

## ***The Effect of Perception of Benefits, Security, Trust, and Service Quality on The Decision to Use Digital Payments***

### **Pengaruh Persepsi Manfaat , Keamanan , Kepercayaan , dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital**

**Elisa Setianingrum<sup>a\*</sup>, Nursiam<sup>b</sup>**

Universitas Muhammadiyah Surakarta<sup>a,b</sup>

b200220151@student.ums.ac.id<sup>a\*</sup>, nur183@ums.ac.id<sup>b</sup>

#### ***Abstract***

*This study aims to determine and analyze the influence of Perceived Benefits, Security, Trust, and Service Quality on the Decision to Use QRIS Digital Payments among students at Muhammadiyah University of Surakarta. The study employed quantitative methods with primary data collected through questionnaires distributed to students at the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Surakarta. The sampling technique used was accidental sampling, with a population of 110 respondents. Data analysis was performed using data quality testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing using t-tests and F-tests using IBM SPSS version 25. The results showed that Perceived Benefits, Security, and Trust partially had a positive and significant effect on the Decision to Use Digital Payments, while Service Quality had no effect on the Decision to Use Digital Payments. Simultaneously, all three variables significantly influenced the Decision to Use Digital Payments.*

**Keywords:** *Perceived Benefits, Security, Trust, Service Quality, and Decision to Use QRIS Digital Payments.*

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital QRIS pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan data primer melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling dengan jumlah populasi sebanyak 110 responden. Analisis data dilakukan menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta pengujian hipotesis dengan uji t dan uji F menggunakan uji IBM SPSS versi 25. Hasil menunjukkan bahwa secara parsial Persepsi Manfaat, Keamanan, dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital, sedangkan Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital.

**Kata Kunci :** Persepsi Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital QRIS.

## **1. Pendahuluan**

Perkembangan teknologi di zaman sekarang ini sangatlah canggih dan pesat. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya inovasi masa kini (Setyorini, 2017). Dalam era transformasi digital yang semakin luas, sistem pembayaran telah mengalami evolusi yang signifikan dari metode konvensional yang mengalami peningkatan kualitas yang pesat. Teknologi digital telah menjadi bagian dari sehari-hari seperti untuk melakukan pembayaran digital. Perubahan ini menunjukkan bahwa teknologi digital tidak hanya meningkatkan sistem pembayaran tetapi juga menawarkan cara baru untuk melakukan transaksi yang lebih praktis dan efisien, yang mengakibatkan Masyarakat

menjadi semakin terbiasa menggunakan layanan berbasis digital, sehingga teknologi pembayaran semakin penting dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Syaputri (2021) lajunya perkembangan teknologi yang ada dapat memberikan pelayanan kepada masyarakat terutama untuk memudahkan dalam melakukan berbagai transaksi, yang pada awalnya dilakukan secara manual dan membutuhkan waktu yang lama menjadi serba otomatis dengan waktu yang singkat. Informasi dan komunikasi telah mendorong inovasi dalam sektor keuangan sehingga dapat menciptakan berbagai metode pembayaran digital seperti e-wallet, mobile banking, Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS), dan metode pembayaran lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa kemajuan teknologi di bidang keuangan tidak hanya membantu, tetapi juga mendorong berbagai inovasi pembayaran kontemporer yang semakin beragam. Layanan digital seperti QRIS, mobile banking, dan e-wallet menunjukkan kemampuan transformasi digital untuk mengubah perilaku Masyarakat dalam bertransaksi secara lebih cepat, aman, dan efisien.

Transaksi digital kini menjadi fenomena global yang berkembang pesat, didorong oleh kemajuan teknologi yang menawarkan solusi pembayaran yang lebih sederhana dan efisien (Khairani et al., (2025)). Kemajuan teknologi pembayaran digital sudah menjadi alternatif untuk melakukan transaksi keuangan secara online dengan kemudahan dalam akses internet dan tingginya penetrasi smartphone menjadi pendorong utama dalam bertransaksi secara online yang menawarkan solusi pembayaran yang lebih sederhana dan efisien. Meskipun era digital menawarkan berbagai kemudahan melalui teknologi canggih, masyarakat tidak selalu dapat dengan cepat mengadopsi semua inovasi tersebut (Khairani et al., (2025)). Hal ini menunjukkan bahwa kemajuan dalam teknologi pembayaran digital telah membawa banyak inovasi dan mulai mengubah cara orang bertransaksi keuangan setiap hari. Pembayaran sehari-hari telah diubah oleh banyak inovasi dengan kemajuan teknologi pembayaran digital. Perubahan ini membuat konsumen lebih terbuka untuk metode pembayaran yang lebih praktis dan kontemporer. Dengan perkembangan teknologi pembayaran digital yang lebih sesuai dengan Masyarakat melainkan kalangan mahasiswa yang modern, ini memungkinkan munculnya berbagai alternatif pembayaran yang semakin diminati dan populer.

Pembayaran digital telah menjadi salah satu alternatif yang populer bagi konsumen untuk melakukan transaksi keuangan. Hal ini menandakan bahwa metode pembayaran modern seperti pembayaran non tunai kini sudah lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen (Azah, 2024). Mahasiswa sebagai kelompok yang memiliki karakteristik adaptif terhadap teknologi dan mempresentasikan generasi digital native menjadi segmen paling penting dalam ekosistem pembayaran digital. Saat ini pembayaran digital semakin populer di Indonesia dan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) merupakan salah satu pembayaran digital yang paling banyak digunakan dengan Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), pada tanggal 17 Januari 2019 melakukan QRIS sebagai standar untuk kode QR di Indonesia (Khairani et al., 2025).

Pelayanan transaksi yang cepat, aman, ekonomi, dan dapat diakses diberbagai tempat dan kapan saja salah satunya dengan perkembangan teknologi Fintech yaitu QRIS, dimana dengan hadirnya QRIS sebagai inovasi yang mempermudah dalam sistem pembayaran digital (Rahmawati et al., (2024)). QRIS telah menjadi salah satu metode pembayaran digital yang populer di Indonesia dengan meningkatkan

keamanan dan kemudahan dalam transaksi pembayaran, meningkatkan inklusi keuangan, dan menggunakan sistem pembayaran digital yang aman dan efektif.

Menurut Setyorini (2017) persepsi manfaat merupakan keyakinan tentang sejauh mana ia akan menjadi lebih baik dari transaksi online dengan situs web tertentu, dan berpengaruh tinggi dalam mempengaruhi minat bertransaksi secara online. Dalam pembayaran digital persepsi manfaat mencakup efisiensi transaksi, penghematan waktu saat bertransaksi, kenyamanan bertransaksi, kemudahan akses, dan sebagai prediktor signifikan dari adopsi teknologi baru, termasuk sistem pembayaran digital. Meskipun era digital menawarkan berbagai kemudahan melalui teknologi canggih, masyarakat tidak selalu dapat dengan cepat mengadopsi semua inovasi tersebut (Khairani et al., (2025). Menurut penelitian Hidayatullah et al., (2023) persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan pembayaran digital, sedangkan menurut Setyorini (2017) persepsi manfaat tidak berpengaruh dalam minat bertransaksi.

Menurut Darista dan Mujilan (2021) dalam Khairani et al., (2025) peningkatan kepercayaan terhadap keamanan transaksi digital juga berperan penting dalam mendorong adopsi pembayaran digital. Faktor keamanan memegang peranan vital dalam keputusan pembayaran digital. Dalam konteks ini, keamanan mencakup kekhawatiran akan kebocoran data pribadi, penipuan, pencurian identitas, dan berbagai risiko keamanan. Sedangkan faktor kepercayaan mencakup keyakinan penggunaan terhadap integritas, kompetensi, dan *benevolence* dari penyedia layanan pembayaran digital. Menurut Alfari (2023) keamanan dianggap lebih praktis dengan tingkat keamanan yang tinggi dengan berpengaruh positif terhadap penggunaan pembayaran digital, sedangkan menurut Nursiam et al., (2020) keamanan tidak mempengaruhi keputusan menggunakan pembelian produk secara online.

Menurut Morgan dan Hunt (1994) dalam Nurdiansyah et al., (2022) menuturkan bahwa kepercayaan ada ketika salah satu pihak yang melakukan pembayaran digital memiliki keyakinan dalam pertukaran sebuah kendala. Kepercayaan ini terbentuk dari keyakinan pengguna terhadap keamanan sistem, integritas penyedia layanan, serta kemampuan penyedia dalam menjaga kerahasiaan dan perlindungan data pribadi. Menurut Setyorini (2017) kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan transaksi digital, sedangkan menurut Khairani et al., (2025) kepercayaan tidak berpengaruh dalam minat penggunaan pembayaran digital.

Kualitas (quality) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler & Keller, 2009) dalam Sigit et al., (2017). Kualitas layanan merupakan faktor multidimensi yang mencakup responsivitas, reliabilitas, jaminan, empati, dan bukti fisik dari layanan digital yang diberikan. Dalam konteks ini mencakup aspek-aspek seperti kecepatan pemrosesan transaksi, ketepatan pencatatan, kemudahan penggunaan antarmuka, ketersediaan layanan serta penanganan layanan. Menurut Sari et al., (2019) kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap minat bertransaksi melalui pembayaran digital, sedangkan menurut Syaputri, (2021) kualitas layanan berpengaruh terhadap minat penggunaan pembayaran digital.

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam sistem pembayaran, khususnya melalui penggunaan pembayaran digital berbasis *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Bank Indonesia mencatat bahwa penggunaan QRIS terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun seiring dengan kebijakan *less cash society* dan meningkatnya preferensi masyarakat terhadap

transaksi non-tunai, termasuk di kalangan mahasiswa. Mahasiswa memanfaatkan QRIS untuk berbagai transaksi sehari-hari karena dinilai praktis, cepat, dan efisien. Namun, dalam konteks akuntansi, penggunaan pembayaran digital tidak hanya memberikan manfaat kemudahan transaksi, tetapi juga menimbulkan implikasi terhadap pengendalian internal, keamanan data, serta keandalan pencatatan transaksi keuangan. Meskipun QRIS menawarkan persepsi manfaat yang tinggi, masih terdapat kekhawatiran pengguna terkait keamanan sistem, tingkat kepercayaan terhadap penyedia layanan, serta kualitas layanan yang diberikan, yang berpotensi memengaruhi keputusan penggunaan pembayaran digital.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan pembayaran digital, seperti persepsi manfaat, keamanan, kepercayaan, dan kualitas layanan, namun menunjukkan hasil yang belum konsisten. Selain itu, sebagian besar penelitian masih berfokus pada pengguna umum atau pelaku usaha, sehingga kajian yang secara spesifik meneliti mahasiswa sebagai pengguna aktif QRIS masih terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya *research gap* sekaligus urgensi penelitian untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan pembayaran digital. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengintegrasian persepsi manfaat, keamanan, kepercayaan, dan kualitas layanan dalam satu model penelitian dengan objek mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keempat variabel tersebut terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital QRIS serta mengidentifikasi faktor yang paling dominan memengaruhi keputusan penggunaan.

## 2. Tinjauan Pustaka

### **Technology Acceptance Model ( TAM )**

*Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan teori yang dikembangkan oleh Davis (1989) untuk menjelaskan penerimaan dan penggunaan teknologi informasi oleh pengguna, yang menekankan bahwa intensi seseorang dalam mengadopsi teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*), yakni sejauh mana pengguna meyakini bahwa teknologi mampu meningkatkan kinerja dan produktivitas, serta persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), yaitu tingkat keyakinan pengguna bahwa teknologi tersebut mudah digunakan dan tidak memerlukan usaha yang besar dalam pengoperasiannya (Davis, 1989).

### **Theory of Planned Behavior ( TPB )**

*Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1985) menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi secara langsung oleh intensi, yang terbentuk dari tiga faktor utama, yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Sikap mencerminkan penilaian individu terhadap suatu perilaku, apakah dipandang positif atau negatif; norma subjektif menggambarkan sejauh mana individu merasakan tekanan sosial atau keyakinan bahwa orang-orang penting di sekitarnya mengharapkan mereka melakukan perilaku tersebut; sedangkan kontrol perilaku yang dirasakan menunjukkan tingkat keyakinan individu terhadap kemampuan dan kendali dirinya dalam melakukan perilaku tertentu, yang secara tidak langsung juga dapat memengaruhi perilaku aktual (Ajzen, 1985).

### **Trust Theory**

*Trust Theory* menjelaskan bahwa kepercayaan memegang peran penting dalam hubungan antara individu dan organisasi, khususnya dalam konteks pembayaran digital di mana pengguna harus yakin bahwa sistem mampu melindungi informasi

pribadi dan keuangan mereka. Kepercayaan terbentuk ketika penyedia layanan memiliki kemampuan (*ability*) untuk menjalankan sistem secara andal, menunjukkan kebaikan hati (*benevolence*) melalui niat dan tindakan yang mengutamakan kepentingan pengguna, serta memiliki integritas (*integrity*) berupa konsistensi prinsip dan nilai yang sejalan dengan pengguna. Ketiga dimensi tersebut menjadi dasar utama dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan pengguna terhadap layanan pembayaran digital (Mayer, Davis, & Schoorman, 1995).

### **Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital**

Keputusan penggunaan digunakan untuk menentukan apakah akan memanfaatkan dalam suatu pengambilan tindakan (Azah, 2024). Keputusan penggunaan pembayaran digital juga merujuk pada proses pengambilan keputusan alternatif dalam melakukan transaksi keuangan menggunakan pembayaran digital. Dapat disimpulkan bahwa keputusan penggunaan pembayaran digital adalah suatu proses pengambilan pilihan diantara alternatif yang tersedia dengan menggunakan teknologi digital sebagai basis sistem pembayaran.

### **Persepsi Manfaat Pembayaran Digital**

Persepsi manfaat merujuk pada keyakinan individu bahwa penggunaan pembayaran digital mampu memberikan nilai tambah dalam memenuhi kebutuhan transaksi, seperti efisiensi waktu, kemudahan penggunaan, dan efektivitas dalam membawa serta mengelola uang, sehingga semakin tinggi persepsi manfaat maka semakin besar pula kemungkinan seseorang mengadopsi teknologi tersebut (Khairani et al., 2025). Persepsi ini dipengaruhi oleh beberapa aspek penting, yaitu keamanan, kepercayaan, dan kualitas layanan. Keamanan berkaitan dengan perlindungan data pribadi dan informasi finansial serta keandalan sistem dalam mencegah akses tidak sah, di mana tingkat keamanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pengguna dan menurunkan persepsi risiko yang berpotensi menghambat adopsi pembayaran digital (Azah, 2024). Kepercayaan merupakan faktor kunci dalam penggunaan layanan digital, khususnya transaksi tanpa interaksi fisik, karena kepercayaan yang tinggi terhadap penyedia layanan akan mendorong niat dan keputusan penggunaan pembayaran digital (Khairani et al., 2025). Selain itu, kualitas layanan juga berperan penting, yang tercermin dari kemudahan, kecepatan, kemampuan sistem, serta sikap dan keramahan penyedia layanan dalam memenuhi harapan pengguna, sehingga mampu meningkatkan kepuasan dan keberlanjutan penggunaan pembayaran digital (Putro et al., 2014).

### **Pengembangan Hipotesis**

#### **Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital**

Menurut Dav (1989) dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi manfaat ( *perceived usefulness* ) merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem dapat meningkatkan kinerjanya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan, semakin besar kecenderungan individu untuk menggunakan teknologi.

Persepsi manfaat merupakan faktor penting dalam TAM yang akan mempengaruhi keputusan penggunaan pembayaran digital. Ketika penggunaan meyakini bahwa pembayaran digital memberikan manfaat untuk kemudahan transaksi, efisiensi waktu, dan penghematan biaya, maka akan cenderung memiliki

sikap positif terhadap keputusan penggunaan digital. Penggunaan QRIS yang *contactless* memungkinkan konsumen membayar hanya dengan sekali tap saat melakukan pembayaran (Ramadhan et al., (2023)). Dengan adanya manfaat keputusan saat menggunakan pembayaran digital sangat memudahkan bagi semua orang untuk melakukan transaksi.

Sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hidayatullah et al., (2023) menunjukkan bahwa pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan QRIS adalah berpengaruh positif signifikan. Kemudian diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Bangsa et al (2023) yang menunjukkan hasil pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan QRIS berpengaruh signifikan. Berdasarkan hasil temuan pada penelitian sebelumnya, maka penulis dalam penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut :

***H1 : Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital***

### **Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital**

Menurut (Davis, 1989) dalam TAM, faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi salah satunya adalah keyakinan bahwa sistem aman digunakan. Keamanan merupakan faktor teknologi dalam menggunakan keputusan penggunaan pembayaran digital karena transaksi keuangan melibatkan risiko dan ketidakpastian. Aspek keamanan mencakup perlindungan data pribadi dan jaminan bahwa transaksi dilakukan dengan aman dan tepat.

Persepsi keamanan adalah keyakinan pengguna bahwa sistem pembayaran digital mampu melindungi dari risiko dan menjamin keamanan transaksi terhadap keputusan pengguna *electronic payment systems* (Primadineska & Jannah, 2021). Kalangan mahasiswa dan masyarakat lainnya akan lebih cenderung menggunakan sistem pembayaran digital yang dianggap aman. Sebanding dengan hal itu menurut Siagian et al., (2022) bahwa *perceived security* berpengaruh langsung terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan *platform* pembayaran digital, serta berpengaruh tidak langsung melalui faktor kepercayaan.

Bahwa aspek keamanan memiliki peranan penting dalam membentuk keyakinan dan keputusan penggunaan untuk menggunakan layanan pembayaran digital. Sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Setyorini (2017) menemukan hasil pengaruh privasi terhadap minat transaksi *online* berpengaruh positif signifikan terhadap layanan pembayaran digital. Kemudian diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfaris (2023) menemukan hasil pengaruh persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan aplikasi pembayaran digital berpengaruh positif signifikan. Maka dalam penelitian ini penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

***H2 : Keamanan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital.***

### **Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital**

Kepercayaan merupakan faktor dalam keinginan untuk melakukan transaksi, terutama di dalam era digital yang memiliki tingkat risiko tinggi. Kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap niat untuk melakukan transaksi *online*. Dalam pembayaran digital kepercayaan sangat penting karena melibatkan perlindungan data pribadi dan jaminan bahwa transaksi berjalan dengan benar.

Menurut Kurniasari (2021) kepercayaan merupakan faktor kunci yang memengaruhi adopsi layanan pembayaran digital. Hal ini berarti bahwa banyak masyarakat dan mahasiswa cenderung menggunakan layanan pembayaran digital dengan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi. Beheri et al., (2024) juga menegaskan bahwa kepercayaan konsumen dalam sistem pembayaran digital dipengaruhi oleh kepercayaan yang tinggi membuat pengguna lebih bersedia mengadopsi dan menggunakan sistem pembayaran digital. Secara keseluruhan bahwa semakin besar kepercayaan pengguna terhadap sistem pembayaran digital, semakin besar kemungkinan menggunakan layanan tersebut.

Sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hidayatullah et al., (2023) menunjukkan hasil temuan pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan QRIS sangat berpengaruh signifikan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Setyorini (2017) mendapatkan hasil pengaruh kepercayaan terhadap minat transaksi online berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembayaran digital. Kemudian diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Khairani et al., (2025) bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna QRIS. Berdasarkan beberapa hasil penelitian sebelumnya, maka dalam penelitian ini penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

***H3 : Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital.***

### **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital**

Kualitas layanan merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan untuk menggunakan layanan penggunaan pembayaran digital. Menurut Zeithaml et al., (1988) dalam model SERVQUEL, kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Model ini sangat relevan untuk menilai kualitas layanan terhadap penggunaan pembayaran digital. Menurut Nurmanah et al., (2021) e-service quality mencerminkan kemampuan dalam memberikan layanan komprehensif berbasis teknologi informasi, sehingga mempengaruhi persepsi dan keputusan terhadap penggunaan pembayaran digital. Kualitas layanan dalam sistem pembayaran digital QRIS berperan penting bagi semua orang untuk bertransaksi secara *online*, semakin baik tingkat kualitas layanan semakin banyak keputusan pengguna untuk melakukan transaksi pembayaran digital.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nursiam et al., (2020) mendapatkan hasil adanya pengaruh positif terhadap keputusan dan kualitas layanan terhadap pembelian produk. Kemudian diperkuat dengan hasil penelitian Nurmanah et al., (2021) bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dalam melakukan transaksi pembelian secara *online*. Dalam penelitian ini, penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

***H4 : Kualitas layanan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital.***

### **3. Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori yang bertujuan menguji pengaruh persepsi manfaat, keamanan, kepercayaan, dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital QRIS. Data

primer diperoleh melalui kuesioner skala Likert 1–5 yang disebarakan secara daring kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2022, dengan teknik purposive sampling. Dari populasi 1.300 mahasiswa, ditentukan sampel sebanyak 110 responden yang menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Variabel dependen adalah keputusan penggunaan pembayaran digital, sedangkan variabel independen meliputi persepsi manfaat, keamanan, kepercayaan, dan kualitas layanan. Data dianalisis menggunakan SPSS melalui uji validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik, kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh simultan dan parsial pada taraf signifikansi 0,05, dengan kemampuan model diukur melalui nilai Adjusted  $R^2$ .

#### 4. Hasil Dan Pembahasan

##### Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, keamanan, kepercayaan, dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital. Populasi penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin sebanyak 93 responden dan ditingkatkan menjadi 110 responden untuk meningkatkan keakuratan data. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria mahasiswa pengguna QRIS yang telah menempuh mata kuliah Sistem Informasi Manajemen. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS versi 25.

##### Analisis Statistik Deskriptif

Tujuan uji statistik deskriptif adalah untuk menilai kualitas data penelitian melalui nilai mean dan standar deviasi, di mana data dikatakan baik apabila nilai mean lebih besar daripada standar deviasi. Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi Persepsi Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital :

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	110	16,00	20,00	18,5455	1,24618
X2	110	8,00	20,00	17,7909	1,76144
X3	110	8,00	15,00	13,4909	1,25432
X4	110	11,00	20,00	17,6909	1,77519
Y	110	10,00	15,00	13,7545	1,11854
Valid N (listwise)	110				

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan analisis statistik deskriptif pada Tabel 1, penelitian ini melibatkan 110 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Variabel Persepsi Manfaat (X1) memiliki nilai mean 18,55 dengan standar deviasi 1,25, yang menunjukkan responden cenderung setuju bahwa pembayaran digital memberikan manfaat dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Variabel Keamanan (X2) memperoleh nilai rata-rata 17,79 dan standar deviasi 1,76, yang mengindikasikan bahwa responden menilai sistem pembayaran digital memiliki



tingkat keamanan yang baik. Kepercayaan (X3) menunjukkan nilai mean 13,49 dengan standar deviasi 1,25, mencerminkan tingkat kepercayaan responden yang cukup tinggi terhadap layanan pembayaran digital. Selanjutnya, Kualitas Layanan (X4) memiliki nilai rata-rata 17,69 dan standar deviasi 1,78, yang menandakan penilaian positif terhadap kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan layanan. Sementara itu, variabel Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital (Y) memiliki nilai mean 13,75 dengan standar deviasi 1,12, yang menunjukkan bahwa responden cenderung setuju dan memiliki tingkat penerimaan serta penggunaan pembayaran digital yang relatif tinggi.

### Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik responden, diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 81 orang (73,64%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 29 orang (26,36%). Dari sisi usia, responden didominasi oleh mahasiswa berusia 21 tahun sebanyak 50 orang (45,45%), diikuti usia 22 tahun sebanyak 25 orang (22,73%), usia 20 tahun sebanyak 19 orang (17,27%), dan usia 23 tahun sebanyak 16 orang (14,55%). Sementara itu, berdasarkan program studi, sebagian besar responden berasal dari Program Studi Akuntansi dengan jumlah 65 orang (59,09%), disusul Program Studi Manajemen sebanyak 25 orang (22,73%) dan Program Studi Ekonomi Pembangunan sebanyak 20 orang (18,18%).

### Hasil Uji Instrumen Data

#### Uji Kualitas Data

#### Hasil Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan IBM SPSS versi 25 terhadap 110 responden untuk memastikan setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat. Pengujian dilakukan dengan metode korelasi Product Moment (Pearson Correlation) pada tingkat signifikansi 0,05, di mana suatu item dinyatakan valid apabila memiliki korelasi positif dan nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel. Dengan jumlah responden 110 orang, diperoleh derajat kebebasan sebesar 108 dan nilai  $r$  tabel sebesar 0,187, sehingga item pernyataan yang memenuhi kriteria tersebut dinyatakan valid:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung > r tabel		Sig ( 2- tailed ) < 0,05	Ket
		r hitung	r tabel = 0,187		
Persepsi Manfaat	X1.1	0,647	0,187	0.000	Valid
	X2.1	0,623	0,187	0.000	Valid
	X3.1	0,658	0,187	0.000	Valid
	X4.1	0,632	0,187	0.000	Valid
	X2.1	0,723	0,187	0.000	Valid
Keamanan	X2.2	0,660	0,187	0.000	Valid
	X2.3	0,745	0,187	0.000	Valid
	X2.4	0,672	0,187	0.000	Valid
	X3.1	0,675	0,187	0.000	Valid
Kepercayaan	X3.2	0,732	0,187	0.000	Valid
	X3.3	0,832	0,187	0.000	Valid
	X4.1	0,650	0,187	0.000	Valid
Kualitas Layanan	X4.2	0,668	0,187	0.000	Valid

	X4.3	0,570	0,187	0.000	Valid
	X4.4	0,688	0,187	0.000	Valid
Keputusan Penggunaan Pembayaran	Y1.1	0,624	0,187	0.000	Valid
	Y1.2	0,755	0,187	0.000	Valid
	Y1.3	0,729	0,187	0.000	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil pengujian validitas yang ditampilkan pada tabel 2, nilai  $r$  hitung pada seluruh item pernyataan diperoleh lebih besar dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel, serta nilai signifikasinya yang dihasilkan berada dibawah 0,05, sehingga dapat dinyatakan valid untuk keseluruhan variabel Persepsi Manfaat ( X1 ), Keamanan ( X2 ), Kepercayaan ( X3 ), Kualitas Layanan ( X4 ) terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital ( Y1 ) layak digunakan sebagai penelitian.

### Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian reliabilitas menggunakan teknik Cronbach's Alpha dengan pengolahan data melalui IBM SPSS versi 25 guna memastikan bahwa instrumen yang digunakan memiliki tingkat keandalan yang memadai :

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Hasil
Persepsi Manfaat ( X1 )	0,747	> 0,60	Reliabel
Keamanan ( X2 )	0,776	> 0,60	Reliabel
Kepercayaan ( X3 )	0,802	> 0,60	Reliabel
Kualitas Layanan ( X4 )	0,747	> 0,60	Reliabel
Keputusan Penggunaan (Y)	0,776	> 0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, nilai Croanbach's Alpha pada variabel Persepsi Manfaat ( X1 ), Keamanan ( X2 ), Kepercayaan ( X3 ), Kualitas Layanan ( X4 ) terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital ( Y ) diperoleh lebih besar dari 0,60 dan menghasilkan data yang konsisten. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam proses pengumpulan data penelitian.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov melalui pendekatan Monte Carlo agar diperoleh nilai signifikansi yang lebih akurat. Pengambilan keputusan didasarkan pada nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) dengan tingkat signifikansi 0,05, di mana data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi  $\geq 0,05$  dan dinyatakan tidak normal apabila nilai signifikansi  $< 0,05$ .

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Mento Carlo Sig. (2-tailed )	Kriteria	Keterangan
0,132	> 0,05	Distribusi Normal

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil nilai uji normalitas Kolomogorov - Smirnov dengan pendekatan Mento Carlo pada Tabel 4.6, dapat disimpulkan bahwa nilai Mento Carlo Sig (2-tailed) sebesar 0,132 > 0,05 bahwa data terdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas dalam model regresi linear berganda layak digunakan dalam penelitian ini.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi yang kuat antar variabel independen dalam model regresi, karena model regresi yang baik seharusnya bebas dari multikolinieritas. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), di mana model dinyatakan tidak mengalami multikolinieritas apabila nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF berada di bawah batas yang ditentukan.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Colinearity Tolerance	Statistics VIF	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,614	1,629	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Keamanan	0,726	1,377	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kepercayaan	0,475	2,107	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kualitas Layanan	0,651	1,536	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil tabel 5, diketahui nilai tolerance dan VIF dari Persepsi Manfaat ( X1 ) adalah 0,614 dan 1,629, nilai tolerance dan VIF dari Keamanan ( X2 ) adalah 0,726 dan 1,377, nilai tolerance dan VIF dari Kepercayaan ( X3 ) adalah 0,475 dan 2,107, dan nilai dari tolerance dan VIF dari Kualitas Layanan ( X4 ) adalah 0,651 dan 1,536. Maka dapat dinyatakan seluruh variabel dalam penelitian ini bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui adanya perbedaan varians residual dalam model regresi. Penelitian ini menggunakan metode Rank Spearman dengan menganalisis hubungan antara residual dan variabel independen. Model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan tidak adanya hubungan signifikan antara residual dan variabel independen.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig ( 2- tailed )	Kriteria	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,877	> 0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Keamanan	0,872	> 0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kepercayaan	0,511	> 0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kualitas Layanan	0,873	> 0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan paada tabel 6, diketahui bahwa setiap variabel memiliki Sig. > 0,05 diantaranya Persepsi Manfaat (X1) memiliki nilai tingkat signifikansi sebesar 0,877, Keamanan (X2) memiliki nilai tingkat signifikansi sebesar 0,872, Kepercayaan (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,511, dan Kualitas Layanan (X4) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,873. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

### Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini. Model regresi disusun berdasarkan hasil pengolahan data guna menggambarkan hubungan dan arah pengaruh antarvariabel yang diteliti, dengan hasil analisis selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel:

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2,111	1,222		1,727	0,087	
X1.PM	0,234	0,079	0,260	2,956	0,004	H1 diterima
X2.KMN	0,170	0,051	0,268	3,310	0,001	H2 diterima
X3.KP	0,231	0,089	0,259	2,585	0,011	H3 diterima
X4.KL	0,066	0,054	0,105	1,229	0,222	H4 ditolak
F <sub>sig</sub>					,000b	
F <sub>stat</sub>	26,294					
R <sup>2</sup>	0,500					
AdjR <sup>2</sup>	0,481					

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel 7 diatas, persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$KUPS = 2,111 + 0,234PM + 0,170KMN + 0,231KP + 0,066KL + e$$

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, nilai konstanta sebesar 2,111 menunjukkan bahwa ketika persepsi manfaat, keamanan, kepercayaan, dan kualitas layanan berada pada kondisi konstan, keputusan penggunaan pembayaran digital berada pada tingkat dasar tersebut. Seluruh variabel independen memiliki koefisien regresi bernilai positif, yang menandakan adanya pengaruh searah terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital. Persepsi manfaat memberikan pengaruh terbesar dengan koefisien 0,234, diikuti oleh kepercayaan sebesar 0,231 dan keamanan sebesar 0,170, yang menunjukkan bahwa peningkatan pada ketiga variabel tersebut secara nyata meningkatkan keputusan penggunaan pembayaran digital. Sementara itu, kualitas layanan juga berpengaruh positif dengan koefisien 0,066, meskipun kontribusinya relatif lebih kecil dibandingkan variabel independen lainnya.

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa model regresi dinyatakan signifikan, dengan nilai F sebesar 26,294 dan tingkat signifikansi 0,000, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat, keamanan, kepercayaan, dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital. Selanjutnya, berdasarkan uji parsial, hipotesis pertama (H1) mengenai pengaruh persepsi manfaat diterima karena berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital. Hipotesis kedua (H2) terkait keamanan juga diterima, demikian pula hipotesis ketiga (H3) mengenai kepercayaan yang terbukti berpengaruh signifikan. Sebaliknya, hipotesis keempat (H4) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital dinyatakan ditolak karena tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,481, yang menunjukkan bahwa sebesar 48,1% variasi keputusan penggunaan pembayaran digital dapat dijelaskan oleh variabel persepsi manfaat, keamanan, kepercayaan, dan kualitas layanan. Sementara itu, sebesar 51,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian yang tidak dianalisis lebih lanjut, sehingga masih terbuka peluang bagi penelitian selanjutnya untuk mengkaji variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan penggunaan pembayaran digital.

## **Pembahasan Hasil Penelitian**

### **Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital QRIS**

Berdasarkan hasil pengujian statistik pada hipotesis pertama H1, diperoleh variabel Persepsi Manfaat (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $t$  hitung sebesar 2,956 yang lebih besar dari  $t$  tabel sebesar 1,983, serta nilai signifikansi sebesar 0,004 yang lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis H1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital.

Hasil ini menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat yang dirasakan pengguna, seperti kemudahan penggunaan, efisiensi waktu, dan kepraktisan transaksi, dan berperan dalam mendorong keputusan penggunaan pembayaran digital. Semakin besar manfaat yang dirasakan, maka semakin tinggi kecenderungan pengguna untuk menggunakan pembayaran digital sebagai alat transaksi. Semakin besar manfaat yang dirasakan, maka semakin tinggi kecenderungan pengguna untuk menggunakan pembayaran digital sebagai alat transaksi. Begitu sebaliknya, apabila manfaat yang dirasakan pengguna semakin rendah, maka kecenderungan penggunaan pembayaran digital juga akan menurun.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh Syaputri (2021) Azis Hidayatullah et al. (2023) yang menyatakan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan Setyorini (2017) yang menyatakan bahwa Persepsi Manfaat tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital.

### **Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital QRIS**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua H2 menunjukkan bahwa Keamanan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung sebesar 3,310 yang lebih besar dibandingkan  $t$  tabel sebesar 1,983, serta nilai signifikan sebesar 0,001 yang lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis H2 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Keamanan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital.

Hasil ini mengindikasikan bahwa aspek keamanan, seperti perlindungan data pribadi dan keamanan transaksi menjadi pertimbangan penting bagi pengguna dalam mengambil keputusan penggunaan pembayaran digital. Tingkat keamanan yang baik akan meningkatkan rasa aman pengguna dalam bertransaksi. Begitu sebaliknya, apabila tingkat keamanan yang dirasakan pengguna rendah, maka rasa aman dalam bertransaksi juga akan menurun sehingga dapat menurunkan keputusan penggunaan pembayaran digital.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh Aisa Putri (2024) Alfari (2023) yang menyatakan bahwa Keamanan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan Hikmah (2023) Prasetya et al., (2023) yang menyatakan bahwa Keamanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital.

### **Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital QRIS**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga H3 menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,585 yang lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,983, serta nilai signifikan sebesar 0,011 yang lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis H3 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital.

Hasil ini menunjukkan bahwa Kepercayaan pengguna terhadap sistem dan penyedia layanan pembayaran mempengaruhi keputusan penggunaan. Kepercayaan yang tinggi membuat pengguna merasa yakin dalam melakukan transaksi secara digital. Begitu sebaliknya, apabila tingkat kepercayaan pengguna rendah, maka keyakinan dalam melakukan transaksi digital juga akan menurun sehingga dapat menurunkan keputusan penggunaan pembayaran digital.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh Azis Hidayatullah et al. (2023) Khairani et al., (2025) yang menyatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan Syaputri (2021) Khairani et al., 2025) yang menyatakan bahwa Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital.

#### **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital QRIS**

Hipotesis keempat H4 yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital dinyatakan tidak diterima. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 1,229 yang lebih kecil dibandingkan t tabel sebesar 1,983 (  $1,229 < 1,983$  ), serta nilai signifikan sebesar 0,222 yang lebih besar dari  $\alpha = 0,05$  (  $0,222 > 0,05$  ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital.

Hasil ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan belum menjadi faktor utama dalam menentukan keputusan penggunaan pembayaran digital. Pengguna cenderung lebih mempertimbangkan manfaat, keamanan, dan kepercayaan dibandingkan kualitas layanan yang diberikan.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh hasil peneliti Permata Sari et al. (2019) Syaputri (2021) yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital. Sedangkan hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Pratiwi (2021) Rahmawati (2023) yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital.

### **5. Kesimpulan**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi manfaat, keamanan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital QRIS pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta, sehingga hipotesis H1, H2, dan H3 dinyatakan diterima, sedangkan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan sehingga hipotesis H4 ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan QRIS lebih ditentukan oleh manfaat yang dirasakan, tingkat keamanan, dan kepercayaan pengguna dibandingkan kualitas layanan. Oleh karena itu, penyedia layanan pembayaran digital disarankan untuk terus meningkatkan kemudahan, efisiensi, keamanan sistem, serta keandalan layanan guna

menjaga dan memperkuat kepercayaan pengguna, sementara kualitas layanan perlu terus dievaluasi agar dampaknya lebih dirasakan. Bagi pengguna, diharapkan dapat menggunakan pembayaran digital secara bijak dengan memahami manfaat dan fitur keamanannya, serta bagi peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain dan memperluas cakupan responden agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dan general.

## 6. Daftar Pustaka

- Aisa Putri, D. (2024). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan keamanan terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai media pembayaran cashless society (studi kasus pada mahasiswa di wilayah Purwokerto).
- Alfaris, M. (2023). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan aplikasi pembayaran digital (e-wallet). *Jurnal*, 4(2).
- Azah, I. N. (2024). Pengaruh keamanan, kemudahan, dan kepercayaan pembayaran SPP terhadap keputusan santri dalam menggunakan pembayaran digital (studi empiris pada Pondok Pesantren Darussalam, Dukuh Waluh, Kecamatan Kembaran, Kabupaten Banyumas).
- Azis Hidayatullah, I., Wardhani, R. S., & Sumiyati. (2023). Pengaruh kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepercayaan, efektivitas, dan risiko terhadap minat menggunakan QRIS pada UMKM di Kota Pangkalpinang. <https://ijab.ubb.ac.id>
- Beheri, T., Simbawa, H., & Husain, M. K. (2024). Consumer trust in digital payment systems. *Journal of Information Systems Engineering and Management*, 2025(42s). <https://www.jisem-journal.com>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Hatma Hidayatullah, S. (2016). Pengaruh kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan internet banking (studi kasus pada Bank BRI Unit Salatiga).
- Hikmah, A. (2023). Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi keamanan terhadap kepercayaan serta dampaknya terhadap niat menggunakan e-wallet.
- Ibrahim, M., & Thaawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
- Khairani, R., Hinggo, H. T., & Nofirda, F. A. (2025). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 96–108. <https://doi.org/10.69714/bd1dz237>
- Kurniasari, F. (2021). The factors affecting the adoption of digital payment services using trust as mediating variable. *Emerging Markets: Business and Management Studies Journal*, 8(1), 15–24. <https://doi.org/10.33555/embm.v8i1.165>
- Mondego, D., & Gide, E. (2024). The impact of security, service quality, perceived usefulness, perceived ease of use, trust, and price value on users' satisfaction in

- cloud-based payment systems in Australia: A PLS-SEM analysis. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 21. <https://doi.org/10.4301/S1807-1775202421004>
- Nasih, A. M., Gati, V., & Rahayu, S. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, persepsi risiko, dan persepsi hambatan terhadap minat menggunakan QRIS yang dimediasi oleh sikap terhadap QRIS.
- Nawang Sigit, K., Soliha, E., & Stikubank Semarang. (2017). Kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 21(1), 157–168. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jkdp>
- Nur Rahmawati, L., & Fahrullah, A. (2024). Pengaruh promosi dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran digital QRIS pada Generasi Z Bojonegoro.
- Nurdiansyah, A., Pratiwi, A. S., & Kaunaini, B. N. (2022). Literature review: Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan kepuasan terhadap e-commerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(1). <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1>
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh kepercayaan (trust) dan kualitas pelayanan online (e-service quality) terhadap keputusan pembelian online shop Bukalapak. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 11–20. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384>
- Prasetya, R., & Rachma, N. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay.
- Nursiam, Merry Yanissa, A. A., & Ariani, R. K. (2020). Simplicity, price, quality of service, and safety toward the decision to purchase products through Shopee.id application. *REAKSI*. <http://journals.ums.ac.id/index.php/reaksi>
- Permata Sari, S., Pinandhita, S., & Sholikhah, H. (2019). Minat transaksi daring melalui jasa transportasi Go-Jek: Kepercayaan, kemudahan transaksional, pemahaman risiko, dan kualitas layanan.
- Primadineska, R. W., & Jannah, S. M. (2021). Perceived security and trust in electronic payment systems: How they affect the decision to use EPS during the COVID-19 pandemic. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(2). <https://doi.org/10.18196/mb.v12i2.11456>
- Putro, S. W., Samuel, H., Karina, R., & Brahmana. (2014). Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen restoran Happy Garden Surabaya.
- Ramadaey Bangsa, J., & Khumaeroh, L. (2023). The effect of perceived benefits and ease of use on the decision to use ShopeePay QRIS on digital business students of Ngudi Waluyo University. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 3(1). <http://jibaku.unw.ac.id>
- Ramadanti, S. N., Agustina, R., & Gustiana, R. (2025). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan QRIS STIE Nasional Banjarmasin. *Jurnal*, 18(1).
- Ramadhan, D., Asri, H. R., Gisijanto, H. A., Hartanti, N. D., & Setyarini, E. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, gaya hidup, dan literasi keuangan digital terhadap keputusan penggunaan QRIS pada generasi muda.
- Sebayang, N. I. T. B., & Rahmawati. (2023). Pengaruh persepsi kepercayaan dan persepsi keamanan terhadap minat penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran digital UMKM halal Kota Medan.



- Setyorini, E. (2017). Pengaruh privasi, kepercayaan, kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko terhadap minat bertransaksi secara online (studi kasus pada mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Siagian, H., Tarigan, Z. J. H., Basana, S. R., & Basuki, R. (2022). The effect of perceived security, perceived ease of use, and perceived usefulness on consumer behavioral intention through trust in digital payment platform. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 861–874. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.2.010>
- Syaputri, A. M. (2021). Pengaruh persepsi manfaat, kepercayaan, kemudahan, kualitas layanan, dan risiko terhadap minat dalam penggunaan e-banking (studi empiris pada pengguna e-banking BRI di Surakarta).
- Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.