenaran (Yam & Taufik, 2021). Berdasarkan kerangka berpikir yang telah diuraikan, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1: Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1)

H0(1): Penggunaan QRIS tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warung Ayam Penyet Mas Baidhowi.

Ha(1): Penggunaan QRIS berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warung Ayam Penyet Mas Baidhowi.

2. Hipotesis 2: Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2)

H0(2): Penggunaan QRIS tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Warung Ayam Penyet Mas Baidhowi.

Ha(2): Penggunaan QRIS berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Warung Ayam Penyet Mas Baidhowi.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t (uji parsial) dengan kriteria pengambilan keputusan: apabila nilai signifikansi $< 0,05$ atau t hitung $> t$ tabel, maka H0 ditolak dan Ha diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan penggunaan QRIS terhadap kepuasan dan/atau loyalitas pelanggan (Satria et al., 2022).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh penggunaan QRIS terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Warung Ayam Penyet Mas Baidhowi dengan menggunakan data dari 96 responden, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1)

Penggunaan QRIS terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warung Ayam Penyet Mas Baidhowi. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $6.603 > t$ tabel $1,661$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga $H_0(1)$ diterima. Nilai koefisien regresi sebesar $0,317$ dengan R^2 sebesar $0,563$ menunjukkan bahwa $56,3\%$ variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh penggunaan QRIS. Artinya semakin baik pengalaman pelanggan dalam menggunakan QRIS, maka semakin tinggi kepuasannya.

2. Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2)

Penggunaan QRIS tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Warung Ayam Penyet Mas Baidhowi. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $1,896 > t$ tabel $1,661$, namun nilai signifikansi sebesar $0,066 > 0,05$, sehingga $H_0(2)$ diterima dan $H_a(2)$ ditolak. Dengan demikian, secara statistik penggunaan QRIS tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai R^2 sebesar $0,192$ menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan ($19,2\%$) lebih banyak

dipengaruhi faktor lain seperti kualitas makanan, harga, dan pelayanan yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

5.2 Saran

Dengan mempertimbangkan kelebihan dan kekurangan penelitian ini, ada beberapa rekomendasi berikut yang diharapkan akan bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Warung Ayam Penyet Mas Baidhowi

Pihak warung disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan layanan QRIS mengingat terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Mengingat pengaruh QRIS terhadap loyalitas masih relatif kecil ($R^2=0,192$), warung perlu memperkuat faktor-faktor lain seperti konsistensi kualitas makanan, harga yang kompetitif, dan pelayanan yang ramah agar loyalitas pelanggan dapat meningkat lebih signifikan. Warung juga disarankan untuk aktif mengedukasi pelanggan yang masih menggunakan tunai tentang kemudahan QRIS.

2. Bagi Pelanggan

Pelanggan disarankan untuk memanfaatkan fasilitas pembayaran QRIS yang tersedia di Warung Ayam Penyet Mas Baidhowi karena terbukti memberikan pengalaman transaksi yang lebih mudah, cepat, dan aman dibandingkan pembayaran tunai. Berdasarkan data penelitian, pelanggan yang menggunakan QRIS secara konsisten menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini menemukan bahwa QRIS hanya menjelaskan 19,2% variasi loyalitas pelanggan, yang berarti 80,8% dijelaskan oleh faktor lain. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kualitas makanan, harga, dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen tambahan, atau menggunakan variabel kepuasan sebagai mediator antara QRIS dan loyalitas dengan metode analisis jalur (Path Analysis) atau Structural Equation Modeling (SEM) untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif. Kemudian karena ruang lingkup yang luas dan keterbatasan pengetahuan peneliti di bidang ini, jumlah responden dalam penelitian ini sangat terbatas. Oleh karena itu, untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat dan menunjukkan minat yang sebenarnya terhadap penggunaan QRIS, diperlukan penelitian tambahan yang mencakup lebih banyak sampel atau responden.

4. Bagi Bank Indonesia dan Pemerintah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa QRIS terbukti efektif meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM kuliner. Pemerintah dan Bank Indonesia disarankan untuk terus mendorong adopsi QRIS di sektor UMKM, khususnya melalui program edukasi dan sosialisasi yang lebih intensif kepada masyarakat yang masih menggunakan tunai, agar manfaat QRIS dapat dirasakan secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifia, N., Permana, E., & Harnovinsah, H. (2024). Analisis Penggunaan Qris Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 25(1), 61–68. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v25i1.1273>
- Amartha. (2024). *Apa Itu QRIS? Berikut Pengertian, Tujuan, dan Manfaatnya*.
- Andika, S., & Purnamasari, P. (2024). (Studi Kasus Pada Pelanggan Kentucky Fried Chicken Di Kab . Bekasi) JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah MEA*, 8(2), 1539–1552.
- Anggina, P. (2023). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 9(1), 21–28. <https://doi.org/10.24967/jmb.v9i1.1980>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Asbaruna, L. W. (2025). Pengaruh Penggunaan QRIS dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Dimamu*, 4(2), 370–378. <https://doi.org/10.32627/dimamu.v4i2.1402>
- Assayakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. a, & Afgani, M. W. (2023). Jurnal pendidikan sains dan komputer metode studi kasus dalam penelitian kualitatif jurnal pendidikan sains dan komputer. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(1), 1–9.
- Aulia Syahda, Diva Nurul Aida, Wahyu Hidayat, & Zaini Ibrahim. (2024). Analisis Perbandingan Pembayaran Tunai dan QRIS Dalam Melakukan Transaksi Dikalangan Mahasiswa Serang Banten. *MENAWAN: Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(4), 255–264. <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i4.731>
- Bank Indonesia. (2023). *Quick Response Code Indonesian Standard*. Bank Indonesia. <https://share.google/T6qh5uumA3yw7jAPf>
- Chusnah, & I. (2021). *PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN FINTECH*. <https://share.google/qZx8DcjB1hsb9cvXc>
- Dwita, A. (2025). *Transaksi QRIS Tumbuh Hampir 600% pada Kuartal I 2025*. Good Stats.
- Dzulfian Syafrian, dkk. (2025). Pengaruh Kepuasan Terhadap Penggunaan Qris Dengan Pendekatan Tam Di Daerah Istimewa Yogyakarta. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng->

ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Edbert Juan, L. I. (2023). *Kepuassan Penggunaa*. 2(1), 313–325.

Handayani, M., Jayadilaga, Y., Fitri, A. U., Rachman, D. A., Fajriah Istiqamah, N., Diah, T., Pratiwi, A. P., & Kas, R. (2023). Sosialisasi dan Pengenalan Aplikasi Pengolahan Data SPSS pada Mahasiswa Socialization and Introduction of the SPSS Data. *JIPM: Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 24–32. <https://e-journal.nalanda.ac.id/index.php/jipm>

Haqy Pawanda Putra, Dani Agung Wicaksono, Maghfirotul Amaniyah, Sefri Ton, & Mita Ayu Liliyanti. (2024). Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 1623–1633. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i1.6052>

Haryanto, R., & Jannatin Naimah, R. (2024). Efektivitas Penggunaan Qris Sebagai Alat Transaksi Digital Pada Destinasi Wisata Kota Banjarbaru. *Print) Jurnal INTEKNA*, 24(2), 159–165. <http://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/issue/archive>

Heni Listiana, K. A. (2022). Strategi Penyusunan Kerangka Berpikir: Meningkatkan Kualitas Penelitian. *Jurnal Lentara*, 15(2), 146–157.

Hummairah, F., Yusnidar, C., Manajemen, M. N., Dan, A., & 2025, U. (2025). Qris (Quick Response Code Indonesia Standard) Dan Jaminan Quality Service Terhadap Perkembangan Penjualan Pada Umkm *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 3(3), 93–107. <https://doi.org/10.47647/MAFEBIS.v2i2.590>

Husen, A. (2023). *Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing*. 2, 1356–1362.

Janah, S., & Setyawan, B. (2022). Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap Penggunaan Dompot Digital di Indonesia. *JOEL: Journal of Educational and Language Research*, 173–179. <https://bajangjournal.com/index.php/JOEL/article/download/1463/1003>

Kartika, A. (2023). Pengaruh Gerakan Nasional Non Tunai, Social Influence, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Digital Payment Dalam Konsep Masalah. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 53(1), 1–19. <http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/245180/245180.pdf%0Ahttps://hdl.handle.net/20.500.12380/245180%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jsames.2011.03.003%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.gr.2017.08.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.precamres.2014.12>

Khoir, M. M., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan

- Penggunaan dan Promosi terhadap Minat Penggunaan E-Wallet LinkAja di Kota Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 752. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.619>
- Khusaeni, M., & Widowati, N. (2022). Adoption of QRIS Digital Payments in SMEs Based on the Technology Acceptance Model. *..Journal of Development Economic and Social Studies*, 01(2), 325–347. <http://dx.doi.org/10.21776/jdess>.
- Muhajirin, Risnita, & Asrulla. (2024). Kuantitatif. *Journal Genta Mulia*, 15(1), 82–92.
- Mustagfiroh, L., & Supriyadi, A. (2024). Efektivitas Penggunaan QRIS sebagai Media Pembayaran dalam Meningkatkan Perkembangan UMKM di Jepara. *JEBISKU: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, 2(2), 204. <https://doi.org/10.21043/jebisku.v2i2.2524>
- Nainggolan, A. (2023). Teknik Pengambilan Sampel. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Nugroho, A. S. (2024). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI RUMAH MAKAN TERAS MELODY Anton Eko Yulianto Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(1).
- Nurulhidayah, A., & Jannah, D. N. (2025). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Restoran Pringsewu Kota Lama Semarang. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 8(2), 174–188. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v8i2.100905>
- Parasuraman Zeithaml. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen “Warung Bek Mu 2” Banjaranyar Paciran Lamongan). *Pemasaran Jasa*, 1(1), 15.
- Pratama, Y. W., & Budiarti, A. (n.d.). Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Pt . Pos Indonesia Cabang Surabaya Selatan (Persero). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol. 13 No, 4*.
- Putra, D. A., & Triwardhani Diana. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PenggunaShopee di Kota Solok. *Journal of Young Entrepreneurs UPNVJ*, 2(2), 78–93. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/jye>
- Rafli, F. (2024). Pengaruh Kemanfaatan, Kepuasan Dan Risiko Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Terhadap Minat Transaksi Coffee Shop Di Harapan Indah, Kota Bekasi. In *Universitas Islam Indonesia Fakultas Bisnis Dan Ekonomika*. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/50400/20313187.pdf?sequence=1>

- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian* (M. S. Dr. Ir. Try Koryati (Ed.)). PENERBIT KBM INDONESIA.
- Saputri, N. E., & Susilowati, E. (2025). Intention to Scan QRIS Memediasi Trust dan Attitude terhadap Use Mobile Banking. *Gorontalo Accounting Journal*, 8(2), 311–321. <https://doi.org/10.32662/gaj.v8i2.3759>
- Satria, I., Bahits, A., & Adiswanse, J. (2022). PROMOSI DAN FASILITAS SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERUMAHAN PERSADA BANTEN. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(1), 515–525. <https://jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/view/13283/2671>
- Shintawatia. (2025). Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa FISIP USU terhadap Penggunaan QRIS pada UKM di Sekitar USU. *Jurnal Hasil Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Eksakta*, 2(8), 305–316. <https://manggalajournal.org/index.php/cendekia/article/view/1583>
- Sinulingga, S. (2022). *Metode Penelitian* (edisi 5). USU Press. <https://share.google/YWrjeG7fU53xZjCcN>
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur Penelitian Kualitatif. *Jurnal Al-Musthafa STIT Al-Aziziyah Lombok Barat*, 2(3), 43–56.
- Talitha Dwi Yumna Rudianta, Mulya H. Zain Putuhena, & Putri Arizah Pratiwi. (2025). Penggunaan Qris Sebagai Strategi Pembayaran Digital Terhadap Kepuasan & Kepercayaan Di Era Modern. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan Dan Tata Kelola Perusahaan*, 3(2), 270–277. <https://doi.org/10.70248/jakpt.v3i2.3264>
- Tarman, M., Septiana, A., Arisinta, O., & Mariatun, I. L. (2023). Financial Planning Melalui Penggunaan Qris Bagi Tenaga Kependidikan Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo (FIKS UTM) di Bangkalan Madura. *JAPI (Jurnal Akses Pengabdian Indonesia)*, 8(1), 57–62. <https://doi.org/10.33366/japi.v8i1.4681>
- Tsalatsa, M. A., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Diskusi Kafe Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(3), 1464–1471.
- Vera Maria, Afrian Setiawan, Agung Farrel Ramdhani, Finanti Ayu Fadhillah, & Naswha Nurika Putri. (2025). Pengaruh Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Layanan Jasa Pembayaran (QRIS). *Jurnal Riset Manajemen*, 3(1), 12–21. <https://doi.org/10.54066/jurma.v3i1.2931>
- Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian* (M. Pradana (Ed.)).
- Wijaya, J. (2025). *Pengaruh Self-Order Kiosks dan QRIS Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 6(2), 95–106.

Wisesa, W. (2023). *Tingkat Suatu dalam Pengaruh suatu Kualitas dalam Produk, Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan*. 1(1), 40–65.

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>

Zainuddin, A., Rusdi, M., Syafaruddin, A. R. A., & Haslindah, H. (2025). Peningkatan Kualitas Pelayanan Pembayaran Sistem QRIS Terhadap Peningkatan Usaha Pada Rumah Makan Sop Saudara H Arsyad di Kabupaten Sidenreng Rappang. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 11(6), 5611–5618. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i6.5356>



LAMPIRAN

1. Tabulasi Hasil Penelitian

No	No Item																													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	2	4	4	2	4	4	5	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
6	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
11	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3
13	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	3
16	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
19	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	2	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	2	3	4	2	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4
45	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4
46	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
48	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
54	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	
55	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
56	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4
58	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
60	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
62	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
64	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
66	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
68	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
70	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	
72	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	

73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4			
74	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4			
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4			
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4			
77	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4		
79	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4		
80	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4		
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	
83	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	
86	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	
89	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	
92	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4

No	No Item																													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	2	4	4	2	4	4	5	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
6	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
11	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3
13	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	3
16	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
19	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	2	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4

25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4			
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4			
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	2	3	4	2	4	4		
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
30	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	4	4	
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
39	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
42	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
44	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	
45	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	
46	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
48	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	

51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
54	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
55	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4
58	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
72	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
74	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4

77	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	
79	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	
80	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	
83	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	
86	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4		
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4		
89	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4		
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4		
92	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4		
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
94	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4		
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4		

2. Hasil Uji Coba Validitas dan Reabilitas Instrumen Variabel X

Correlations

		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Total Skor
Item_1	Pearson Correlation	1	.580**	.225*	1.000**	.075	.832**	.239*	.756**	.239*	.168	.906**
	Sig. (2-tailed)		.000	.028	.000	.466	.000	.019	.000	.019	.101	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_2	Pearson Correlation	.580**	1	.420**	.580**	.294**	.496**	.294**	.493**	.294**	.207*	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.004	.000	.004	.000	.004	.043	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_3	Pearson Correlation	.225*	.420**	1	.225*	.700**	.190	.700**	.059	.700**	.492**	.465**
	Sig. (2-tailed)	.028	.000		.028	.000	.063	.000	.570	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_4	Pearson Correlation	1.000**	.580**	.225*	1	.075	.832**	.239*	.756**	.239*	.168	.906**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.028		.466	.000	.019	.000	.019	.101	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_5	Pearson Correlation	.075	.294**	.700**	.075	1	.055	.489**	.041	.489**	.703**	.326**
	Sig. (2-tailed)	.466	.004	.000	.466		.593	.000	.691	.000	.000	.001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_6	Pearson Correlation	.832**	.496**	.190	.832**	.055	1	.211*	.865**	.211*	.149	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.063	.000	.593		.039	.000	.039	.149	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_7	Pearson Correlation	.239*	.294**	.700**	.239*	.489**	.211*	1	.193	1.000**	.703**	.490**
	Sig. (2-tailed)	.019	.004	.000	.019	.000	.039		.060	.000	.000	.000

	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_8	Pearson											
	Correlation	.756**	.493**	.059	.756**	.041	.865**	.193	1	.193	.135	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.570	.000	.691	.000	.060		.060	.188	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_9	Pearson											
	Correlation	.239*	.294**	.700**	.239*	.489**	.211*	1.000**	.193	1	.703**	.490**
	Sig. (2-tailed)	.019	.004	.000	.019	.000	.039	.000	.060		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_10	Pearson											
	Correlation	.168	.207*	.492**	.168	.703**	.149	.703**	.135	.703**	1	.391**
	Sig. (2-tailed)	.101	.043	.000	.101	.000	.149	.000	.188	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Total_Skor	Pearson											
	Correlation	.906**	.726**	.465**	.906**	.326**	.874**	.490**	.828**	.490**	.391**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	10

3. Hasil Uji Coba Validitas dan Reabilitas Instrumen Variabel Y1

Correlations												
		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Total Skor
Item_1	Pearson Correlation	1	.410**	.379**	.162	.336**	.276**	.312**	.312**	.497**	.339**	.496**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.114	.001	.006	.002	.002	.000	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_2	Pearson Correlation	.410**	1	.930**	.785**	.824**	.563**	.640**	.640**	.475**	.449**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_3	Pearson Correlation	.379**	.930**	1	.727**	.766**	.526**	.596**	.596**	.438**	.419**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_4	Pearson Correlation	.162	.785**	.727**	1	.766**	.526**	.596**	.596**	.438**	.419**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.114	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_5	Pearson Correlation	.336**	.824**	.766**	.766**	1	.631**	.528**	.528**	.689**	.570**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_6	Pearson Correlation	.276**	.563**	.526**	.526**	.631**	1	.571**	.571**	.438**	.295**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.004	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_7	Pearson Correlation	.312**	.640**	.596**	.596**	.528**	.571**	1	1.000**	.497**	.516**	.784**

	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_8	Pearson Correlation	.312**	.640**	.596**	.596**	.528**	.571**	1.000**	1	.497**	.516**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_9	Pearson Correlation	.497**	.475**	.438**	.438**	.689**	.438**	.497**	.497**	1	.674**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_10	Pearson Correlation	.339**	.449**	.419**	.419**	.570**	.295**	.516**	.516**	.674**	1	.703**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Total_Skor	Pearson Correlation	.496**	.888**	.845**	.805**	.893**	.686**	.784**	.784**	.739**	.703**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.915	10

4. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Variabel Y2

Correlations

		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Total Skor
Item_1	Pearson Correlation	1	.271**	.030	.812**	.296**	.030	.812**	.296**	.706**	.244*	.540**
	Sig. (2-tailed)		.008	.773	.000	.003	.773	.000	.003	.000	.017	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_2	Pearson Correlation	.271**	1	.230*	.314**	.299**	.230*	.314**	.299**	.180	.124	.583**
	Sig. (2-tailed)	.008		.024	.002	.003	.024	.002	.003	.079	.228	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_3	Pearson Correlation	.030	.230*	1	.411**	.039	1.000**	.411**	.039	.014	.187	.485**
	Sig. (2-tailed)	.773	.024		.000	.705	.000	.000	.705	.893	.068	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_4	Pearson Correlation	.812**	.314**	.411**	1	.309**	.411**	1.000**	.309**	.573**	.289**	.684**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000		.002	.000	.000	.002	.000	.004	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_5	Pearson Correlation	.296**	.299**	.039	.309**	1	.039	.309**	1.000**	.177	.137	.799**
	Sig. (2-tailed)	.003	.003	.705	.002		.705	.002	.000	.084	.182	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_6	Pearson Correlation	.030	.230*	1.000**	.411**	.039	1	.411**	.039	.014	.187	.485**
	Sig. (2-tailed)	.773	.024	.000	.000	.705		.000	.705	.893	.068	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_7	Pearson Correlation	.812**	.314**	.411**	1.000**	.309**	.411**	1	.309**	.573**	.289**	.684**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.002	.000		.002	.000	.004	.000

	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_8	Pearson Correlation	.296**	.299**	.039	.309**	1.000**	.039	.309**	1	.177	.137	.799**
	Sig. (2-tailed)	.003	.003	.705	.002	.000	.705	.002		.084	.182	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_9	Pearson Correlation	.706**	.180	.014	.573**	.177	.014	.573**	.177	1	.010	.392**
	Sig. (2-tailed)	.000	.079	.893	.000	.084	.893	.000	.084		.925	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Item_10	Pearson Correlation	.244*	.124	.187	.289**	.137	.187	.289**	.137	.010	1	.349**
	Sig. (2-tailed)	.017	.228	.068	.004	.182	.068	.004	.182	.925		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Total_Skor	Pearson Correlation	.540**	.583**	.485**	.684**	.799**	.485**	.684**	.799**	.392**	.349**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.735	10

5. Angket Penelitian

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya merasa QRIS mudah digunakan saat membayar di warung ini					
2.	Proses pembayaran menggunakan QRIS tidak memerlukan banyak langkah yang rumit					
3.	Menggunakan QRIS membuat transaksi saya lebih efisien dibandingkan tunai					
4.	QRIS membantu saya bertransaksi dengan lebih mudah tanpa perlu membawa uang tunai					
5.	Saya merasa aman melakukan pembayaran menggunakan QRIS					
6.	Saya percaya bahwa transaksi melalui QRIS terlindungi dari risiko kecurangan					
7.	Pembayaran dengan QRIS terasa lebih cepat dibandingkan pembayaran tunai					
8.	QRIS mempercepat proses transaksi karena tidak perlu menunggu kembalian					
9.	QRIS memudahkan saya karena tidak perlu menyiapkan uang pas saat membayar					
10.	Dengan QRIS saya tidak perlu khawatir tidak memiliki uang tunai yang cukup					
11.	Penggunaan QRIS sesuai dengan harapan saya dalam bertransaksi					
12.	Layanan pembayaran QRIS di warung ini melebihi ekspektasi saya					
13.	Secara keseluruhan QRIS memberikan pengalaman transaksi yang sesuai harapan saya					
14.	Saya merasa puas dengan kemudahan proses pembayaran menggunakan QRIS					
15.	Proses pembayaran QRIS berjalan lancar tanpa hambatan yang berarti					
16.	Secara keseluruhan saya puas berbelanja di warung ini dengan menggunakan QRIS					
17.	Saya tidak mengalami kendala apapun saat membayar menggunakan QRIS					
18.	Saya merasa penggunaan QRIS di warung ini sudah memenuhi standar pelayanan yang baik					

19.	Saya merasa nyaman dan tenang saat membayar menggunakan QRIS					
20.	Bertransaksi dengan QRIS membuat saya merasa lebih nyaman dibandingkan membayar tunai					
21.	Saya akan kembali lagi ke warung ini untuk makan					
22.	Kemudahan QRIS membuat saya lebih sering berkunjung ke warung ini					
23.	Saya berniat untuk terus menjadi pelanggan tetap warung ini					
24.	Saya akan merekomendasikan warung ini kepada keluarga atau teman saya					
25.	Saya akan memberitahu orang lain bahwa warung ini sudah menggunakan QRIS sebagai keunggulan layanan					
26.	Saya lebih memilih warung ini dibandingkan warung lain yang tidak menerima QRIS					
27.	Meskipun ada warung lain yang lebih dekat, saya tetap memilih warung ini karena ada QRIS					
28.	Warung ini adalah pilihan utama saya untuk makan ayam penyet					
29.	Saya berencana untuk terus berlangganan di warung ini dalam jangka panjang					
30.	Saya memiliki komitmen yang kuat untuk terus mendukung usaha warung ini					

6. Tabel R

Tabel R-Hitung (lanjutan)					
DF = n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,2830	0,3568
81	0,1818	0,2159	0,2550	0,2813	0,3547
82	0,1807	0,2146	0,2535	0,2796	0,3527
83	0,1796	0,2133	0,2520	0,2780	0,3507
84	0,1786	0,2120	0,2505	0,2764	0,3487
85	0,1775	0,2108	0,2491	0,2748	0,3468
86	0,1765	0,2096	0,2477	0,2732	0,3449
87	0,1755	0,2084	0,2463	0,2717	0,3430
88	0,1745	0,2072	0,2449	0,2702	0,3412
89	0,1735	0,2061	0,2435	0,2687	0,3393
90	0,1726	0,2050	0,2422	0,2673	0,3375
91	0,1716	0,2039	0,2409	0,2659	0,3358
92	0,1707	0,2028	0,2396	0,2645	0,3341
93	0,1698	0,2017	0,2384	0,2631	0,3323
94	0,1689	0,2006	0,2371	0,2617	0,3307
95	0,1680	0,1996	0,2359	0,2604	0,3290
96	0,1671	0,1986	0,2347	0,2591	0,3274
97	0,1663	0,1975	0,2335	0,2578	0,3258
98	0,1654	0,1966	0,2324	0,2565	0,3242
99	0,1646	0,1956	0,2312	0,2552	0,3226
100	0,1638	0,1946	0,2301	0,2540	0,3211
101	0,1630	0,1937	0,2290	0,2528	0,3196
102	0,1622	0,1927	0,2279	0,2515	0,3181
103	0,1614	0,1918	0,2268	0,2504	0,3166
104	0,1606	0,1909	0,2257	0,2492	0,3152
105	0,1599	0,1900	0,2247	0,2480	0,3137

7. T Tabel Untuk Alpha α 5% t

df	0,05	0,025	df	0,05	0,025	df	0,05	0,025	df	0,05	0,025
1	6.314	12.706	53	1.674	2.006	105	1.659	1.983	157	1.655	1.975
2	2.920	4.303	54	1.674	2.005	106	1.659	1.983	158	1.655	1.975
3	2.353	3.182	55	1.673	2.004	107	1.659	1.982	159	1.654	1.975
4	2.132	2.776	56	1.673	2.003	108	1.659	1.982	160	1.654	1.975
5	2.015	2.571	57	1.672	2.002	109	1.659	1.982	161	1.654	1.975
6	1.943	2.447	58	1.672	2.002	110	1.659	1.982	162	1.654	1.975
7	1.895	2.365	59	1.671	2.001	111	1.659	1.982	163	1.654	1.975
8	1.860	2.306	60	1.671	2.000	112	1.659	1.981	164	1.654	1.975
9	1.833	2.262	61	1.670	2.000	113	1.658	1.981	165	1.654	1.974
10	1.812	2.228	62	1.670	1.999	114	1.658	1.981	166	1.654	1.974
11	1.796	2.201	63	1.669	1.998	115	1.658	1.981	167	1.654	1.974
12	1.782	2.179	64	1.669	1.998	116	1.658	1.981	168	1.654	1.974
13	1.771	2.160	65	1.669	1.997	117	1.658	1.980	169	1.654	1.974
14	1.761	2.145	66	1.668	1.997	118	1.658	1.980	170	1.654	1.974
15	1.753	2.131	67	1.668	1.996	119	1.658	1.980	171	1.654	1.974
16	1.746	2.120	68	1.668	1.995	120	1.658	1.980	172	1.654	1.974
17	1.740	2.110	69	1.667	1.995	121	1.658	1.980	173	1.654	1.974
18	1.734	2.101	70	1.667	1.994	122	1.657	1.980	174	1.654	1.974
19	1.729	2.093	71	1.667	1.995	123	1.657	1.979	175	1.654	1.974
20	1.725	2.086	72	1.666	1.993	124	1.657	1.979	176	1.654	1.974
21	1.721	2.080	73	1.666	1.993	125	1.657	1.979	177	1.654	1.973
22	1.717	2.074	74	1.666	1.993	126	1.657	1.979	178	1.653	1.973
23	1.714	2.069	75	1.665	1.992	127	1.657	1.979	179	1.653	1.973
24	1.711	2.064	76	1.665	1.992	128	1.657	1.979	180	1.653	1.973
25	1.708	2.060	77	1.665	1.991	129	1.657	1.979	181	1.653	1.973
26	1.706	2.056	78	1.665	1.991	130	1.657	1.978	182	1.653	1.973
27	1.703	2.052	79	1.664	1.990	131	1.657	1.978	183	1.654	1.973
28	1.701	2.048	80	1.664	1.990	132	1.656	1.978	184	1.653	1.973
29	1.699	2.045	81	1.664	1.990	133	1.656	1.978	185	1.653	1.973
30	1.697	2.042	82	1.664	1.989	134	1.656	1.978	186	1.653	1.973
31	1.696	2.040	83	1.663	1.989	135	1.656	1.978	187	1.653	1.973
32	1.694	2.037	84	1.663	1.989	136	1.656	1.978	188	1.653	1.973
33	1.692	2.035	85	1.663	1.988	137	1.656	1.977	189	1.654	1.973
34	1.691	2.032	86	1.663	1.988	138	1.656	1.977	190	1.653	1.973
35	1.690	2.030	87	1.663	1.988	139	1.656	1.977	191	1.653	1.972
36	1.688	2.028	88	1.662	1.987	140	1.656	1.977	192	1.653	1.972
37	1.687	2.026	89	1.662	1.987	141	1.656	1.977	193	1.653	1.972
38	1.686	2.024	90	1.662	1.987	142	1.656	1.977	194	1.653	1.972
39	1.685	2.023	91	1.662	1.986	143	1.656	1.977	195	1.654	1.972
40	1.684	2.021	92	1.662	1.986	144	1.656	1.977	196	1.653	1.972
41	1.683	2.020	93	1.661	1.986	145	1.655	1.976	197	1.653	1.972
42	1.682	2.018	94	1.661	1.986	146	1.655	1.976	198	1.653	1.972
43	1.681	2.017	95	1.661	1.985	147	1.655	1.976	199	1.653	1.972
44	1.680	2.015	96	1.661	1.985	148	1.655	1.976	200	1.653	1.972
45	1.679	2.014	97	1.661	1.985	149	1.655	1.976			
46	1.679	2.014	98	1.661	1.984	150	1.655	1.976			
47	1.678	2.013	99	1.660	1.984	151	1.655	1.976			
48	1.677	2.012	100	1.660	1.984	152	1.655	1.976			
49	1.677	2.011	101	1.660	1.984	153	1.655	1.976			
50	1.676	2.010	102	1.660	1.983	154	1.655	1.975			
51	1.675	2.008	103	1.660	1.983	155	1.655	1.975			
52	1.675	2.007	104	1.660	1.983	156	1.655	1.975			

8. Surat Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS TEKNIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate/Jalan PBSI Nomor 152 (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax (061) 7366998 Medan 20223
Kampus II : Jalan Sialabud Nomor 79 /Jalan Sei Sengyi Nomor 70 A (061) 8225602, Fax (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.teknik.uma.ac.id E-mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 603/FT.5/01.10/XI/2025

Lamp : -

Hal : Penelitian Dan Pengambilan Data Tugas Akhir

17 November 2025

Yth. Pimpinan Ayam Penyet Mas Baidhowi
Jl. Sekip No. 19, Sei Putih Timur I, Kec. Medan Petisah
Di
Medan

Dengan hormat,
Kami mohon kesediaan Bapak/Ibu berkenan untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami tersebut dibawah ini :

NO	N A M A	N P M	PRODI
1	NENNY JULIANA PURBA	228150118	Teknik Industri

Untuk melaksanakan Penelitian dan Pengambilan Data Tugas Akhir pada perusahaan/Instansi yang Bapak/Ibu Pimpin.

Perlu kami jelaskan bahwa Pengambilan Data tersebut adalah semata-mata untuk tujuan ilmiah dan Skripsi yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian sarjana pada Fakultas Teknik Universitas Medan Area dan tidak untuk dipublikasikan, dengan judul penelitian :

Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Ayam Penyet Mas Baidhowi

Atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.


Supriatno, ST, MT

Tembusan

1. Ka BPMPP
2. Mahasiswa
3. File





9. Surat Selesai Riset

