

LAPORAN PENELITIAN TERAPAN
PERUBAHAN KEBIASAAN BELANJA AKIBAT KEBIJAKAN QRIS
SATU KODE: PERSPEKTIF KONSUMEN DI LINGKUNGAN UII



Disusun Oleh:

Anisa Ayu Charisma

22214314

PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL SARJANA TERAPAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2026

**PERUBAHAN KEBIASAAN BELANJA AKIBAT KEBIJAKAN QRIS
SATU KODE: PERSPEKTIF KONSUMEN DI LINGKUNGAN UII**

Laporan Penelitian Terapan

**Laporan penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat
menyelesaikan jenjang Sarjana Terapan Fakultas Ekonomi Universitas
Islam Indonesia**

**Anisa Ayu Charisma
22214314**

**Program Studi Bisnis Digital Sarjana Terapan
Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia
2026**

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

“Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa laporan penelitian terapan ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta, 26 Juni 2026



Anisa Ayu Charisma

HALAMAN PENGESAHAN
PERUBAHAN KEBIASAAN BELANJA AKIBAT KEBIJAKAN QRIS
SATU KODE: PERSPEKTIF KONSUMEN DI LINGKUNGAN UII



Disusun Oleh:
Anisa Ayu Charisma
22214314

Telah disetujui oleh dosen pembimbing

Pada tanggal: 16 Juni 2020

Dosen Pembimbing

(Dr. Maisaroh SE., M.Si.)

ABSTRAK

Perkembangan sistem pembayaran digital di Indonesia telah mendorong perubahan perilaku konsumen dalam melakukan transaksi. Salah satu inovasi yang mendukung perkembangan tersebut adalah Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Satu Kode yang memungkinkan berbagai aplikasi pembayaran menggunakan satu kode QR yang sama. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perubahan kebiasaan belanja yang muncul setelah mahasiswa terbiasa menggunakan QRIS Satu Kode serta faktor-faktor yang memengaruhi perubahan kebiasaan belanja mahasiswa setelah adanya penerapan QRIS Satu Kode di lingkungan Universitas Islam Indonesia (UII). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Informan penelitian terdiri dari konsumen yang berbelanja di kantin UII dan pedagang kantin sebagai informan pendukung. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, sedangkan keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan persepsi konsumen dan pedagang di kantin UII. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa mengalami perubahan kebiasaan belanja setelah terbiasa menggunakan QRIS Satu Kode yang ditandai dengan pergeseran metode pembayaran dari tunai ke digital, meningkatnya frekuensi transaksi, kemudahan dalam memantau pengeluaran melalui riwayat transaksi pada aplikasi pembayaran, serta munculnya kecenderungan melakukan pembelian secara spontan pada sebagian informan. Adapun faktor-faktor yang memengaruhi perubahan kebiasaan belanja tersebut meliputi kemudahan akses pembayaran, promosi dan cashback, pengaruh lingkungan sosial, serta efisiensi waktu. Dengan demikian, keberadaan QRIS Satu Kode tidak hanya mengubah cara konsumen melakukan transaksi, tetapi juga membentuk kebiasaan baru dalam aktivitas belanja mahasiswa di lingkungan UII.

Kata kunci: QRIS Satu Kode, kebiasaan belanja, perilaku konsumen, pembayaran digital, mahasiswa UII.

ABSTRACT

The development of digital payment systems in Indonesia has driven changes in consumer behavior in conducting transactions. One innovation supporting this development is the One Code Indonesian Standard Quick Response Code (QRIS), which allows various payment applications to use the same QR code. This study aims to determine changes in shopping habits that arise after students become accustomed to using One Code QRIS and the factors that influence changes in student shopping habits after the implementation of One Code QRIS at the Islamic University of Indonesia (UII). This study uses a qualitative method with a descriptive approach. Research informants consisted of consumers who shop at the UII canteen and canteen vendors as supporting informants. Data collection techniques were carried out through interviews, observation, and documentation, while data validity was tested using source triangulation by comparing the perceptions of consumers and vendors at the UII canteen. The results show that students experienced changes in shopping habits after becoming accustomed to using One Code QRIS, characterized by a shift in payment methods from cash to

digital, increased transaction frequency, ease in monitoring expenses through transaction history on payment applications, and the emergence of a tendency to make spontaneous purchases in some informants. The factors that influence these changes in shopping habits include ease of payment access, promotions and cashback, the influence of the social environment, and time efficiency. Thus, the existence of QRIS Satu Kode not only changes the way consumers conduct transactions but also forms new shopping habits among students at UII.

Keywords: *QRIS Satu Kode, shopping habits, consumer behavior, digital payments, UII students.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan karunia-Nya serta junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri teladan bagi seluruh umat manusia, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perubahan Kebiasaan Belanja Akibat Kebijakan QRIS Satu Kode: Perspektif Konsumen di Lingkungan UII” dengan lancar. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, doa, serta motivasi sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, kesehatan, dan lindungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dalam keadaan lancar.
2. Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri teladan bagi seluruh umat-Nya sehingga menuju jalan yang baik dan diridhai Allah.
3. Kedua orang tua tercinta, Ibu Bachrotul Lutfiana dan Ayah Priyo Yuwono yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, doa, dan pengorbanan tanpa henti sehingga penulis semangat dalam menyusun skripsi ini.
4. Saudara tercinta, Amadea Nur Yufianti dan Arijal Haris Setiawan, serta anggota keluarga lain yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.

5. Ketua Program Studi Bisnis Digital Universitas Islam Indonesia Bapak Arief Darmawan, S.E., M.M. yang telah memberikan arahan dan dukungan selama penulis menjalani perkuliahan.
6. Dosen Pembimbing Tugas Akhir Ibu Dr. Maisaroh, SE., M.Si. yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berarti selama proses magang hingga penyusunan skripsi.
7. Dosen Pembimbing Akademik Bapak Sukardi SE., M.Si. yang telah memberikan arahan dan pendampingan kepada penulis selama menjalani masa studi.
8. Seluruh dosen dan staf Program Studi Bisnis Digital Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu, pengalaman, serta membantu penulis selama menjalani perkuliahan.
9. Sahabat-sahabat penulis, Muhamad Zahran Fadlurrohman, Shinta Ayu Nandhira, Nabila Istiqomah, Khansa Bunga Sofia, Afifah Putri Wierna, Oktavia Indah Kusuma, Shinta Nurmalitasari, Isna Ajeng Saputri, Farhan Ramadhan, dan Dio Anggoro Putra yang selalu memberikan semangat, bantuan, dan kebersamaan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh informan yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini sehingga proses penelitian dapat berjalan dengan lancar.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis, dan tidak disebutkan satu-satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan perbaikan di masa mendatang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta dapat menjadi tambahan inspirasi untuk penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 16 Juni 2026

Penulis,

Anisa Ayu Charisma

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Batasan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Pengertian Belanja	9
2.2 Pengertian <i>QRIS</i> Satu Kode	11
2.3 Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior</i>)	18
2.4 Kebiasaan Belanja.....	21
2.5 Penelitian Terdahulu.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Tipe Penelitian	28
3.2 Subjek Penelitian	29
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	30
1. Sumber Data	30
2. Teknik Pengumpulan Data	31
3.5 Metode Analisis Data	33
BAB IV PEMBAHASAN.....	35
4.1 Profil Informan Penelitian.....	35
4.2 Hasil Penelitian	41
4.2.1 Hasil Wawancara	41
4.2.2 Reduksi Data	52
4.3 Pembahasan	58
4.3.1 Persepsi Konsumen terhadap <i>QRIS</i> Satu Kode	58
b. Kecepatan Transaksi	59
c. Keamanan Transaksi	60

4.3.2 Kebiasaan Belanja Konsumen Setelah Menggunakan QRIS Satu Kode	63
a. Perubahan Metode Pembayaran dari Tunai ke Digital	63
c. Perubahan Pengeluaran	66
4.3.3 Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Perubahan Kebiasaan Belanja	68
a. Kemudahan Akses Pembayaran	68
d. Efisiensi Waktu Transaksi	72
4.3.4 Kendala dalam Menggunakan QRIS	73
a. Gangguan Jaringan Internet	73
c. Kendala Biaya Administrasi	74
d. Pemahaman Digital Pengguna	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 4. 1 Profil Informan	37
Tabel 4. 2 Reduksi data.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Kantin FIAI	38
Gambar 4. 2 Kantin FH.....	38
Gambar 4. 3 Kantin FBE.....	39
Gambar 4. 4 Kantin FMIPA	39
Gambar 4. 5 Kantin FK.....	40
Gambar 4. 6 Wawancara di Kantin FH	42
Gambar 4. 7 Wawancara di Kantin FTI	44
Gambar 4. 8 Wawancara di Kantin FMIPA.....	45
Gambar 4. 9 Wawancara di Kantin FK	47
Gambar 4. 10 Wawancara di Kantin FIAI.....	51

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah membawa dampak yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, terutama dalam bidang transaksi keuangan dan kebiasaan belanja. Transformasi ini tidak hanya mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan teknologi, tetapi juga memengaruhi pola konsumsi dan gaya hidup sehari-hari (Ciputra Daeng Bani et al., 2025). Salah satu bentuk nyata dari perkembangan tersebut adalah digitalisasi sistem pembayaran yang mendorong masyarakat untuk beralih dari transaksi konvensional ke sistem pembayaran yang lebih modern. Penggunaan pembayaran non tunai (*cashless*) kini semakin meluas dan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. *Cashless* sendiri merupakan fenomena sosial ekonomi di mana masyarakat mulai meninggalkan penggunaan uang tunai dan beralih ke metode pembayaran non-tunai sebagai alat utama dalam melakukan transaksi (Zed et al., 2025). Di Indonesia, proses transformasi ini didukung oleh berbagai kebijakan pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi transaksi, memperkuat keamanan sistem pembayaran, serta memperluas inklusi keuangan di seluruh lapisan masyarakat.

Salah satu kebijakan yang memiliki pengaruh besar dalam mendorong digitalisasi pembayaran di Indonesia adalah implementasi *QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)* dengan konsep “satu kode” untuk berbagai jenis pembayaran digital. Kebijakan ini menjadi langkah strategis dalam

menyederhanakan sistem pembayaran yang sebelumnya terfragmentasi oleh berbagai penyedia layanan. Penerapan *QRIS* tidak hanya berdampak pada konsumen, tetapi juga memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang merupakan tulang punggung perekonomian di Indonesia. UMKM seringkali menghadapi berbagai kendala dalam meningkatkan penjualan, terutama yang berkaitan dengan kebutuhan sistem pembayaran yang cepat, praktis, dan aman (Andhika et al., 2025). Dengan adanya *QRIS*, pelaku UMKM dapat lebih mudah menerima berbagai metode pembayaran digital tanpa harus menyediakan banyak perangkat atau sistem yang berbeda (Evi Rosalina Widyayanti, 2024).

QRIS satu kode memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi hanya dengan menggunakan satu jenis kode *QR* yang dapat dipindai melalui berbagai aplikasi pembayaran digital. Hal ini tentu memberikan kemudahan yang signifikan bagi konsumen karena mereka tidak perlu lagi menyesuaikan dengan banyak kode *QR* dari masing-masing penyedia layanan. Selain itu, bagi pelaku usaha, penggunaan *QRIS* juga memberikan kemudahan dalam proses transaksi serta pencatatan keuangan yang menjadi lebih terstruktur dan efisien. Dengan demikian, *QRIS* dapat dipahami sebagai sebuah sistem yang berperan sebagai jembatan yang mengintegrasikan berbagai platform pembayaran dalam satu ekosistem yang terpadu. Kondisi ini sejalan dengan tujuan pengembangan *QRIS* yang relevan dengan karakteristik generasi Z, yang dikenal sangat dekat dengan teknologi serta cenderung memilih solusi yang cepat, praktis, dan efisien dalam kehidupan sehari-hari (Zed et al., 2025).

(Afrizal Sulwani Husna & Megananda Tarada Berlian, 2025) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan individu dalam menggunakan *QRIS*. Kemudahan ini merujuk pada tingkat kepraktisan suatu sistem, yaitu sejauh mana seseorang merasa bahwa penggunaan sistem tersebut tidak membutuhkan usaha yang besar dan dapat dilakukan dengan mudah. Kemudahan yang ditawarkan oleh *QRIS* tidak hanya berdampak pada aspek teknis dalam proses transaksi, tetapi juga memiliki potensi untuk mengubah perilaku serta kebiasaan belanja konsumen. Sebelum adanya sistem pembayaran digital yang terintegrasi, masyarakat pada umumnya masih mengandalkan uang tunai atau metode pembayaran konvensional lainnya. Namun, dengan hadirnya *QRIS*, proses pembayaran menjadi lebih cepat, praktis, dan sering kali disertai dengan berbagai promo menarik seperti diskon atau *cashback*, yang pada akhirnya dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Di lingkungan kampus, khususnya Universitas Islam Indonesia (UII), fenomena penggunaan *QRIS* dalam transaksi menjadi hal yang menarik untuk dikaji lebih lanjut. Mahasiswa sebagai kelompok yang relatif melek teknologi dan memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap perubahan cenderung lebih cepat dalam mengadopsi sistem pembayaran digital. Selain itu, lingkungan kampus yang didukung oleh berbagai fasilitas seperti kantin, koperasi, serta usaha mikro di sekitar kampus yang telah mengimplementasikan *QRIS* turut mempercepat proses adopsi tersebut. Dalam konteks ini, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pengguna, tetapi juga menjadi bagian dari ekosistem digital yang terus berkembang dan bertransformasi.

Menurut (Astiansyah & Damayanti, 2024) generasi Z cenderung memiliki persepsi positif terhadap penggunaan *QRIS* karena dianggap lebih praktis, cepat, dan efisien dibandingkan metode pembayaran tradisional. Penggunaan *QRIS* dinilai mampu menghemat waktu serta mengurangi ketergantungan terhadap uang tunai. Namun demikian, perubahan kebiasaan belanja yang terjadi akibat penggunaan *QRIS* tidak selalu membawa dampak positif. Di satu sisi, kemudahan transaksi memang meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam berbelanja. Namun di sisi lain, kemudahan tersebut juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan. Transaksi yang dapat dilakukan dengan cepat tanpa menggunakan uang tunai sering kali membuat konsumen kurang menyadari jumlah pengeluaran yang telah dilakukan, sehingga kontrol terhadap keuangan pribadi menjadi lebih lemah, terutama di kalangan mahasiswa yang masih dalam tahap belajar mengelola keuangan.

Menurut (To'at et al., 2025), individu dapat mengatur keuangan yang baik cenderung lebih percaya dalam menggunakan layanan pembayaran digital. Meskipun demikian, faktor kepercayaan bukanlah satu-satunya faktor utama yang memengaruhi penggunaan layanan tersebut. Banyak individu yang lebih tertarik menggunakan *QRIS* karena manfaat dan kemudahan yang dirasakan secara langsung. Selain itu, terdapat berbagai faktor lain yang juga dapat memengaruhi perubahan kebiasaan belanja, seperti cara mengatur keuangan, pengaruh lingkungan sosial, serta intensitas penggunaan aplikasi pembayaran digital. Perbedaan tingkat pemahaman mahasiswa dalam mengelola keuangan digital juga menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Oleh karena itu, diperlukan

pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana kebijakan *QRIS* satu kode benar-benar berdampak terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, khususnya di lingkungan UII.

Penelitian mengenai perubahan kebiasaan belanja ini menjadi sangat relevan untuk dilakukan karena dapat memberikan gambaran nyata mengenai dampak kebijakan digitalisasi pembayaran dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara akademis maupun praktis. Dari sisi akademis, penelitian ini dapat memperkaya kajian mengenai perilaku konsumen di era digital, khususnya yang berkaitan dengan penggunaan sistem pembayaran modern. Sementara itu, dari sisi praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak kampus, pelaku usaha, maupun pembuat kebijakan dalam merancang strategi yang lebih efektif dalam mengelola serta mengedukasi penggunaan sistem pembayaran digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini akan berfokus pada bagaimana kebijakan *QRIS* satu kode memengaruhi perubahan kebiasaan belanja mahasiswa di lingkungan UII. Penelitian ini diharapkan mampu mengidentifikasi pola-pola perubahan yang terjadi, faktor-faktor yang memengaruhinya, serta dampak yang ditimbulkan, baik dari sisi positif maupun negatif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memandang *QRIS* sebagai alat pembayaran semata, tetapi juga sebagai fenomena sosial yang memiliki pengaruh luas terhadap perilaku konsumen dalam kehidupan sehari-hari.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perubahan kebiasaan belanja yang muncul setelah mahasiswa terbiasa menggunakan *QRIS* Satu Kode?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi perubahan kebiasaan belanja mahasiswa setelah adanya penerapan *QRIS* Satu Kode?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis bagaimana perubahan kebiasaan belanja mahasiswa setelah menggunakan *QRIS* Satu Kode.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan kebiasaan belanja mahasiswa UII terkait penggunaan *QRIS* Satu Kode.

1.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini secara khusus difokuskan pada konsumen yang berada di lingkungan Universitas Islam Indonesia (UII) yang melakukan aktivitas transaksi menggunakan *QRIS* sebagai metode pembayaran dalam kegiatan jual beli. Subjek penelitian dibatasi pada individu yang telah terbiasa menggunakan *QRIS* dalam transaksi sehari-hari, baik di dalam area kampus maupun di sekitar lingkungan UII. Pembatasan ini dilakukan agar penelitian dapat lebih terarah dan mampu menggambarkan secara jelas bagaimana penggunaan *QRIS* memengaruhi perilaku serta kebiasaan transaksi konsumen. Dengan demikian, data yang diperoleh diharapkan lebih relevan, spesifik, dan sesuai dengan konteks penelitian yang sedang dikaji.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang perilaku konsumen dan sistem pembayaran digital yang saat ini terus berkembang. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi akademik yang relevan dalam memahami bagaimana kebijakan *QRIS* Satu Kode memengaruhi pola belanja serta preferensi konsumen, terutama di kalangan mahasiswa sebagai kelompok yang aktif menggunakan teknologi digital. Selain itu, temuan dalam penelitian ini juga diharapkan mampu memperkaya literatur yang berkaitan dengan adopsi teknologi pembayaran digital, khususnya dalam konteks lingkungan perguruan tinggi. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa dengan sudut pandang yang lebih luas atau metode yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, khususnya pelaku usaha di lingkungan UII. Hasil penelitian ini dapat membantu pelaku usaha dalam memahami perubahan perilaku belanja konsumen setelah diterapkannya *QRIS* Satu Kode, sehingga mereka dapat menyesuaikan strategi transaksi, sistem pembayaran, serta pelayanan yang diberikan agar lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi mahasiswa sebagai konsumen untuk lebih memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku belanja mereka di era digital. Dengan pemahaman tersebut, diharapkan mahasiswa dapat

lebih bijak dalam melakukan transaksi, terutama dalam mengelola pengeluaran dan memanfaatkan kemudahan sistem pembayaran digital secara optimal.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Belanja

Belanja merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang melekat dalam kehidupan sehari-hari individu sebagai upaya untuk memenuhi berbagai kebutuhan hidup. Pada dasarnya, belanja dapat diartikan sebagai kegiatan memperoleh barang atau jasa dengan menukarkan sejumlah nilai tertentu, umumnya dalam bentuk uang (Herdioko & Widya, 1875). Namun demikian, makna belanja tidak hanya berhenti pada aktivitas transaksi semata. Lebih luas lagi, belanja mencerminkan suatu proses yang sistematis, mulai dari tahap perencanaan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga proses pemilihan dan perolehan barang atau jasa yang diinginkan. Selain itu, dalam pelaksanaannya, aktivitas belanja juga harus memperhatikan aturan dan ketentuan yang berlaku agar setiap tindakan yang dilakukan dapat dipertanggungjawabkan secara rasional maupun administratif (Rismawan et al., 2024). Oleh karena itu, belanja dapat dipahami sebagai rangkaian aktivitas yang terstruktur, terarah, dan memiliki tujuan yang jelas dalam rangka memenuhi kebutuhan individu secara efektif dan efisien.

Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen umumnya bertindak secara rasional dengan mempertimbangkan manfaat yang akan diperoleh dari suatu produk atau jasa. Mereka akan menilai sejauh mana produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan serta harapan yang dimiliki. Ketika manfaat yang dirasakan sesuai atau bahkan melampaui ekspektasi, maka tingkat kepuasan konsumen akan meningkat dan berpotensi mendorong terjadinya pembelian ulang di masa

mendatang. Di sisi lain, konsumen juga dihadapkan pada adanya ketidakpastian terkait risiko yang mungkin timbul dari penggunaan produk, yang dikenal sebagai *perceived risk*. Risiko ini dapat berupa kerugian finansial, ketidaksesuaian kualitas, maupun kekhawatiran lainnya. Menariknya, dalam banyak situasi, keputusan konsumen tidak selalu didasarkan pada kondisi objektif, melainkan lebih dipengaruhi oleh bagaimana mereka mempersepsikan risiko tersebut (Niazi & Luhur, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa aspek psikologis memiliki peranan penting dalam membentuk perilaku pembelian konsumen.

Meskipun teknologi telah memberikan berbagai kemudahan, faktor sosial tetap memiliki pengaruh yang kuat, terutama dalam konteks masyarakat Asia, termasuk Indonesia. Lingkungan sosial seperti keluarga, teman, dan orang terdekat masih menjadi sumber referensi utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Rekomendasi yang diberikan oleh orang-orang terpercaya sering kali menjadi pertimbangan penting sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk secara *online*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan terhadap sumber informasi memiliki peran yang signifikan dalam membentuk sikap dan preferensi konsumen. Bahkan, dalam banyak kasus, konsumen akan merasa lebih yakin dan aman dalam melakukan transaksi apabila mendapatkan dukungan atau rekomendasi dari lingkungan sosialnya (Simamora Awy Apriani Ningrum & Fatira Marlya, 2019). Dengan demikian, pengaruh sosial tidak dapat dipisahkan dari dinamika perilaku belanja, khususnya dalam era digital.

Berdasarkan keseluruhan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat belanja, khususnya dalam konteks belanja *online* pada platform *e-commerce* seperti

Tokopedia, merupakan hasil dari interaksi berbagai faktor yang kompleks dan saling berkaitan. Faktor internal seperti kebutuhan, persepsi, dan pengalaman individu berperan dalam membentuk preferensi konsumen, sementara faktor eksternal seperti pengaruh sosial dan perkembangan teknologi turut memperkuat kecenderungan tersebut. Selain itu, pertimbangan terhadap manfaat yang diperoleh serta risiko yang dirasakan dalam bertransaksi secara digital juga menjadi aspek penting dalam proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu, minat belanja *online* tidak dapat dipandang sebagai perilaku yang sederhana, melainkan sebagai hasil dari kombinasi berbagai faktor psikologis, sosial, dan teknologi yang saling berinteraksi dalam membentuk keputusan konsumen.

2.2 Pengertian *QRIS* Satu Kode

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) merupakan salah satu inovasi dalam sistem pembayaran digital yang diluncurkan oleh Bank Indonesia. Inovasi ini dikembangkan melalui kerja sama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia sebagai bentuk upaya untuk memodernisasi sistem transaksi keuangan di Indonesia (Yugo Dwi Satrio, Tri Intang Dewana, 2024). Kehadiran *QRIS* memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi karena cukup menggunakan satu kode *QR* yang dapat dipakai di berbagai aplikasi pembayaran. Selain itu, *QRIS* juga membantu menciptakan sistem pembayaran yang lebih efisien dan terstandarisasi. Bagi pelaku usaha, terutama UMKM, penggunaan *QRIS* mempermudah proses penerimaan pembayaran non-tunai tanpa harus menyediakan banyak jenis kode *QR*, sehingga dapat memperluas akses pasar dan mendorong

peningkatan inklusi keuangan. Selain itu, penggunaan *QRIS* juga diharapkan dapat membuat proses pembayaran menjadi lebih praktis, cepat, dan aman bagi masyarakat (Nadhifa Alifia, Erwin Pratama, n.d.)

Perkembangan teknologi informasi yang didorong oleh revolusi internet telah membawa perubahan besar dalam industri jasa keuangan, khususnya pada layanan berbasis digital. Inovasi di bidang *financial technology (fintech)* menjadi salah satu faktor penting dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi digital serta memperluas inklusi keuangan di berbagai negara, termasuk Indonesia. Salah satu sektor *fintech* yang mengalami perkembangan paling signifikan adalah sistem pembayaran, yang ditandai dengan peralihan dari transaksi tunai ke nontunai yang lebih praktis, cepat, dan efisien. Saat ini, masyarakat semakin terbiasa menggunakan berbagai layanan pembayaran digital, seperti dompet elektronik dan *mobile banking*, dalam aktivitas sehari-hari (Rehatalanit, 2021). Hal ini menunjukkan adanya perubahan perilaku konsumen yang cenderung mengutamakan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi, seiring dengan meningkatnya pemanfaatan teknologi digital dalam kehidupan ekonomi modern.

Sebagai bentuk standarisasi dalam sistem pembayaran digital, Bank Indonesia memperkenalkan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* pada 17 Agustus 2019 yang kemudian diimplementasikan secara nasional mulai 1 Januari 2020. *QRIS* merupakan standar kode *QR* nasional yang mengintegrasikan berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) ke dalam satu sistem terpadu, sehingga memungkinkan transaksi dilakukan hanya dengan satu kode *QR* untuk berbagai aplikasi pembayaran. Teknologi *QR code* yang digunakan dalam

QRIS merupakan kode dua dimensi yang mampu menyimpan data secara cepat dan akurat, sehingga mendukung efisiensi dalam proses transaksi digital . Dengan adanya sistem ini, merchant tidak lagi memerlukan banyak kode *QR* dari berbagai penyedia layanan, melainkan cukup menggunakan satu kode yang dapat menerima pembayaran dari berbagai platform (Yugo Dwi Satrio, Tri Intang Dewana, 2024).

Meningkatnya penggunaan *QRIS* turut mendorong terbentuknya fenomena *cashless society*, yaitu kondisi di mana masyarakat lebih mengandalkan sistem pembayaran nontunai dalam aktivitas ekonominya. *QRIS* dirancang untuk memberikan kemudahan, efisiensi, serta keamanan dalam transaksi digital, sekaligus memudahkan pengawasan oleh regulator karena telah memiliki standar yang seragam. *QRIS* juga berfungsi sebagai platform pembayaran terintegrasi yang dapat diakses melalui berbagai layanan keuangan digital yang telah memperoleh izin resmi, seperti dompet digital dan layanan perbankan berbasis aplikasi (Mohammad Rafki Nazar, Utari Arifah, Serena Maharani Fitri, Syifa' Aulia Santika Putri, 2023). Berikut manfaat penggunaan *QRIS* menurut para ahli:

1. Memudahkan Transaksi Digital

Penggunaan *QRIS* sebagai metode pembayaran membuat proses transaksi menjadi jauh lebih praktis dan efisien, baik bagi pengguna maupun *merchant*. Pengguna hanya perlu memindai kode *QR* yang tersedia, memasukkan nominal pembayaran, lalu memberi informasi dengan *pin* atau *password* tanpa perlu menghitung uang secara manual. Selain itu, keberadaan dompet digital juga membantu pengguna untuk tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah besar, sehingga lebih aman dan nyaman. Dari sisi *merchant*, sistem ini juga sangat

membantu karena pembayaran dapat langsung terverifikasi secara otomatis melalui notifikasi yang masuk. Dengan kemudahan tersebut, *QRIS* mampu mempercepat proses transaksi sekaligus meningkatkan pengalaman berbelanja yang lebih modern dan efisien (Pratiwi, 2023).

2. Mendorong Inklusi Keuangan

QRIS bermanfaat dalam memperluas akses layanan keuangan bagi seluruh lapisan masyarakat tanpa terkecuali. Tidak hanya bagi mereka yang sudah memiliki rekening bank, masyarakat yang belum terhubung dengan layanan perbankan pun tetap dapat melakukan transaksi melalui berbagai aplikasi pembayaran digital seperti *ShopeePay*, *GoPay*, dan Dana. Hal ini memberikan peluang bagi masyarakat untuk mulai mengenal dan memanfaatkan layanan keuangan formal dengan lebih mudah. Selain itu, akses yang lebih luas ini juga mendorong masyarakat untuk lebih bijak dalam mengelola keuangan mereka, karena transaksi menjadi lebih tercatat dan terkontrol. Dalam jangka panjang, peningkatan inklusi keuangan ini dapat mendukung pertumbuhan ekonomi yang lebih merata dan berkelanjutan (Muslimawati, 2024).

3. Efisiensi dan Keamanan

QRIS menawarkan keunggulan dalam hal efisiensi waktu karena transaksi dapat dilakukan dengan cepat hanya dalam beberapa detik. Hal ini tentu sangat membantu dalam situasi yang membutuhkan kecepatan, seperti saat antrian panjang di kasir. Selain itu, dari segi keamanan, *QRIS* berada di bawah pengawasan Bank Indonesia sebagai lembaga resmi yang mengatur sistem pembayaran di Indonesia. Setiap transaksi yang dilakukan telah melalui sistem keamanan yang

terstandarisasi, sehingga dapat meminimalkan risiko penipuan atau kesalahan transaksi. Dengan demikian, pengguna maupun merchant dapat merasa lebih aman dan nyaman dalam melakukan transaksi digital (Rispanyo, 2026).

4. Pengembangan Ekonomi Digital

Penggunaan *QRIS*, terutama di kalangan pelaku UMKM, memiliki manfaat besar dalam mendorong perkembangan ekonomi digital di Indonesia. Dengan adanya *QRIS*, UMKM dapat lebih mudah menerima pembayaran secara digital dari berbagai aplikasi tanpa perlu menyediakan banyak metode pembayaran yang berbeda. Hal ini tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga memperluas jangkauan pasar karena konsumen semakin terbiasa dengan pembayaran nontunai. Selain itu, digitalisasi pembayaran ini juga membantu UMKM dalam pencatatan keuangan yang lebih rapi dan transparan. Dengan semakin banyaknya pelaku usaha yang mengadopsi *QRIS*, maka pemerataan digitalisasi ekonomi dapat tercapai dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (Istanti et al., 2026).

5. Mendukung Transformasi Digital

QRIS menjadi salah satu alat yang efektif dalam mendorong transformasi digital, khususnya di sektor perdagangan dan jasa. Melalui kemudahan yang ditawarkan, pelaku UMKM mulai beralih dari sistem pembayaran konvensional berbasis tunai ke sistem digital yang lebih modern. Transformasi ini tidak hanya berdampak pada metode pembayaran, tetapi juga mendorong pelaku usaha untuk mulai memanfaatkan teknologi dalam aspek lain, seperti pencatatan keuangan, pemasaran, dan manajemen usaha. Selain itu, langkah ini juga sejalan dengan program pemerintah dalam mempercepat digitalisasi ekonomi nasional. Dengan

demikian, *QRIS* tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai pendorong perubahan menuju ekosistem digital yang lebih luas (Tambunan et al., 2022).

6. Mengurangi Ketergantungan Pada Uang Tunai

Adopsi *QRIS* secara luas dapat mengurangi penggunaan uang tunai dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Ketika masyarakat sudah terbiasa menggunakan pembayaran digital, kebutuhan untuk membawa uang fisik akan semakin berkurang. Hal ini memberikan dampak positif, seperti meningkatnya keamanan karena risiko kehilangan atau pencurian uang tunai dapat diminimalkan. Selain itu, dari sisi negara, pengurangan penggunaan uang tunai juga dapat menekan biaya operasional yang berkaitan dengan pencetakan, distribusi, dan pengamanan uang fisik. Dengan demikian, peralihan ke sistem pembayaran digital melalui *QRIS* dapat menciptakan sistem keuangan yang lebih efisien, aman, dan modern (Muslimawati, 2024).

Dari sisi manfaat, pengguna terkadang menghadapi risiko juga seperti hambatan teknis seperti kode *QR* yang sulit terbaca sehingga proses transaksi harus diulang serta berpotensi seperti ancaman kejahatan siber yang dapat mengganggu keamanan data dan saldo pengguna. Berikut beberapa risiko *QRIS* menurut para ahli:

1. Gangguan Sistem Akibat Koneksi Internet

Salah satu risiko utama dalam penggunaan *QRIS* adalah ketergantungan yang tinggi terhadap koneksi internet. Dalam praktiknya, kelancaran transaksi sangat dipengaruhi oleh kualitas jaringan yang digunakan, baik dari sisi pengguna

maupun *merchant*. Jika koneksi internet tidak stabil atau mengalami gangguan, maka proses pembayaran bisa menjadi lambat, tertunda, bahkan gagal dilakukan. Kondisi ini tentu dapat menghambat aktivitas transaksi, terutama pada situasi yang membutuhkan kecepatan seperti saat antrian panjang. Selain itu, gangguan jaringan juga dapat menimbulkan ketidaknyamanan dan menurunkan kepercayaan pengguna terhadap sistem pembayaran digital. Oleh karena itu, kestabilan internet menjadi faktor penting dalam menunjang efektivitas penggunaan *QRIS* (Tambunan et al., 2022).

2. Risiko Keamanan dan Potensi Penipuan

Walaupun *QRIS* menawarkan kemudahan dan dinilai lebih aman dibandingkan membawa uang tunai, masih terdapat risiko terkait keamanan yang perlu diperhatikan. Salah satu kekhawatiran yang sering muncul adalah potensi penipuan, seperti penggunaan kode *QR* palsu atau penyalahgunaan data oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Berdasarkan hasil wawancara, beberapa pengguna mengaku merasa lebih aman menggunakan *QRIS*, tetapi tetap berhati-hati dalam setiap transaksi yang dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan terhadap keamanan teknologi sangat memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan *QRIS*. Semakin tinggi persepsi keamanan yang dirasakan, maka semakin besar pula kemungkinan teknologi tersebut diterima oleh masyarakat. Sebaliknya, jika risiko keamanan masih diragukan, maka adopsi teknologi bisa terhambat (Andhika et al., 2025).

3. Ketidaknyamanan Dalam Peralihan ke Sistem *Cashless*

Peralihan dari sistem pembayaran tunai ke non-tunai melalui *QRIS* juga menimbulkan tantangan tersendiri, terutama bagi sebagian masyarakat yang belum terbiasa dengan teknologi digital. Tidak semua individu merasa nyaman menggunakan sistem *cashless*, karena adanya keterbatasan pemahaman, kebiasaan lama yang sulit diubah, atau kekhawatiran terhadap kesalahan dalam penggunaan aplikasi. Kondisi ini dapat menyebabkan sebagian orang lebih memilih tetap menggunakan uang tunai karena dianggap lebih sederhana dan mudah dipahami. Selain itu, adaptasi terhadap teknologi baru juga membutuhkan waktu dan proses pembelajaran. Oleh karena itu, meskipun *QRIS* memberikan banyak kemudahan, tetap diperlukan edukasi dan sosialisasi yang lebih luas agar masyarakat dapat beradaptasi dengan baik terhadap perubahan pola transaksi ini (Istanti et al., 2026).

2.3 Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior*)

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) merupakan salah satu bidang kajian yang telah lama menjadi perhatian dalam ilmu pemasaran karena memiliki peran yang sangat penting dalam memahami bagaimana individu maupun kelompok membuat keputusan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Pemahaman terhadap perilaku konsumen menjadi hal yang krusial, khususnya bagi pelaku usaha, pemasar, maupun produsen, karena dapat menjadi dasar dalam merancang produk dan strategi pemasaran yang sesuai dengan preferensi konsumen, termasuk dalam konteks produk berkelanjutan atau ramah lingkungan (Kristofani et al., 2022). Secara umum, perilaku konsumen dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas yang melibatkan proses memilih, membeli, menggunakan,

hingga mengevaluasi dan bahkan membuang produk atau jasa (Aditya Wardhana, 2025). Dengan demikian, perilaku konsumen tidak hanya berfokus pada tindakan pembelian semata, tetapi juga mencakup keseluruhan proses pengambilan keputusan yang mendasari tindakan tersebut.

Lebih lanjut, perilaku konsumen juga mencerminkan keterlibatan individu secara langsung dalam memperoleh dan menggunakan barang atau jasa, termasuk proses pengambilan keputusan baik sebelum maupun sesudah pembelian dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkelanjutan dan tidak berhenti pada tahap transaksi saja. Perilaku konsumen mencakup proses ketika individu atau kelompok memutuskan untuk menggunakan atau bahkan tidak menggunakan suatu produk. Selain itu, menurut (Fina Stia Maharani, Drs. Wagiman, & Dra. Wahyu Murti Utami, n.d.), perilaku konsumen merujuk pada tindakan pembelian yang dilakukan oleh konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga, dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumsi pribadi. Dalam perspektif yang lebih luas, perilaku konsumen melibatkan proses pertukaran yang mencakup perolehan, konsumsi, serta pembuangan produk, jasa, pengalaman, maupun ide, sehingga menunjukkan bahwa perilaku konsumen memiliki cakupan yang sangat luas dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam memahami perilaku konsumen, terdapat beberapa pendekatan atau perspektif yang dapat digunakan untuk melihat bagaimana konsumen mengambil keputusan. (Aditya Wardhana, 2025) mengemukakan bahwa perilaku konsumen dapat ditinjau dari perspektif pengambilan keputusan (*decision making perspective*), perspektif pengalaman (*experiential perspective*), serta perspektif

pengaruh lingkungan. Dalam perspektif pengambilan keputusan, konsumen dianggap sebagai individu yang rasional yang mempertimbangkan berbagai alternatif sebelum menentukan pilihan. Namun, dalam perspektif pengalaman, konsumen tidak selalu bertindak secara rasional, melainkan seringkali dipengaruhi oleh emosi, kesenangan, serta keinginan untuk memperoleh pengalaman tertentu. Selain itu, proses pembelian juga melibatkan interaksi antara konsumen dan perusahaan dalam bentuk pertukaran nilai, yang menunjukkan adanya hubungan timbal balik dalam aktivitas ekonomi. Dengan demikian, perilaku konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh logika, tetapi juga oleh faktor emosional dan situasional.

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam diri individu maupun dari lingkungan sosial di sekitarnya. Faktor internal seperti motivasi, kepribadian, sikap, persepsi, selera, serta risiko yang dirasakan memiliki peran penting dalam membentuk keputusan pembelian. Di sisi lain, faktor eksternal seperti keluarga, teman, serta lingkungan sosial juga turut memengaruhi preferensi dan perilaku konsumsi individu (Dyanasari & Harwiki, 2018). Hal ini sejalan dengan *Theory of Planned Behaviour* yang dikemukakan oleh (Auliya & Arransyah, 2023), yang menjelaskan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku, termasuk dalam hal membeli, dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku tersebut, norma subjektif, serta persepsi kontrol perilaku. Sikap dalam hal ini mencerminkan penilaian individu terhadap suatu objek, apakah dianggap menguntungkan atau merugikan. Oleh karena itu, keputusan pembelian merupakan hasil dari interaksi berbagai faktor yang saling memengaruhi.

Secara praktis, pemahaman terhadap perilaku konsumen memiliki dampak yang sangat besar dalam dunia pemasaran. Pemahaman ini tidak hanya penting untuk menarik konsumen baru, tetapi juga untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada agar tetap loyal terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Tingkat kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberlanjutan hubungan antara konsumen dan perusahaan. Konsumen yang merasa puas cenderung akan melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan produk kepada orang lain. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang tepat dan berkelanjutan agar konsumen tidak hanya tertarik untuk membeli, tetapi juga memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang (Simamora Awy Apriani Ningrum & Fatira Marlya, 2019). Dengan demikian, perilaku konsumen dapat dipahami sebagai suatu proses yang kompleks yang melibatkan interaksi antara faktor psikologis, sosial, dan situasional dalam menentukan keputusan pembelian.

2.4 Kebiasaan Belanja

Kebiasaan belanja merupakan pola perilaku konsumen yang terbentuk dari aktivitas pembelian yang dilakukan secara berulang dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kebutuhan, preferensi, serta lingkungan sosial (Dimas et al., 2021). Dalam konteks perkembangan digital, media sosial menjadi salah satu faktor eksternal yang memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan kebiasaan tersebut. Paparan konten yang menampilkan gaya hidup mewah, glamor, dan serba instan secara tidak langsung membentuk pola pikir konsumsi yang berorientasi pada citra

dan status sosial. Remaja cenderung terdorong untuk membeli berbagai produk yang sedang tren agar dapat terlihat “setara” dengan lingkungan sosialnya, meskipun produk tersebut tidak selalu sesuai dengan kebutuhan sehari-hari (Ahmadi, 2016). Selain itu, iklan di media sosial yang dikemas secara visual menarik, ditambah dengan strategi promosi yang persuasif, mampu memengaruhi emosi dan preferensi konsumen dalam waktu singkat. Hal ini menjadikan media sosial sebagai salah satu faktor utama yang membentuk perilaku konsumtif, di mana keputusan pembelian seringkali didasarkan pada keinginan sesaat dibandingkan pertimbangan rasional (Ahmadi, 2016).

Dari sudut pandang psikologis, perubahan gaya hidup akibat pengaruh media sosial juga menimbulkan dampak yang tidak dapat diabaikan. Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi membuat individu, khususnya remaja, cenderung membandingkan diri mereka dengan orang lain yang terlihat lebih sukses atau memiliki gaya hidup lebih baik. Kondisi ini dapat memicu perasaan tidak cukup, rendah diri, hingga tekanan sosial untuk mengikuti tren yang ada. Dalam banyak kasus, hal tersebut menciptakan siklus konsumsi yang tidak sehat, di mana individu melakukan pembelian bukan karena kebutuhan, melainkan untuk memenuhi ekspektasi sosial atau meningkatkan kepercayaan diri. Selain itu, kehadiran *influencer* dan konten yang menonjolkan gaya hidup konsumtif semakin memperkuat dorongan tersebut, sehingga individu merasa perlu memiliki barang-barang tertentu agar dapat diterima dalam kelompok sosialnya (Ahmadi, 2016).

Di sisi lain, media sosial juga memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mengakses informasi produk sebelum melakukan pembelian. Saat ini,

sebagian besar konsumen cenderung mencari ulasan, rekomendasi, serta pengalaman pengguna lain melalui *platform* digital sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Interaksi yang terjadi antar pengguna maupun antara konsumen dengan *brand* turut memperkuat pengaruh media sosial dalam membentuk preferensi konsumen. Faktor seperti kemudahan berbelanja, ketersediaan informasi yang cepat, serta peluang komunikasi langsung dengan *brand* menjadi pendorong utama pergeseran perilaku belanja ke arah digital (Rispanyo, 2026). Namun demikian, kemudahan tersebut juga memiliki sisi negatif, yaitu meningkatnya kecenderungan pembelian impulsif dan pengeluaran yang tidak terencana, yang berpotensi menimbulkan masalah finansial dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penting bagi pelaku pemasaran untuk memahami karakteristik perilaku konsumen di era digital agar dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, tepat sasaran, dan relevan dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Faktor - Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen

1. Menurut (Rosda Malia, 2017), perilaku konsumen dipengaruhi oleh dua kelompok faktor utama, yaitu faktor eksternal dan internal yang saling berinteraksi dalam menentukan keputusan pembelian. Faktor eksternal mencakup budaya dan sosial, di mana budaya meliputi nilai, norma, subkultur, serta kelas sosial yang membentuk pola pikir dan kebiasaan konsumsi masyarakat. Selain itu, faktor sosial seperti kelompok, keluarga, serta peran dan status juga turut memengaruhi preferensi individu dalam memilih produk atau jasa. Sementara itu, faktor internal terdiri dari faktor pribadi dan psikologis. Faktor pribadi berkaitan dengan

karakteristik individu seperti usia, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian, sedangkan faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, pengetahuan, serta sikap yang terbentuk dari kebutuhan akan pengakuan dan penerimaan sosial. Dengan demikian, kombinasi dari faktor-faktor tersebut secara keseluruhan berperan penting dalam membentuk perilaku konsumen dan menentukan keputusan pembelian.

2. Menurut (Della Irona & Triyani, 2022), hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi konsumen terhadap merek belum tentu menjadi faktor utama dalam menentukan pilihan pembelian, sehingga konsumen tidak selalu menjadikan nama atau reputasi merek sebagai pertimbangan utama. Sebaliknya, variabel kualitas produk dan harga justru terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, konsumen cenderung lebih mempertimbangkan kualitas yang ditawarkan oleh produk serta kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh. Semakin baik kualitas produk dan semakin sesuai harga yang ditawarkan dengan daya beli serta ekspektasi konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek fungsional seperti kualitas dan harga masih menjadi faktor dominan dibandingkan aspek perseptual seperti citra merek dalam memengaruhi keputusan konsumen.

3. Menurut (Permana et al., 2025), penggunaan media sosial yang berlebihan dapat memengaruhi perilaku konsumen karena membuat individu lebih sering terpapar

berbagai bentuk promosi digital, seperti iklan produk, konten pemasaran, serta rekomendasi dari *influencer*. Paparan yang terus-menerus tersebut dapat meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk, terutama ketika promosi dikemas secara menarik dan mengikuti tren yang sedang populer. Selain itu, *influencer* juga memiliki pengaruh yang cukup besar karena dianggap mampu memberikan ulasan dan pengalaman penggunaan produk secara lebih meyakinkan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Akibatnya, keputusan pembelian tidak lagi sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh gaya hidup, tren, dan dorongan untuk mengikuti perkembangan yang ada di media sosial.

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Tahun Terbit	Nama Penulis	Judul	Metode Penelitian	Hasil Kesimpulan
1	2025	Fajar Ciputra Daeng Bani, Tifani Evita D, Muh. Aditty S, Arina Lutfatun L, Nasywa Fadhila, Ditto 6	Pengaruh Penerapan Teknologi Pembayaran Digital (QRIS) Terhadap Pola Belanja Masyarakat	Kualitatif	Penerapan QRIS mendorong perubahan kebiasaan belanja masyarakat menjadi lebih cepat, praktis, dan digital, yang berdampak pada meningkatnya frekuensi serta nominal pembelian dan kecenderungan konsumsi impulsif. Di sisi lain, QRIS membantu pelaku usaha, khususnya UMKM, dalam meningkatkan pengelolaan transaksi dan kualitas layanan. Namun, kemudahan ini juga menimbulkan tantangan berupa risiko perilaku konsumtif serta kesenjangan infrastruktur dan literasi digital, sehingga diperlukan edukasi keuangan dan penelitian lanjutan.
2	2025	Etty Zuliawati Zed, Naswa Nur Hanifah, Cherisa Zirly Fera, Elena Prihayanti, Bayhaqi	Pengaruh Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital Terhadap Perilaku Konsumen di Era	Kuantitatif	Perkembangan teknologi mendorong penggunaan QRIS sebagai sistem pembayaran digital yang cepat dan praktis di era cashless society. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh QRIS terhadap perilaku konsumen

			Cashless Society		menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan 130 responden. Hasilnya menunjukkan QRIS banyak digunakan karena kemudahan dan keamanannya, namun juga dapat meningkatkan perilaku konsumtif. Oleh karena itu, literasi keuangan diperlukan untuk mengurangi risiko pengeluaran berlebihan.
3	2025	Sefhiyola Abelsa, Awaluddin	Analisis Tingkat Pengetahuan Masyarakat Dalam Penggunaan QRIS Sebagai Sistem Pembayaran Digital	Kualitatif	Masyarakat Nagari Matur Mudiak memiliki pemahaman dasar tentang QRIS dan menilai sistem ini praktis serta aman, namun adopsinya masih terkendala literasi digital, akses internet, dan kebiasaan menggunakan uang tunai. Diperlukan edukasi dan peningkatan infrastruktur agar penggunaan QRIS lebih optimal.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik *purposive sampling* yang bertujuan untuk memahami secara lebih mendalam perubahan kebiasaan belanja sebagai dampak dari kebijakan *QRIS* satu kode di lingkungan UII. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini ingin menggali pengalaman dan persepsi konsumen secara langsung, sehingga dapat melihat bagaimana mereka merasakan perubahan dalam aktivitas belanja sehari-hari. Teknik *purposive sampling* digunakan karena tidak semua orang memiliki pengalaman menggunakan *QRIS*, sehingga memilih informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu, seperti mahasiswa UII yang pernah menggunakan *QRIS* dalam kegiatan belanja di lingkungan UII. Dengan cara ini, data yang diperoleh diharapkan lebih relevan, fokus, dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara langsung untuk mengetahui pengalaman dan pendapat informan terkait penggunaan *QRIS* dalam aktivitas belanja, sedangkan observasi dilakukan dengan mengamati praktik transaksi di lingkungan UII, seperti di kantin atau tempat belanja lainnya. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung, seperti foto atau catatan yang berkaitan dengan penelitian. Melalui metode tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas dan runtut mengenai perubahan kebiasaan belanja konsumen

setelah diterapkannya kebijakan *QRIS* satu kode, baik dari segi cara pembayaran maupun pola belanja sehari-hari.

3.2 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang berada di lingkungan Universitas Islam Indonesia (UII) yang telah menggunakan *QRIS* satu kode sebagai metode pembayaran dalam kegiatan belanja maupun transaksi sehari-hari. Subjek penelitian ini secara khusus mencakup mahasiswa UII yang aktif melakukan transaksi non tunai, baik di dalam area kampus maupun di sekitar lingkungan kampus. Lokasi yang menjadi fokus adalah kantin di sekitar UII yang telah menyediakan fasilitas pembayaran *QRIS*. Pemilihan subjek ini didasarkan pada keterlibatan langsung mereka dalam penggunaan *QRIS*, sehingga dapat memberikan informasi yang relevan dan sesuai dengan konteks penelitian.

Pemilihan konsumen di lingkungan UII sebagai subjek penelitian juga dilatarbelakangi oleh tingginya intensitas penggunaan pembayaran digital di kalangan mahasiswa. Sebagai bagian dari generasi yang dekat dengan perkembangan teknologi, mahasiswa cenderung lebih adaptif terhadap inovasi sistem pembayaran, termasuk *QRIS* satu kode. Hal ini menjadikan mereka memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan metode pembayaran digital tersebut. Dengan demikian, mereka dinilai mampu memberikan gambaran yang lebih jelas, mendalam, dan akurat terkait perubahan kebiasaan belanja yang terjadi sebelum dan sesudah diterapkannya kebijakan *QRIS* satu kode.

Melalui subjek penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh data yang mampu menggambarkan secara komprehensif bagaimana kebijakan *QRIS* satu kode memengaruhi pola belanja konsumen. Perubahan tersebut dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti frekuensi transaksi, pergeseran preferensi metode pembayaran dari tunai ke non-tunai, hingga tingkat kenyamanan dan kemudahan yang dirasakan dalam bertransaksi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu mengungkap persepsi konsumen terhadap efisiensi dan kepraktisan penggunaan *QRIS* dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang relevan, runtut, dan kontekstual mengenai dampak penerapan *QRIS* satu kode terhadap kebiasaan belanja konsumen di lingkungan UII.

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung dari responden penelitian, yaitu konsumen di lingkungan Universitas Islam Indonesia (UII) yang telah menggunakan *QRIS* satu kode dalam aktivitas belanja atau transaksi sehari-hari. Data ini dikumpulkan untuk mengetahui secara langsung perubahan kebiasaan belanja konsumen setelah diterapkannya kebijakan *QRIS* satu kode.

Informasi yang diperoleh dari data primer meliputi frekuensi belanja, pilihan metode pembayaran, tingkat kemudahan penggunaan *QRIS*, serta persepsi konsumen terhadap dampak kebijakan *QRIS* satu kode.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber pendukung yang relevan dengan topik penelitian. Data ini meliputi publikasi dan dokumen resmi dari Bank Indonesia terkait kebijakan *QRIS* satu kode, jurnal ilmiah dan buku yang membahas perilaku konsumen serta sistem pembayaran digital, serta artikel dan laporan yang berkaitan dengan perkembangan transaksi non-tunai di Indonesia. Data sekunder digunakan sebagai bahan pendukung untuk memperkuat landasan teori dan analisis hasil penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung kepada konsumen di lingkungan UII yang telah menggunakan *QRIS* satu kode sebagai metode transaksi pembayaran. Wawancara ini bersifat semi-terstruktur, sehingga peneliti memiliki pedoman pertanyaan namun tetap memberikan ruang bagi responden untuk menyampaikan pengalaman dan pandangannya secara lebih bebas. Melalui wawancara, peneliti memperoleh informasi mengenai perubahan kebiasaan belanja, preferensi metode pembayaran, serta persepsi konsumen terhadap kemudahan dan manfaat penggunaan *QRIS* satu kode.

b. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas transaksi konsumen di lingkungan UII, khususnya pada *merchant* atau tempat usaha yang telah menerapkan pembayaran menggunakan *QRIS* satu kode. Observasi ini bertujuan untuk melihat secara nyata bagaimana perilaku konsumen dalam

melakukan pembayaran, tingkat penggunaan *QRIS*, serta situasi dan kondisi transaksi yang terjadi di lapangan. Hasil observasi digunakan untuk memperkuat data yang diperoleh dari wawancara.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen pendukung yang berkaitan dengan penelitian, seperti kebijakan dan publikasi resmi mengenai *QRIS* satu kode, data atau informasi dari pihak terkait, serta foto atau catatan lapangan selama proses penelitian. Teknik dokumentasi digunakan untuk melengkapi dan mendukung data hasil wawancara dan observasi, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih akurat dan terpercaya.

3.4 Triangulasi

Triangulasi dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber yang dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh dari beberapa informan yang memiliki sudut pandang berbeda, yaitu konsumen dan pedagang di kantin UII. Teknik ini digunakan untuk menguji keabsahan data sekaligus memperkuat hasil penelitian agar informasi yang diperoleh lebih objektif dan tidak hanya berasal dari satu pihak. Konsumen dipilih sebagai informan karena mereka merupakan pengguna langsung *QRIS* Satu Kode dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Dari konsumen, peneliti memperoleh informasi mengenai perubahan kebiasaan belanja setelah menggunakan *QRIS* Satu Kode, seperti kemudahan transaksi, tingkat penggunaan *QRIS*, perubahan pola konsumsi, hingga kecenderungan melakukan pembelian secara lebih praktis dan cepat. Sementara itu, pedagang memberikan

informasi dari sudut pandang penjual mengenai perubahan perilaku konsumen setelah diterapkannya *QRIS* Satu Kode, seperti meningkatnya penggunaan pembayaran digital, perubahan intensitas pembelian, serta kebiasaan transaksi yang menjadi lebih efisien. Data dari kedua informan tersebut kemudian dibandingkan untuk melihat kesesuaian informasi yang diperoleh, sehingga hasil penelitian dapat lebih terpercaya dan mampu menggambarkan perubahan kebiasaan belanja akibat kebijakan *QRIS* Satu Kode secara lebih menyeluruh.

3.5 Metode Analisis Data

Prosedur analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan berikut:

1. Pengumpulan Data

Pada tahap ini, mengumpulkan seluruh data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data wawancara diperoleh melalui proses tanya jawab secara langsung kepada konsumen di lingkungan Universitas Islam Indonesia (UII) yang telah menggunakan *QRIS* satu kode. Data observasi diperoleh dari hasil pengamatan langsung terhadap perilaku konsumen saat melakukan transaksi menggunakan *QRIS* di area kampus maupun di sekitar lingkungan UII. Selain itu, data dokumentasi dikumpulkan dari dokumen, laporan, serta catatan lapangan yang berkaitan dengan kebijakan *QRIS* satu kode.

2. Reduksi Data

Setelah data terkumpul, melakukan reduksi data dengan cara menyeleksi, memfokuskan, dan menyederhanakan data mentah. Pada tahap ini, memilah data yang sesuai dengan fokus penelitian, yaitu perubahan kebiasaan belanja akibat

kebijakan *QRIS* satu kode. Data yang relevan, seperti pola penggunaan *QRIS*, kemudahan transaksi, dan perubahan perilaku belanja, dipertahankan untuk dianalisis lebih lanjut, sedangkan data yang tidak berkaitan dengan tujuan penelitian tidak digunakan.

3. Penyajian Data

Tahap selanjutnya adalah penyajian data, yaitu menyusun data yang telah direduksi ke dalam bentuk yang lebih terstruktur dan mudah dipahami. Data disajikan dalam bentuk deskripsi naratif, tabel ringkasan, atau matriks sederhana yang menggambarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penyajian data ini bertujuan untuk memudahkan dalam melihat pola, kecenderungan, serta hubungan antar data yang menunjukkan adanya perubahan kebiasaan belanja konsumen.

4. Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan. Kesimpulan ditarik dengan cara menginterpretasikan data secara menyeluruh dan mengaitkan hasil dari wawancara, observasi, serta dokumentasi. Melalui tahap ini, peneliti dapat menyimpulkan bagaimana kebijakan *QRIS* satu kode memengaruhi kebiasaan belanja konsumen di lingkungan Universitas Islam Indonesia serta menarik temuan yang sesuai dengan tujuan penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Profil Informan Penelitian

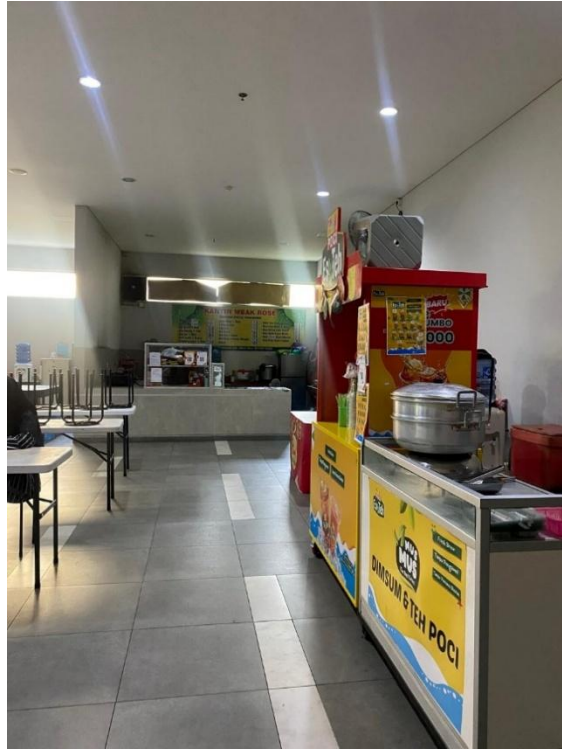
Informan dalam penelitian ini merupakan konsumen yang berbelanja di kantin UII dengan jumlah sebanyak 14 orang dan rata-rata berusia antara 18 hingga 26 tahun. Berdasarkan hasil wawancara, hampir seluruh informan mengaku telah menjadikan *QRIS* sebagai metode pembayaran utama dalam aktivitas belanja mereka, bahkan penggunaannya dilakukan hampir setiap hari. Para informan menilai bahwa *QRIS* memberikan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi karena pembayaran dapat dilakukan hanya dengan menggunakan *handphone* tanpa perlu membawa uang tunai. Proses transaksi juga dinilai lebih praktis karena konsumen tidak perlu menghitung uang kembalian atau mengalami kesulitan ketika nominal uang yang dimiliki tidak sesuai dengan jumlah pembayaran. Cukup dengan membuka aplikasi *mobile banking* atau dompet digital, kemudian memindai kode *QR* yang tersedia di kasir, pembayaran dapat langsung diselesaikan dalam waktu singkat sehingga aktivitas berbelanja menjadi lebih efisien.

Selain faktor kemudahan dan kecepatan, faktor kepraktisan juga menjadi alasan yang banyak disampaikan oleh para informan. Mereka merasa bahwa keberadaan *QRIS* membuat proses pembayaran menjadi lebih praktis karena tidak perlu lagi pergi ke ATM untuk menarik uang tunai sebelum berbelanja dan tidak perlu selalu membawa dompet saat beraktivitas. Dengan hanya mengandalkan *handphone* yang telah terhubung dengan layanan pembayaran digital, transaksi dapat dilakukan kapan saja selama saldo mencukupi. Penggunaan *QRIS* juga dianggap mampu mengurangi berbagai kendala yang sering ditemui pada

pembayaran tunai, seperti keterbatasan uang pecahan, kesulitan mendapatkan uang kembalian, maupun kondisi uang yang kurang layak digunakan. Kemudahan dan kepraktisan tersebut membuat para informan semakin terbiasa menggunakan *QRIS* dan menjadikannya sebagai pilihan utama dalam melakukan transaksi sehari-hari di lingkungan UII.

Tabel 4. 1 Profil Informan

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Fakultas	Kantin Fakultas
1	Shinta	23	Perempuan	FIAI	Kantin FIAI UII
2	Dyah	24	Perempuan	FIAI	Kantin FIAI UII
3	Fadhil	20	Laki-laki	FBE	Kantin Sarjana Terapan FBE UII
4	Nabila	23	Perempuan	FBE	Kantin Sarjana Terapan FBE UII
5	Mutiara	20	Perempuan	FH	Kantin FH UII
6	Catherine	19	Perempuan	FH	Kantin FH UII
7	Hirziyan	20	Laki-laki	FTSP	Kantin FTSP UII
8	Ihsan	19	Laki-laki	FTSP	Kantin FTSP UII
9	Rachel	19	Perempuan	FMIPA	Kantin FMIPA UII
10	Fika	19	Perempuan	FMIPA	Kantin FMIPA UII
11	Fabian	18	Laki-laki	FTI	Kantin FTI UII
12	Luna	19	Perempuan	FTI	Kantin FTI UII
13	Nita	26	Perempuan	FK	Kantin FK UII
14	Via	25	Perempuan	FK	Kantin FK UII



Gambar 4. 1 Kantin FIAI



Gambar 4. 2 Kantin FH



Gambar 4. 3 Kantin FBE



Gambar 4. 4 Kantin FMIPA



Gambar 4. 5 Kantin FK

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan menyatakan bahwa penggunaan QRIS memberikan kemudahan dalam proses pembayaran. Kemudahan tersebut dirasakan karena transaksi dapat dilakukan hanya dengan menggunakan handphone tanpa harus membawa uang tunai atau mencari ATM untuk mengambil uang tunai. Selain itu, QRIS juga membantu mengatasi permasalahan terkait uang kembalian yang sering terjadi pada pembayaran tunai.

Kondisi tersebut diungkapkan oleh mahasiswa inisial M sebagai konsumen di kantin FH.

“Pakai qris lebih mudah, karena bisa diakses pakai hp, zaman sekarang kemanapun bawa hp, bahkan jarang bawa dompet juga, kita juga tidak perlu mengambil uang tunai di atm, tidak perlu menunggu uang kembalian juga, bahkan ada beberapa pedagang yang menyuruh pembeli menukarkan uang saat tidak ada kembalian.”
(W1/29/05/2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa QRIS memudahkan mahasiswa dalam melakukan transaksi sehari-hari karena pembayaran dapat dilakukan secara praktis melalui handphone tanpa harus bergantung pada uang tunai.

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh ibu penjual di kantin inisial T sebagai pedagang di kantin FH.

“Benar lebih mudah, karena lebih simpel, kadang kalau ada yang menggunakan uang tunai dalam jumlah besar untuk kembaliannya harus menukarkan uang dulu dan keadaan kantin lagi ramai.”
(W2/29/05/2026)

Dari sudut pandang pedagang, penggunaan QRIS membantu memperlancar proses transaksi karena tidak perlu menyediakan uang kembalian dalam jumlah besar, terutama saat kondisi kantin sedang ramai.

Selain memberikan kemudahan, QRIS juga dinilai mampu mempercepat proses pembayaran. Mahasiswa dan pedagang sama-sama merasakan bahwa transaksi dapat diselesaikan dalam waktu yang lebih singkat dibandingkan pembayaran tunai.



Gambar 4. 6 Wawancara di Kantin FH

Kondisi tersebut diungkapkan oleh mahasiswa inisial F sebagai konsumen di kantin Sarjana Terapan FBE.

“Semenjak pakai qris pembayaran lebih cepat karena tinggal scan-scan aja, tidak perlu menghitung uang kembalian, bahkan tidak perlu menunggu uang kembalian juga.” (W1/29/05/2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kecepatan transaksi menjadi salah satu alasan mahasiswa lebih memilih menggunakan QRIS dalam aktivitas belanja sehari-hari.

Hal yang sama juga dirasakan oleh ibu penjual di kantin inisial M sebagai pedagang di kantin Sarjana Terapan FBE.

“Pembayaran dengan qris lebih cepat dan praktis, bisa diselingi jualan juga karena dari saya sebagai penjual tinggal melihat bukti pembayaran sama dicocokkan sama jumlahnya saja. Jadinya tidak perlu menyiapkan uang kembalian lagi.” (W2/29/05/2026)

Menurut pedagang, QRIS membuat proses pelayanan menjadi lebih efisien karena pembayaran dapat diverifikasi dengan cepat tanpa harus menghitung uang tunai dan menyiapkan uang kembalian.

Selain kemudahan dan kecepatan, aspek keamanan juga menjadi salah satu alasan mahasiswa merasa nyaman menggunakan QRIS. Adanya sistem verifikasi dan riwayat transaksi membuat pengguna merasa lebih aman saat melakukan pembayaran.

Kondisi tersebut diungkapkan oleh mahasiswa inisial F sebagai konsumen di kantin FTI.

“Aman sih kak, karena sebelum membayar memasukkan password yang ada di aplikasi, bahkan ada beberapa aplikasi yang harus menggunakan username dan password dulu, setelah pembayaran selesai juga ada riwayat transaksi, jadi kita tau dan bisa menghitung pengeluaran, tapi jarang lihat riwayat transaksi.” (W1/29/05/2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa fitur keamanan dan pencatatan rincian transaksi pada aplikasi pembayaran memberikan rasa aman bagi pengguna dalam melakukan transaksi digital.

Pandangan serupa juga disampaikan oleh ibu penjual di kantin inisial N sebagai pedagang di kantin FTI.

“Kalau untuk keamanan aman ya, tapi pengguna akun harus mengingat passwordnya, bahkan lebih aman juga daripada uang tunai, karena jumlah pembayaran dengan qris pasti pas, dan tidak ada kembalian, kadang ada juga yang salah nominal kembalian saat pembayaran menggunakan uang tunai.” (W2/29/05/2026)

Berdasarkan pernyataan tersebut, QRIS dianggap mampu mengurangi kesalahan transaksi yang sering terjadi pada pembayaran tunai, khususnya terkait pemberian uang kembalian.

Selanjutnya, kenyamanan dalam bertransaksi juga menjadi manfaat yang banyak dirasakan oleh pengguna QRIS.



Gambar 4. 7 Wawancara di Kantin FTI

Kondisi tersebut diungkapkan oleh mahasiswa inisial R sebagai konsumen di kantin FMIPA.

“Transaksi pakai qris sejauh ini nyaman dan tidak ribet karena praktis, tidak perlu membawa uang cash dan menunggu kembalian lagi. Dan penggunaan qris sendiri juga bisa dipelajari secara otodidak jadi makin nyaman juga.” (W1/29/05/2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan QRIS membuat mahasiswa merasa lebih nyaman dalam melakukan transaksi sehari-hari.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh bapak penjual di kantin inisial R sebagai pedagang di kantin FMIPA.

“Sejauh ini nyaman, karena pembeli tinggal scan aja, penjual juga tinggal melihat hasil scan dari pembeli, hampir semua pembeli juga menggunakan qris sebagai alat pembayaran dibanding uang tunai karena lebih nyaman dan cepat.” (W2/29/05/2026)

Menurut pedagang, penggunaan QRIS telah menjadi kebiasaan baru bagi sebagian besar konsumen karena dianggap lebih praktis dibandingkan pembayaran tunai.

Hasil wawancara juga menunjukkan adanya perubahan kebiasaan pembayaran mahasiswa setelah QRIS semakin banyak digunakan di lingkungan kampus.



Gambar 4. 8 Wawancara di Kantin FMIPA

Kondisi tersebut diungkapkan oleh mahasiswa inisial N sebagai konsumen di kantin Sarjana Terapan FBE.

“Dulu pakai cash karena masih jarang banget yang menyediakan qris, kalau tidak salah setelah covid baru pada mulai pakai qris, ternyata pakai qris lebih mudah dan cepat dibanding pakai uang tunai, dulu orang-orang banyak yang bertanya ‘bisa pakai qris atau tidak’ tapi kalau sekarang malah kebalikannya, pertanyaannya jadi ‘bisa pakai uang cash atau tidak. Dan sekarang hampir setiap hari menggunakan qris sebagai proses pembayaran, punya cash pun terbatas cuma bisa untuk beli bensin dan parkir aja.” (W1/29/05/2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan adanya perubahan dari penggunaan uang tunai menuju pembayaran digital sebagai metode pembayaran utama dalam kegiatan sehari-hari.

Temuan tersebut diperkuat oleh pernyataan ibu penjual di kantin inisial B sebagai pedagang di kantin FK.

“Mudah pakai qris, karena bayarnya simpel dan cepat, prosesnya juga praktis, kalau untuk perubahan belanja konsumen tidak terlalu berpengaruh, misal ada perubahannya sedikit, mungkin tinggal scan barcode aja jadi lebih mudah melakukan transaksi, karena dari konsumennya sendiri harusnya bisa mengukur pengeluaran.”
(W2/29/05/2026)

Menurut pedagang, QRIS lebih berpengaruh pada kemudahan transaksi dibandingkan perubahan jumlah konsumsi konsumen.

Tingkat penggunaan QRIS yang tinggi juga terlihat dari kebiasaan mahasiswa yang hampir selalu menggunakan QRIS dalam setiap transaksi.

Kondisi tersebut diungkapkan oleh mahasiswa inisial N sebagai konsumen di kantin FK.

“Wah tidak terhingga kak, hampir setiap hari setiap beli apapun menggunakan qris, karena lebih mudah dan cepat, terus disini hampir semua toko menyediakan qris sebagai alat pembayaran, bahkan ada beberapa toko yang ada peraturan ‘lebih diutamakan menggunakan qris’, mungkin karena perkembangan teknologi juga.”
(W1/29/05/2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa tersedianya fasilitas QRIS di hampir seluruh tempat usaha di lingkungan UII turut mendorong tingginya penggunaan QRIS oleh mahasiswa.

Meskipun memberikan berbagai kemudahan, beberapa informan mengaku bahwa penggunaan QRIS membuat mereka lebih mudah melakukan pembelian karena proses pembayaran terasa lebih sederhana.



Gambar 4. 9 Wawancara di Kantin FK

Kondisi tersebut diungkapkan oleh mahasiswa inisial C sebagai konsumen di kantin FH.

“Sebenarnya semenjak menggunakan qris lebih sering beli sesuatu, karena mudah jadi rada ngegampangin, tapi untungnya di ada riwayat transaksi di semua aplikasi, jadi bisa mengatur pengeluaran juga. Cuma kalau merasa lagi banyak saldo jarang melihat riwayat transaksi.”
(W1/29/05/2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kemudahan transaksi dapat mendorong peningkatan frekuensi pembelian, meskipun pengguna tetap memiliki akses untuk mengontrol pengeluaran melalui riwayat transaksi.

Hal serupa juga diungkapkan oleh mahasiswa inisial V sebagai konsumen di kantin FK.

“Sedikit lebih impulsive buying dibanding saat dulu masih menggunakan uang cash, karena tidak melihat saldo di riwayat pembelian, kadang beli ini beli itu nggak mikir tinggal berapa saldonya, karena tinggal masukin password dan scan aja, kalau pakai cash kan masih bisa melihat secara langsung berapa uangnya.”
(W1/29/05/2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan QRIS berpotensi meningkatkan perilaku pembelian impulsif karena pengguna tidak secara langsung melihat jumlah uang yang dikeluarkan seperti saat menggunakan uang tunai.

Selain memberikan berbagai kemudahan dalam bertransaksi, hasil wawancara menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa hal yang memengaruhi penggunaan QRIS oleh konsumen. Salah satunya adalah adanya biaya administrasi yang dibebankan oleh beberapa pedagang kepada pembeli.

Kondisi tersebut diungkapkan oleh mahasiswa inisial S sebagai konsumen di kantin FIAI.

“Kadang ada beberapa toko yang memberi beban biaya admin ke pembeli, walaupun cuma lima ratus rupiah tapi membuat konsumen kurang nyaman, bahkan ada juga yang biaya adminnya sampai seribu. Dalam satu hari kurang lebih enam kali transaksi, misal ada empat toko yang memberi biaya admin lima ratus rupiah, sehari bisa dua ribu, dalam satu bulan enam puluh ribu buat biaya admin.” (W1/29/05/2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa biaya administrasi pada beberapa transaksi QRIS dapat mengurangi kenyamanan konsumen, terutama apabila dilakukan secara berulang dalam aktivitas sehari-hari.

Selain itu, lingkungan sekitar juga berpengaruh terhadap kebiasaan penggunaan QRIS. Tingginya penggunaan QRIS di lingkungan UII membuat mahasiswa semakin terbiasa menggunakan pembayaran digital.

Kondisi tersebut diungkapkan oleh mahasiswa inisial V sebagai konsumen di kantin FK.

“Kondisi lingkungan sangat berpengaruh, karena kalau tinggal di perkotaan atau padat penduduk banyak yang menggunakan qris, contohnya di lingkungan uii ini, hampir semua pedagang menyediakan pembayaran menggunakan qris untuk pembeli, jadi sangat memudahkan untuk terbiasa menggunakan qris, beda lagi kalau di desa yang jauh dari perkotaan, disana hampir semua pembayaran masih menggunakan cash, lagian disana juga pemilik umkm kebanyakan yang sudah lanjut usia dan tidak melek teknologi, hp aja nggak punya dan nggak bisa mengoperasikan apalagi pembayaran menggunakan qris, jadi tidak memungkinkan untuk menggunakan qris.”
(W1/29/05/2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kondisi lingkungan dan tingkat literasi teknologi masyarakat turut memengaruhi penggunaan QRIS.

Selain faktor lingkungan, adanya promo dan cashback dari aplikasi pembayaran juga menjadi salah satu daya tarik penggunaan QRIS.

Kondisi tersebut diungkapkan oleh mahasiswa inisial L sebagai konsumen di kantin FTI.

“Misal bayar menggunakan qris di aplikasinya sering dapat promo dan cashback, beli barang atau makan dapat gratis ongkir dan cashback jika barang dikirim lama, tapi kalau beli langsung malah jarang, palingan ada cashback lima ratus atau seribu tapi itu nggak ngaruh karena sedikit dan jarang banget, tapi kalau beli di aplikasinya langsung lumayan.”
(W1/29/05/2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa berbagai promo dan cashback yang tersedia pada aplikasi pembayaran dapat menjadi salah satu faktor yang mendorong penggunaan QRIS.

Meskipun demikian, penggunaan QRIS juga masih menghadapi beberapa kendala, terutama yang berkaitan dengan jaringan internet.

Kondisi tersebut diungkapkan oleh mahasiswa inisial N sebagai konsumen di kantin FBE.

“Kendalanya ada di jaringan, kadang jaringan tiba-tiba susah sinyal pas lagi antri-antrinya, namun itu sangat jarang terjadi, lebih sering jaringan lancarnya, mungkin kendala jaringan yang sering itu di tempat yang jauh dari perkotaan, sehingga susah sinyal. Selain kendala jaringan paling tidak punya kuota, dan yang punya toko tidak menyediakan wifi, karena kalau tidak ada internet tidak bisa membayar.” (W1/29/05/2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa ketersediaan jaringan internet dan kuota menjadi faktor penting dalam kelancaran transaksi menggunakan QRIS.

Selain masalah jaringan, kendala lain juga dapat berasal dari keterbatasan saldo dan gangguan sistem pembayaran.

Kondisi tersebut diungkapkan oleh mahasiswa inisial N sebagai konsumen di kantin FK.

“Kendala lainnya tuh kadang tidak sadar kalau saldo tinggal sedikit, karena tidak melihat riwayat transaksi, jadi waktu bayar saldonya kurang, kadang juga tidak ada kuota internet, biasanya di kos terbiasa pakai wifi, jadi tidak sadar waktu kuota habis. Terus pernah juga waktu pembayaran sistemnya malah error, jadi tidak ada bukti pembayarannya, padahal saldo sudah berkurang, jadi penjual sama pembeli sama-sama bingung.” (W1/29/05/2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan QRIS masih memiliki beberapa kendala teknis yang dapat menghambat proses transaksi.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa faktor usia dan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi turut memengaruhi penggunaan QRIS.

Kondisi tersebut diungkapkan oleh mahasiswa inisial F sebagai konsumen di kantin FMIPA.

“Kalau untuk generasi z hampir semua bisa pakai qris, tidak perlu diajari juga, tapi kadang yang usianya diatas lima puluh tahun jarang ada yang memakai qris untuk proses pembayaran, karena terbiasa menggunakan uang cash, bahkan di desa yang jauh dari perkotaan malah jarang juga yang memakai qris untuk transaksi pembayaran. Selain sinyal yang susah, di tempat tersebut terbiasa menggunakan qris.” (W1/29/05/2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa perbedaan usia dan tingkat pemahaman teknologi memengaruhi penerimaan masyarakat terhadap penggunaan QRIS.



Gambar 4. 10 Wawancara di Kantin FIAI

4.2.2 Reduksi Data

Tabel 4. 2 Reduksi data

No	Tema	Hasil Wawancara	Reduksi Data
1	Kemudahan Transaksi	“Pakai qris lebih mudah, karena bisa diakses pakai hp, zaman sekarang kemanapun bawa hp, bahkan jarang bawa dompet juga, kita juga tidak perlu mengambil uang tunai di atm, tidak perlu menunggu uang kembalian juga, bahkan ada beberapa pedagang yang menyuruh pembeli menukarkan uang saat tidak ada kembalian.” (W1/29/05/2026)	QRIS memudahkan transaksi karena dapat diakses melalui handphone dan tidak perlu mengambil uang tunai di ATM.
2	Kecepatan Transaksi	“Semenjak pakai qris pembayaran lebih cepat karena tinggal scan-scan aja, tidak perlu menghitung uang kembalian, bahkan tidak perlu menunggu uang kembalian juga.” (W1/29/05/2026)	QRIS mempercepat proses pembayaran karena tidak memerlukan perhitungan uang dan pemberian kembalian.
3	Keamanan Transaksi	“Aman sih kak, karena sebelum membayar memasukkan password yang ada di aplikasi, bahkan ada beberapa aplikasi yang harus menggunakan username dan password dulu, setelah	QRIS memberikan rasa aman melalui sistem yang ada di setiap aplikasi dan ada riwayat transaksi.

		pembayaran selesai juga ada riwayat transaksi, jadi kita tau dan bisa menghitung pengeluaran, tapi jarang lihat riwayat transaksi.” (W1/29/05/2026)	
4	Kenyamanan Penggunaan	“Sejauh ini nyaman, karena pembeli tinggal scan aja, penjual juga tinggal melihat hasil scan dari pembeli, hampir semua pembeli juga menggunakan qris sebagai alat pembayaran dibanding uang tunai karena lebih nyaman dan cepat.” (W2/29/05/2026)	QRIS meningkatkan kenyamanan dalam kegiatan belanja.
5	Perubahan Metode Pembayaran	“Dulu pakai cash karena masih jarang banget yang menyediakan qris, kalau tidak salah setelah covid baru pada mulai pakai qris, ternyata pakai qris lebih mudah dan cepat dibanding pakai uang tunai, dulu orang-orang banyak yang bertanya ‘bisa pakai qris atau tidak’ tapi kalau sekarang malah kebalikannya, pertanyaannya jadi ‘bisa pakai uang cash atau tidak. Dan sekarang hampir setiap hari menggunakan qris sebagai proses pembayaran, punya cash pun	Terjadi perubahan kebiasaan pembayaran dari tunai ke pembayaran digital menggunakan QRIS.

		terbatas cuma bisa untuk beli bensin dan parkir aja.” (W1/29/05/2026)	
6	Intensitas Penggunaan QRIS	“Wah tidak terhingga kak, hampir setiap hari setiap beli apapun menggunakan qris, karena lebih mudah dan cepat, terus disini hampir semua toko menyediakan qris sebagai alat pembayaran, bahkan ada beberapa toko yang ada peraturan ‘lebih diutamakan menggunakan qris’, mungkin karena perkembangan teknologi juga.” (W1/29/05/2026)	QRIS telah menjadi metode pembayaran sehari-hari dalam kegiatan belanja mahasiswa.
7	Pengaruh Lingkungan	“Kondisi lingkungan sangat berpengaruh, karena kalau tinggal di perkotaan atau padat penduduk banyak yang menggunakan qris, contohnya di lingkungan uii ini, hampir semua pedagang menyediakan pembayaran menggunakan qris untuk pembeli, jadi sangat memudahkan untuk terbiasa menggunakan qris, beda lagi kalau di desa yang jauh dari perkotaan, disana hampir semua pembayaran masih menggunakan cash, lagian disana juga pemilik umkm kebanyakan yang sudah	Lingkungan sosial dan ketersediaan fasilitas QRIS mendorong penggunaan QRIS secara rutin.

		lanjut usia dan tidak melek teknologi, hp aja nggak punya dan nggak bisa mengoperasikan apalagi pembayaran menggunakan qris, jadi tidak memungkinkan untuk menggunakan qris.” (W1/29/05/2026)	
8	Peningkatan Frekuensi Belanja	“Sedikit lebih impulsive buying dibanding saat dulu masih menggunakan uang cash, karena tidak melihat saldo di riwayat pembelian, kadang beli ini beli itu nggak mikir tinggal berapa saldonya, karena tinggal masukan password dan scan aja, kalau pakai cash kan masih bisa melihat secara langsung berapa uangnya.” (W1/29/05/2026)	Kemudahan transaksi QRIS dapat meningkatkan frekuensi belanja.
9	Promo dan Cashback	“Misal bayar menggunakan qris di aplikasinya sering dapat promo dan cashback, beli barang atau makan dapat gratis ongkir dan cashback jika barang dikirim lama, tapi kalau beli langsung malah jarang, palingan ada cashback lima ratus atau seribu tapi itu nggak ngaruh karena sedikit dan jarang banget, tapi kalau beli di aplikasinya	Promo dan cashback menjadi daya tarik tambahan dalam penggunaan QRIS, namun sangat jarang.

		langsung lumayan.” (W1/29/05/2026)	
10	Kendala Jaringan Internet	“Kendalanya ada di jaringan, kadang jaringan tiba-tiba susah sinyal pas lagi antri-antrinya, namun itu sangat jarang terjadi, lebih sering jaringan lancarnya, mungkin kendala jaringan yang sering itu di tempat yang jauh dari perkotaan, sehingga susah sinyal. Selain kendala jaringan paling tidak punya kuota, dan yang punya toko tidak menyediakan wifi, karena kalau tidak ada internet tidak bisa membayar.” (W1/29/05/2026)	Ketergantungan pada jaringan internet menjadi hambatan penggunaan QRIS.
11	Gangguan Sistem	“Kendala lainnya tuh kadang tidak sadar kalau saldo tinggal sedikit, karena tidak melihat riwayat transaksi, jadi waktu bayar saldonya kurang, kadang juga tidak ada kuota internet, biasanya di kos terbiasa pakai wifi, jadi tidak sadar waktu kuota habis. Terus pernah juga waktu pembayaran sistemnya malah error, jadi tidak ada bukti pembayarannya, padahal saldo sudah berkurang, jadi penjual sama	Gangguan sistem dapat menimbulkan ketidakpastian dalam proses transaksi.

		pembeli sama-sama bingung.” (W1/29/05/2026)	
12	Biaya Administrasi	“Kadang ada beberapa toko yang memberi beban biaya admin ke pembeli, walaupun cuma lima ratus rupiah tapi membuat konsumen kurang nyaman, bahkan ada juga yang biaya adminnya sampai seribu. Dalam satu hari kurang lebih enam kali transaksi, misal ada empat toko yang memberi biaya admin lima ratus rupiah, sehari bisa dua ribu, dalam satu bulan enam puluh ribu buat biaya admin.” (W1/29/05/2026)	Biaya administrasi menimbulkan ketidaknyamanan bagi sebagian pengguna QRIS.
13	Faktor Usia	“Kalau untuk generasi z hampir semua bisa pakai qris, tidak perlu diajari juga, tapi kadang yang usianya diatas lima puluh tahun jarang ada yang memakai qris untuk proses pembayaran, karena terbiasa menggunakan uang cash, bahkan di desa yang jauh dari perkotaan malah jarang juga yang memakai qris untuk transaksi pembayaran. Selain sinyal yang susah, di tempat tersebut terbiasa menggunakan qris ” (W1/29/05/2026)	Tingkat penerimaan QRIS dipengaruhi oleh usia pengguna.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Persepsi Konsumen terhadap QRIS Satu Kode

a. Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan hasil wawancara, informan mengatakan bahwa *QRIS* sangat mudah digunakan dalam kegiatan sehari-hari. Kemudahan tersebut dirasakan karena *QRIS* dapat diakses langsung melalui aplikasi yang ada di *handphone*. Informan mengaku hampir selalu membawa *handphone* kemana saja mereka pergi sehingga tidak perlu repot membawa uang tunai dalam jumlah banyak. Selain itu, penggunaan *QRIS* juga membuat konsumen tidak perlu mencari ATM atau mengambil uang tunai terlebih dahulu sebelum berbelanja. Beberapa informan bahkan mengaku sering keluar rumah tanpa membawa dompet karena pembayaran dapat dilakukan menggunakan *handphone*.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Rahmawati & Arfiansyah, 2024) yang menyatakan bahwa penggunaan *QRIS* memudahkan sistem pembayaran karena mudah diakses serta dilengkapi dengan pencatatan transaksi secara otomatis, sehingga masyarakat dapat melakukan *cross check* transaksi dengan lebih akurat. Kemudahan akses melalui berbagai aplikasi pembayaran membuat pengguna tidak mengalami kesulitan ketika melakukan transaksi. Selain itu, adanya riwayat transaksi yang tercatat secara otomatis memberikan manfaat tambahan bagi pengguna dalam memantau pengeluaran dan memastikan setiap transaksi yang dilakukan telah berhasil. *QRIS* tidak hanya memberikan kemudahan dari segi penggunaan, tetapi juga mendukung pengelolaan transaksi yang lebih rapi dan transparan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, rata-rata informan menyebutkan bahwa penggunaan *QRIS* lebih mudah karena dapat diakses langsung melalui *handphone* yang selalu dibawa dalam aktivitas sehari-hari. Informan menilai bahwa keberadaan berbagai aplikasi pembayaran yang telah terpasang pada *handphone* membuat proses transaksi menjadi lebih mudah. Konsumen hanya perlu membuka aplikasi yang digunakan, kemudian melakukan pemindaian kode *QR* untuk menyelesaikan pembayaran. Kemudahan tersebut membuat informan tidak lagi bergantung pada uang tunai dan bahkan beberapa di antaranya mengaku sudah terbiasa bepergian tanpa membawa dompet.

b. Kecepatan Transaksi

Menurut informan, penggunaan *QRIS* membuat proses pembayaran menjadi lebih cepat dibandingkan pembayaran tunai. Konsumen hanya perlu membuka aplikasi pembayaran dan melakukan pemindaian kode *QR* yang tersedia di toko. Setelah transaksi berhasil, pembayaran dapat langsung dikonfirmasi tanpa harus menghitung uang atau menunggu uang kembalian dari penjual. Kecepatan tersebut dinilai sangat membantu, terutama ketika kondisi toko sedang ramai atau antrian pembeli cukup panjang. Dengan proses yang lebih sederhana dan efisien, konsumen dapat menyelesaikan transaksi dalam waktu yang relatif singkat sehingga aktivitas belanja menjadi lebih efisien.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Mai Susanti, Nuntufa, 2020) yang menekankan bahwa populasi pembeli dengan akses yang tinggi terhadap teknologi digital cenderung lebih cepat mengadopsi metode pembayaran baru. Kemudahan dalam mengakses teknologi serta kemampuan pengguna dalam

memanfaatkan berbagai aplikasi pembayaran digital membuat proses transaksi dapat dilakukan dengan lebih cepat dan praktis. Kondisi tersebut menjadikan pembayaran digital semakin mudah diterima oleh masyarakat, terutama kelompok pengguna yang telah terbiasa menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, aspek kecepatan dan kemudahan transaksi menjadi salah satu faktor yang mendorong meningkatnya penggunaan metode pembayaran digital.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, kecepatan dalam bertransaksi turut memengaruhi minat belanja konsumen. Rata-rata informan menilai bahwa penggunaan *QRIS* membuat proses pembayaran menjadi lebih efisien karena konsumen hanya perlu melakukan pemindaian kode *QR* tanpa harus menyiapkan uang tunai atau menunggu uang kembalian. Selain itu, kecepatan pembayaran juga dianggap mampu mengurangi waktu antrian, terutama pada saat kondisi kantin atau tempat berbelanja sedang ramai. Kemudahan yang ditawarkan tersebut pada akhirnya membuat konsumen semakin terbiasa menggunakan *QRIS* dan lebih memilih metode pembayaran ini dibandingkan pembayaran tunai.

c. Keamanan Transaksi

Informan mengatakan bahwa *QRIS* memberikan rasa aman dalam bertransaksi. Hal ini karena setiap pembayaran dilakukan melalui aplikasi yang dilengkapi dengan sistem keamanan, seperti *PIN*, *password*, dan *username*, sehingga tidak semua orang dapat mengakses akun pengguna secara bebas. Selain itu, konsumen tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah besar sehingga risiko kehilangan uang dapat diminimalkan. Adanya bukti transaksi yang tersimpan pada riwayat pembelian di dalam aplikasi juga memudahkan konsumen untuk melakukan

pengecekan apabila terjadi kesalahan dalam pembayaran. Dengan adanya fitur tersebut, konsumen merasa lebih tenang dan yakin ketika menggunakan *QRIS* dalam kegiatan transaksi sehari-hari.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Afrizal Sulwani Husna & Megananda Tarada Berlian, 2025) yang menemukan bahwa kepercayaan (*trust*) terhadap keamanan sistem serta kebiasaan (*habbit*) yang terbentuk dari penggunaan secara rutin sangat memengaruhi keberlanjutan adopsi suatu teknologi pembayaran digital. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan sistem, maka semakin besar pula kecenderungan pengguna untuk terus memanfaatkan layanan tersebut. Selain itu, kajian yang dilakukan oleh (Arfiany Sepyanty Putri Nasution, Isnaini Harahap, 2025) juga menegaskan pentingnya *facilitating conditions*, yaitu tersedianya infrastruktur teknologi yang memadai serta keamanan yang dapat mendukung penggunaan sistem pembayaran digital.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, para informan menyebutkan bahwa *QRIS* merupakan metode pembayaran yang aman untuk digunakan. Informan menilai bahwa adanya *PIN*, *password*, dan *username* pada aplikasi pembayaran membuat transaksi lebih terlindungi karena hanya pemilik akun yang dapat melakukan akses dan menyelesaikan pembayaran. Selain itu, tersedianya fitur riwayat transaksi pada aplikasi juga memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melihat kembali rincian pembayaran yang telah dilakukan. Fitur tersebut dianggap membantu pengguna dalam mengontrol pengeluaran sekaligus menjadi bukti apabila terjadi kesalahan atau kendala saat transaksi berlangsung.

d. Kenyamanan Berbelanja

Kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan *QRIS* membuat para informan merasa lebih nyaman saat berbelanja. Proses transaksi yang berlangsung dalam waktu singkat membuat konsumen tidak perlu mengantri terlalu lama saat melakukan pembayaran. Selain itu, penggunaan *QRIS* dinilai lebih praktis karena dapat diakses melalui berbagai aplikasi pembayaran yang sudah tersedia pada *handphone*. Kondisi tersebut menjadikan kegiatan belanja terasa lebih efisien dan memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan transaksi sehari-hari. Oleh sebab itu, *QRIS* dinilai mampu memberikan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dibandingkan dengan penggunaan uang tunai.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Permana et al., 2025) yang menyatakan bahwa penggunaan *QRIS* dapat meningkatkan kenyamanan pengguna, khususnya di kalangan milenial. Kenyamanan tersebut muncul karena transaksi dapat dilakukan dengan lebih mudah dan cepat tanpa harus menghadapi berbagai kendala yang sering ditemukan pada pembayaran secara tunai. Pengguna tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah tertentu maupun mencari uang kembalian ketika melakukan transaksi. Selain itu, kemudahan akses melalui berbagai aplikasi pembayaran membuat proses transaksi menjadi lebih fleksibel. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan (Permana et al., 2025) bahwa aspek kenyamanan menjadi salah satu alasan yang mendorong masyarakat untuk memanfaatkan *QRIS* dalam kegiatan transaksi sehari-hari.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, rata-rata informan menggunakan *QRIS* karena dianggap lebih nyaman dan praktis. Informan menilai bahwa pembayaran dengan *QRIS* lebih praktis karena cukup menggunakan

handphone yang hampir selalu dibawa dalam berbagai aktivitas. Selain itu, proses transaksi yang berlangsung dengan cepat membuat konsumen tidak perlu menghabiskan banyak waktu saat melakukan pembayaran. Kemudahan tersebut pada akhirnya mendorong informan untuk lebih sering menggunakan *QRIS* dan menjadikannya sebagai metode pembayaran yang dipilih dalam kegiatan berbelanja sehari-hari. Dengan demikian, kenyamanan dan kepraktisan menjadi alasan utama yang mendorong konsumen untuk terus memanfaatkan *QRIS*.

4.3.2 Kebiasaan Belanja Konsumen Setelah Menggunakan QRIS Satu Kode

a. Perubahan Metode Pembayaran dari Tunai ke Digital

Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar informan mengaku mengalami perubahan dalam metode pembayaran yang digunakan setelah adanya *QRIS*. Sebelumnya, transaksi sehari-hari lebih sering dilakukan menggunakan uang tunai, namun saat ini informan lebih banyak menggunakan *QRIS* karena dianggap lebih mudah, praktis, dan cepat. Ketersediaan fasilitas *QRIS* di kantin sekitar lingkungan UII juga membuat konsumen semakin terbiasa melakukan pembayaran secara digital dibandingkan menggunakan uang tunai. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *QRIS* telah menjadi bagian dari aktivitas belanja sehari-hari mahasiswa di lingkungan UII.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Rendi Permana, Rezi Attaullah, Yolanda Pratiwi, Sartika Apri Yanti⁴, Alvin Darmawan, 2024) yang mengatakan bahwa *QRIS* telah mengubah cara masyarakat dalam melakukan transaksi, yang sebelumnya bergantung pada uang tunai maupun kartu kredit menjadi lebih mudah

dan praktis. Perkembangan sistem pembayaran digital memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi tanpa harus membawa uang tunai atau menggunakan kartu ATM. Selain itu, adanya satu kode *QR* yang dapat digunakan melalui berbagai aplikasi pembayaran membuat proses transaksi menjadi lebih cepat, fleksibel, dan mudah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut peneliti, perubahan yang dialami oleh informan tidak hanya terlihat pada metode pembayaran yang digunakan, tetapi juga pada kebiasaan berbelanja yang terbentuk setelah *QRIS* digunakan secara luas di lingkungan kampus. Informan mengaku bahwa sebelum adanya *QRIS* mereka lebih sering melakukan transaksi menggunakan uang tunai, sedangkan saat ini *QRIS* telah menjadi metode pembayaran yang lebih sering digunakan dalam kegiatan sehari-hari. Kemudahan, kepraktisan, serta semakin banyaknya pedagang yang menyediakan pembayaran menggunakan *QRIS* membuat mahasiswa secara perlahan beralih dari pembayaran tunai ke pembayaran digital. Keberadaan *QRIS* telah mendorong terjadinya perubahan kebiasaan berbelanja konsumen, dari yang sebelumnya bergantung pada uang tunai menjadi lebih terbiasa menggunakan *QRIS* dalam melakukan

b. Peningkatan Frekuensi Transaksi

Berdasarkan hasil penelitian, penggunaan *QRIS* yang mudah dan praktis membuat frekuensi transaksi para informan menjadi lebih sering. Sebagian informan mengaku hampir setiap hari menggunakan *QRIS* untuk membeli makanan, minuman, maupun berbagai kebutuhan lainnya. Kemudahan dalam proses pembayaran membuat konsumen tidak mengalami banyak hambatan saat

bertransaksi sehingga penggunaan *QRIS* secara bertahap telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari. Selain itu, sebagian informan juga mengaku sesekali melakukan pembelian melalui aplikasi karena proses pembayaran yang lebih cepat dan praktis. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemudahan pembayaran digital turut memengaruhi intensitas transaksi konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Temuan tersebut sejalan dengan pendapat (Ahmadi, 2016) yang menyatakan bahwa keberadaan berbagai fitur digital, seperti sistem pembayaran elektronik dan layanan pengiriman yang cepat, dapat meningkatkan frekuensi belanja konsumen. Kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi digital membuat proses pembelian menjadi lebih efisien sehingga mendorong konsumen untuk melakukan transaksi dengan lebih sering. Perkembangan layanan digital tidak hanya mengubah cara konsumen melakukan pembayaran, tetapi juga memengaruhi pola konsumsi dan intensitas pembelian dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut peneliti, meningkatnya frekuensi belanja yang dialami oleh informan tidak terlepas dari kemudahan yang diberikan oleh *QRIS* dalam proses transaksi. Informan mengaku bahwa pembayaran menjadi lebih praktis karena hanya perlu memindai kode *QR* yang tersedia tanpa harus menyiapkan uang tunai atau menunggu uang kembalian. Kemudahan tersebut membuat transaksi dapat dilakukan dengan lebih cepat sehingga konsumen cenderung lebih sering melakukan pembelian, terutama untuk kebutuhan sehari-hari. Penggunaan *QRIS* turut memengaruhi frekuensi belanja karena proses transaksi menjadi lebih mudah, praktis, dan efisien.

c. Perubahan Pengeluaran

Berdasarkan hasil wawancara, penggunaan *QRIS* juga memengaruhi pengeluaran konsumen. Informan mengaku menjadi lebih sering melakukan transaksi dalam jumlah kecil karena pembayaran dapat dilakukan dengan mudah tanpa harus mempertimbangkan jumlah uang tunai yang dibawa. Selain itu, adanya riwayat transaksi pada aplikasi pembayaran membantu konsumen untuk memantau pengeluaran yang dilakukan sehingga aktivitas keuangan menjadi lebih mudah dikontrol.

Temuan ini sejalan dengan pendapat (Ismail et al., 2026) yang menyatakan bahwa dalam konteks ekonomi digital, teknologi memiliki kemampuan untuk mempermudah transaksi, meningkatkan efisiensi, mengurangi ketergantungan pada uang tunai, mempercepat aliran dana dalam perekonomian, menekan biaya transaksi, serta mendorong inklusi keuangan. Dengan demikian, penggunaan *QRIS* tidak hanya mengubah cara konsumen melakukan pembayaran, tetapi juga memengaruhi pola pengeluaran dan pengelolaan keuangan menjadi lebih praktis dan efisien.

Menurut peneliti, penggunaan *QRIS* memberikan kemudahan bagi informan dalam memantau pengeluaran yang dilakukan karena setiap transaksi yang telah dilakukan akan tercatat secara otomatis pada aplikasi pembayaran. Informan mengaku dapat melihat kembali riwayat transaksi sehingga lebih mudah mengetahui jumlah pengeluaran yang telah dilakukan dalam waktu tertentu. Adanya fitur tersebut membuat konsumen memiliki gambaran yang lebih jelas tentang riwayat pengeluaran mereka sehari-hari.

d. Perubahan Perilaku *Impulse Buying*

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa informan mengaku bahwa penggunaan *QRIS* membuat mereka lebih mudah melakukan pembelian secara spontan. Kemudahan pembayaran yang hanya memerlukan proses *scan* kode *QR* membuat konsumen dapat langsung melakukan transaksi ketika melihat barang atau produk yang diinginkan tanpa harus mempertimbangkan ketersediaan uang tunai yang dibawa. Selain itu, proses pembayaran yang cepat dan praktis membuat konsumen tidak mengalami banyak hambatan dalam melakukan pembelian, terutama untuk transaksi dengan nominal yang cukup kecil. Kemudahan yang ditawarkan oleh pembayaran digital dapat mendorong munculnya perilaku belanja spontan pada sebagian konsumen, meskipun tidak semua informan mengalami perubahan tersebut.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Ahmadi, 2016) yang menyebutkan bahwa tingginya intensitas penggunaan media sosial berkaitan dengan meningkatnya perilaku konsumtif yang kurang sehat, termasuk kecenderungan melakukan *impulse buying*. Selain memengaruhi keputusan pembelian, media sosial juga berperan dalam membentuk pola konsumsi yang apabila tidak diatur dengan baik dapat berdampak pada kondisi keuangan individu. Kemudahan akses terhadap berbagai informasi produk yang didukung oleh perkembangan teknologi dan sistem pembayaran digital membuat konsumen dapat melakukan transaksi dengan lebih cepat, sehingga peluang terjadinya pembelian secara spontan menjadi semakin besar.

Menurut peneliti, kemudahan penggunaan *QRIS* menjadi salah satu faktor yang mendorong sebagian informan untuk melakukan pembelian secara spontan. Informan mengaku bahwa proses pembayaran yang hanya dengan *scan* kode *QR* membuat transaksi dapat dilakukan dengan mudah sehingga keinginan untuk membeli suatu produk dapat langsung dilakukan tanpa harus memikirkan ketersediaan saldo. Selain itu, adanya saldo pada *mobile banking* atau dompet digital membuat konsumen merasa lebih mudah dalam melakukan pembelian kapanpun diperlukan. Meskipun demikian, perilaku pembelian spontan yang dialami informan cenderung terjadi pada pembelian kebutuhan sehari-hari atau produk dengan nominal yang tidak terlalu besar.

4.3.3 Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Perubahan Kebiasaan Belanja

a. Kemudahan Akses Pembayaran

Kemudahan akses pembayaran menjadi faktor utama yang mendorong perubahan kebiasaan belanja konsumen di lingkungan UII. Informan menilai bahwa *QRIS* sangat mudah digunakan karena dapat diakses melalui berbagai aplikasi pembayaran yang sudah tersedia pada *handphone*. Selain itu, penggunaan *QRIS* tidak dibatasi oleh jenis bank atau aplikasi tertentu sehingga memberikan kemudahan dan kenyamanan yang lebih besar bagi pengguna. Kemudahan tersebut membuat konsumen lebih tertarik menggunakan pembayaran digital dibandingkan metode pembayaran tunai yang mengharuskan mereka membawa uang secara langsung.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Arfiany Sepyanty Putri Nasution, Isnaini Harahap, 2025) yang menyatakan bahwa dengan sistem berbasis kode *QR*, pengguna dapat melakukan pembayaran hanya dengan memindai kode *QR* melalui aplikasi pembayaran digital yang dipilih, baik melalui *mobile banking*, *e-commerce*, maupun aplikasi pembayaran lainnya. Sistem tersebut memberikan kemudahan karena seluruh transaksi dapat dilakukan secara mudah melalui satu kode *QR* tanpa bergantung pada penyedia layanan tertentu. Kondisi ini membuat proses pembayaran menjadi lebih praktis dan efisien, sehingga mampu meningkatkan minat masyarakat dalam memanfaatkan pembayaran digital.

Menurut peneliti, kemudahan akses yang ditawarkan oleh *QRIS* menjadi alasan utama mengapa informan semakin terbiasa menggunakan pembayaran digital dalam kegiatan sehari-hari. Informan mengaku bahwa mereka tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan *QRIS* karena hampir seluruh aplikasi *mobile banking* maupun dompet digital yang dimiliki telah mendukung sistem tersebut. Adanya satu kode *QR* yang dapat digunakan oleh berbagai aplikasi juga membuat proses pembayaran tidak menyulitkan konsumen. Semakin mudah suatu sistem pembayaran diakses dan digunakan, semakin besar juga kemungkinan konsumen untuk menjadikannya sebagai metode pembayaran utama dalam aktivitas belanja sehari-hari.

b. Promosi dan *Cashback*

Promosi dan *cashback* yang diberikan oleh berbagai aplikasi pembayaran menjadi salah satu faktor yang mendorong konsumen untuk menggunakan *QRIS*. Adanya potongan harga, *cashback*, maupun penawaran khusus membuat pengguna

memperoleh keuntungan tambahan dari setiap transaksi yang dilakukan. Bagi sebagian informan, keberadaan promo tersebut memberikan nilai lebih karena dapat membantu menghemat pengeluaran dan menambah kenyamanan dalam bertransaksi. Meskipun demikian, sebagian besar informan mengaku bahwa mereka jarang memanfaatkan berbagai program promo tersebut ketika melakukan pembelian secara langsung di kantin atau tempat berbelanja lainnya. Hal ini disebabkan karena promo dan *cashback* lebih sering tersedia pada transaksi yang dilakukan melalui aplikasi tertentu dibandingkan dengan transaksi secara langsung menggunakan *QRIS*.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Afrizal Sulwani Husna & Megananda Tarada Berlian, 2025) yang menyatakan bahwa adopsi berbasis insentif, khususnya melalui *cashback* dan diskon, dapat membentuk kebiasaan penggunaan serta memperkuat loyalitas terhadap merek penyedia layanan. Keberadaan insentif tersebut membuat pengguna memperoleh manfaat tambahan yang dapat meningkatkan minat menggunakan layanan pembayaran digital.

Menurut peneliti, keberadaan promo dan *cashback* memang menjadi salah satu daya tarik penggunaan *QRIS*, namun pengaruhnya terhadap perubahan kebiasaan belanja konsumen di lingkungan UII tidak terlalu besar. Informan mengaku lebih sering menggunakan *QRIS* karena alasan kemudahan dan kepraktisan. Selain itu, sebagian besar informan menyatakan bahwa promo lebih banyak ditemukan pada transaksi melalui aplikasi tertentu, sedangkan pada transaksi langsung, promo tersebut jarang sekali ditemui. Meskipun demikian,

ketika terdapat penawaran *cashback* atau potongan harga, informan cenderung merasa lebih diuntungkan dan lebih tertarik menggunakan pembayaran digital.

c. Pengaruh Lingkungan Sosial

Pengaruh lingkungan sosial juga menjadi faktor yang berperan dalam perubahan kebiasaan belanja konsumen. Informan menyebutkan bahwa penggunaan *QRIS* semakin sering ditemui di lingkungan pertemanan, keluarga, maupun tempat usaha di sekitar kampus. Banyaknya orang yang menggunakan *QRIS* membuat konsumen merasa lebih terbiasa dan terdorong untuk ikut menggunakan metode pembayaran tersebut. Selain itu, semakin banyak pedagang yang menyediakan fasilitas *QRIS* menyebabkan konsumen memiliki lebih banyak kesempatan untuk menggunakan pembayaran digital dalam aktivitas sehari-hari.

Temuan tersebut sejalan dengan pendapat (To'at et al., 2025) yang menyatakan bahwa faktor lingkungan sosial merupakan aspek penting yang memengaruhi kehidupan manusia dan masyarakat, karena dukungan serta interaksi dengan lingkungan sekitar berperan dalam perkembangan individu. Tanpa adanya dukungan dari lingkungan sosial, seseorang dapat mengalami kesulitan untuk beradaptasi dan berkembang secara optimal. Dalam konteks penggunaan *QRIS*, keberadaan lingkungan yang telah terbiasa menggunakan pembayaran digital serta semakin luasnya penerapan *QRIS* di berbagai tempat usaha turut mendorong terbentuknya kebiasaan baru dalam berbelanja.

Menurut peneliti, lingkungan sosial memiliki peran yang cukup besar dalam mendorong perubahan kebiasaan belanja konsumen di lingkungan UII. Informan mengaku bahwa menggunakan *QRIS* karena lingkungan sekitar mendukung, jika di

perkotaan banyak yang menggunakan *QRIS* sedangkan di pedesaan jarang menggunakan *QRIS*. Faktor lingkungan membuat mereka terbiasa menggunakan *QRIS* sebagai pembayaran digital dalam kegiatan sehari-hari. Selain itu, keberadaan *QRIS* yang hampir tersedia di berbagai kantin dan tempat usaha di sekitar kampus membuat penggunaan pembayaran digital menjadi hal yang umum dilakukan. Kondisi tersebut secara tidak langsung mendorong konsumen untuk menyesuaikan diri dengan kebiasaan yang berkembang di lingkungan sekitarnya.

d. Efisiensi Waktu Transaksi

Efisiensi waktu merupakan faktor lain yang mendorong konsumen beralih menggunakan *QRIS*. Informan menilai bahwa proses pembayaran menggunakan *QRIS* jauh lebih cepat dibandingkan pembayaran tunai karena tidak memerlukan proses menghitung uang atau menunggu uang kembalian. Kecepatan tersebut sangat membantu terutama ketika kondisi tempat usaha sedang ramai atau ketika konsumen memiliki keterbatasan waktu. Oleh karena itu, *QRIS* dianggap mampu memberikan kemudahan dalam bertransaksi sekaligus meningkatkan efisiensi waktu dalam aktivitas belanja sehari-hari.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (To'at et al., 2025) yang menyatakan bahwa *QRIS* dapat menjadi alternatif pembayaran yang mampu mengurangi penggunaan uang tunai serta meningkatkan efisiensi dalam proses transaksi. Kecepatan dan kemudahan yang ditawarkan oleh *QRIS* menjadikannya semakin banyak digunakan oleh konsumen karena dapat mendukung aktivitas belanja yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang menginginkan transaksi yang cepat dan praktis.

Menurut peneliti, efisiensi waktu menjadi salah satu alasan utama mengapa informan lebih memilih menggunakan *QRIS* dalam melakukan transaksi sehari-hari. Informan mengaku bahwa pembayaran menggunakan *QRIS* hanya dengan *scan* kode *QR* sehingga transaksi dapat diselesaikan dengan cepat dan mudah. Kemudahan tersebut membuat konsumen tidak perlu menghabiskan waktu untuk menghitung uang, mencari nominal yang sesuai, maupun menunggu uang kembalian dari pedagang. Bagi mahasiswa yang memiliki aktivitas padat, kecepatan transaksi menjadi nilai tambah yang membuat penggunaan *QRIS* semakin diminati.

4.3.4 Kendala dalam Menggunakan QRIS

a. Gangguan Jaringan Internet

Gangguan jaringan internet merupakan kendala yang paling sering dialami oleh informan saat menggunakan *QRIS*. Karena sistem pembayaran ini bergantung pada koneksi internet, kualitas jaringan yang tidak stabil dapat menyebabkan proses pembayaran menjadi lambat atau bahkan gagal dilakukan. Informan mengaku pernah mengalami situasi ketika aplikasi pembayaran sulit terhubung ke jaringan sehingga transaksi harus ditunda sampai koneksi kembali normal. Kondisi tersebut cukup mengganggu, terutama ketika transaksi dilakukan pada saat kondisi ramai atau ketika konsumen sedang membutuhkan proses pembayaran yang cepat. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Istanti et al., 2026) yang menyatakan bahwa masih banyak daerah yang memiliki jaringan internet yang tidak stabil. Keterbatasan kualitas jaringan tersebut menjadi salah satu hambatan dalam

pemanfaatan sistem pembayaran digital yang sangat bergantung pada konektivitas internet. Apabila jaringan mengalami gangguan, maka proses transaksi tidak dapat berjalan secara optimal sehingga dapat mengurangi efektivitas penggunaan QRIS.

b. Keterbatasan Saldo atau Aplikasi

Kendala lain yang dialami informan adalah keterbatasan saldo pada rekening yang digunakan untuk proses pembayaran. Dalam beberapa pengalaman, konsumen baru menyadari bahwa saldo yang dimiliki tidak mencukupi ketika akan melakukan pembayaran. Selain itu, beberapa informan juga mengaku pernah mengalami masalah pada aplikasi pembayaran, seperti aplikasi yang tidak dapat dibuka, perlu diperbarui terlebih dahulu, atau mengalami gangguan sistem, bahkan beberapa informal mengaku tidak punya kuota internet juga. Kondisi tersebut menyebabkan konsumen harus menggunakan metode pembayaran lain untuk menyelesaikan proses pembayaran. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Abnaina & Rezeki, 2026) yang menyatakan bahwa dimensi risiko, seperti risiko psikologis dan risiko waktu, dapat memberikan pengaruh negatif terhadap persepsi nilai dan niat penggunaan layanan pembayaran digital, terutama ketika teknologi dianggap menimbulkan ketidakpastian dalam penggunaannya. Ketidakstabilan jaringan internet serta kekhawatiran bahwa dana tidak langsung masuk ke rekening juga dapat memperkuat persepsi risiko dalam penggunaan QRIS. Dengan demikian, meskipun QRIS menawarkan kemudahan dan kepraktisan dalam bertransaksi, berbagai kendala teknis yang masih terjadi dapat memengaruhi kenyamanan serta kepercayaan konsumen dalam menggunakan metode pembayaran digital tersebut.

c. Kendala Biaya Administrasi

Beberapa informan juga mengalami kendala yaitu biaya administrasi pada saat melakukan pembayaran menggunakan QRIS. Memang tidak semua pemilik toko memberi beban biaya administrasi kepada pembeli, namun beberapa toko memberi beban biaya admin ke pembeli. Situasi seperti ini terkadang menimbulkan ketidaknyamanan pada konsumen. Padahal seharusnya biaya administrasi ditanggung oleh pemilik toko, bukan kepada pembelinya. Meskipun biaya administrasi tidak banyak, namun membuat konsumen kurang nyaman dan menjadi salah satu hambatan dalam penggunaan QRIS. Padahal, berdasarkan ketentuan yang dikeluarkan oleh Departemen Komunikasi Bank Indonesia, pedagang tidak diperbolehkan membebankan biaya tambahan dalam bentuk apapun kepada pembeli ketika melakukan transaksi menggunakan QRIS. Namun, praktik tersebut masih ditemukan di beberapa tempat. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Maisa Zahra et al., 2025) yang menunjukkan bahwa masih terdapat pedagang yang mengenakan biaya tambahan kepada konsumen, sehingga menyebabkan adanya perbedaan nominal pembayaran antara transaksi tunai dan transaksi menggunakan QRIS. Walaupun biaya tambahan yang dikenakan relatif kecil, hal tersebut tetap memengaruhi kenyamanan konsumen dan menjadi salah satu faktor yang menghambat penggunaan QRIS. Oleh karena itu, diperlukan kepatuhan dari para pedagang terhadap ketentuan yang telah ditetapkan agar penggunaan QRIS dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan yang maksimal bagi konsumen.

d. Pemahaman Digital Pengguna

Pemahaman digital pengguna juga menjadi salah satu kendala dalam penggunaan QRIS. Berdasarkan hasil wawancara, informan menilai bahwa tidak semua

masyarakat memiliki kemampuan yang sama dalam menggunakan teknologi digital, terutama dalam menggunakan aplikasi pembayaran. Sebagian pengguna masih mengalami kesulitan dalam memahami fitur-fitur yang tersedia, melakukan proses pembayaran, maupun mengatasi masalah yang muncul saat transaksi. Kebanyakan yang kurang paham menggunakan QRIS yaitu yang sudah berusia lanjut dan di lingkungan tersebut terbiasa menggunakan uang tunai. Kurangnya pemahaman tersebut membuat pengguna lebih nyaman menggunakan pembayaran tunai daripada QRIS dalam beberapa kondisi dan lingkungan. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Saputra & Putri Nabila, 2025) yang menyatakan bahwa penggunaan handphone masih didominasi oleh generasi milenial. Kondisi tersebut menyebabkan ketidakmerataan dalam penggunaan QRIS, terutama pada masyarakat dengan tingkat ekonomi rendah dan kelompok usia lanjut yang belum sepenuhnya memahami cara mengoperasikan gadget. Keterbatasan kemampuan dalam menggunakan teknologi membuat sebagian masyarakat mengalami kesulitan untuk beradaptasi dengan sistem pembayaran digital.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang membahas mengenai permasalahan perubahan kebiasaan belanja akibat kebijakan QRIS Satu Kode dari perspektif konsumen di lingkungan Universitas Islam Indonesia (UII). Penelitian ini mengambil topik tentang perubahan perilaku konsumen dalam melakukan aktivitas belanja setelah penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital. Untuk memperoleh data yang lebih mendalam dan meningkatkan keabsahan hasil penelitian, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan persepsi konsumen sebagai pengguna QRIS dengan pedagang di kantin UII sebagai pihak yang menerima pembayaran menggunakan QRIS. Melalui perbandingan tersebut, diperoleh gambaran tentang perubahan kebiasaan belanja dan faktor-faktor yang memengaruhi perubahan tersebut dari sudut pandang konsumen maupun pedagang.
2. Berdasarkan hasil penelitian, perubahan kebiasaan belanja yang muncul setelah mahasiswa terbiasa menggunakan QRIS Satu Kode terlihat dari adanya perubahan metode pembayaran dari tunai ke digital. Sebagian besar informan menjadikan QRIS sebagai metode pembayaran utama dalam aktivitas sehari-hari karena dinilai lebih praktis saat digunakan. Selain itu, penggunaan QRIS juga menyebabkan frekuensi transaksi menjadi lebih sering, memudahkan konsumen dalam memantau pengeluaran melalui riwayat transaksi pada aplikasi pembayaran, serta mendorong sebagian

informan untuk melakukan pembelian secara spontan karena proses pembayaran dapat dilakukan dengan mudah hanya dengan scan kode QR. Dengan demikian, QRIS Satu Kode tidak hanya mengubah cara konsumen melakukan pembayaran, tetapi juga membentuk kebiasaan baru dalam aktivitas belanja mahasiswa di lingkungan UII.

3. Faktor-faktor yang memengaruhi perubahan kebiasaan belanja mahasiswa setelah adanya penerapan QRIS Satu Kode meliputi kemudahan akses pembayaran, promosi dan cashback, pengaruh lingkungan sosial, dan efisiensi waktu. Kemudahan akses pembayaran menjadi faktor yang paling dominan karena QRIS dapat digunakan melalui berbagai aplikasi pembayaran yang tersedia pada handphone sehingga transaksi menjadi lebih praktis. Selain itu, adanya promosi dan cashback juga memberikan manfaat bagi pengguna meskipun bukan menjadi faktor utama. Pengaruh lingkungan sosial juga berperan dalam membentuk kebiasaan penggunaan QRIS karena semakin banyak teman, keluarga, dan pedagang di sekitar kampus yang telah menggunakan pembayaran digital. Di samping itu, efisiensi waktu yang diperoleh melalui proses transaksi yang cepat dan mudah membuat mahasiswa semakin sering menggunakan QRIS dalam kegiatan belanja sehari-hari. Dengan demikian, perubahan kebiasaan belanja mahasiswa di lingkungan UII dipengaruhi oleh faktor teknologi, lingkungan sosial, dan kebutuhan transaksi yang lebih praktis dan efisien.

5.2 Saran

1. Bagi mahasiswa sebagai konsumen di lingkungan UII, diharapkan penggunaan QRIS tidak hanya dimanfaatkan untuk memperoleh kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi, tetapi juga diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik. Mahasiswa perlu lebih bijak dalam menggunakan pembayaran digital agar kemudahan yang diberikan oleh QRIS tidak mendorong perilaku konsumtif atau pembelian secara spontan yang berlebihan. Selain itu, fitur riwayat transaksi yang tersedia pada aplikasi pembayaran dapat dimanfaatkan untuk memantau dan mengendalikan pengeluaran sehari-hari sehingga penggunaan QRIS dapat memberikan manfaat yang lebih optimal.
2. Bagi penelitian ini, hasil yang diperoleh diharapkan dapat menjadi tambahan referensi dan sumber informasi mengenai perubahan kebiasaan belanja akibat penerapan QRIS Satu Kode, khususnya dari perspektif konsumen. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian mengenai perilaku konsumen dan sistem pembayaran digital, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan pengembangan layanan pembayaran digital di masa mendatang.
3. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan cakupan informan yang lebih luas. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada konsumen di lingkungan UII, sehingga hasil penelitian belum dapat menggambarkan perubahan

kebiasaan belanja pada masyarakat yang lebih luas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat melibatkan konsumen dari berbagai perguruan tinggi, pelaku usaha, maupun masyarakat umum agar diperoleh gambaran yang lebih luas tentang pengaruh penerapan QRIS Satu Kode terhadap perubahan kebiasaan belanja. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mengkaji faktor-faktor lain yang belum dibahas secara mendalam dalam penelitian ini sehingga dapat memperkaya kajian mengenai perilaku konsumen dalam era pembayaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abnaina, E., & Rezeki, Y. (2026). Analisis Kualitatif Hambatan Struktural Penggunaan QRIS bagi Pedagang Mikro Dengan Perputaran Modal Cepat. *Economics and Financial*, 8(1). <https://doi.org/10.32877/ef.v8i1.3672>
- Aditya Wardhana, 2025. (2025). Consumer Behavior in the Digital Age. In *Iaa Journal of Art and Humanities* (Vol. 12, Issue 1). <https://doi.org/10.59298/iaajah/2025/1217783>
- Afrizal Sulwani Husna, & Megananda Tarada Berlian. (2025). Eksplorasi Dampak Pembayaran Digital Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat. *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 15101–15108. <https://jicnusanantara.com/index.php/jiic>
- Ahmadi, K. R. A. M. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kebiasaan Belanja Konsumen Bagi Generasi X Y Z. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 1(1), 140–157.
- Andhika, M. M., Ariani, M., & Budiarto, B. (2025). Tantangan Perkembangan Teknologi Melalui Metode Pembayaran Qris Bagi Umkm Dan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 1522–1539. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.5233>
- Arfiany Sepyanty Putri Nasution, Isnaini Harahap, N. A. (2025). Pengaruh Kemudahan, Kecepatan dan Keamanan Penggunaan Qris Pada UMKM Halal Kota Medan. *Jambura Economic Education Journal*, 7(1), 420–435.
- Astiansyah, S. A., & Damayanti, S. D. (2024). Analisis Preferensi Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Generasi Z. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 96–101. <https://doi.org/10.57151/jeko.v3i2.389>
- Auliya, P. N., & Arransyah, M. F. (2023). Penerapan Model UTAUT untuk Mengetahui Minat Perilaku Konsumen dalam Penggunaan QRIS. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(3), 885–892. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i3.2808>
- Ciputra Daeng Bani, F., Evita, T. D., Adittyta, M. S., Lutfatun, A. L., & Fadhila, N. (2025). Pengaruh Penerapan Teknologi Pembayaran Digital (Qris) Terhadap Pola Belanja Masyarakat. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal*, 2(3), 5041.
- Della Irona, V., & Triyani, M. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen: kualitas produk, harga dan promosi (literature review smm). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 174–185. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.26>
- Dimas, R., Ricky, M., & Goni, S. Y. V. I. (2021). Dampak Aplikasi Belanja Online (Online Shop) di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Belanja Masyarakat di Kelurahan Girian Weru Ii Kecamatan Girian Kota Bitung

- Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1), 1–9.
- Dyanasari, & Harwiki, W. (2018). Perilaku Konsumen. *Forthcoming*, 59 Pages. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3238778
- Evi Rosalina Widyayanti, I. (2024). Penaruh Digitalisasi terhadap Adopsi Teknologi UMKM Dalam Menggunakan Alat Pembayaran QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 2(1), 306–312.
- Fina Stia Maharani, Drs. Wagiman, & Dra. Wahyu Murti Utami, M. P. (n.d.). *Dampak Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja*. 23–28.
- Herdioko, J. W. R. P. (1875). Analisis Pengaruh Sikap, Desain Tampilan, dan Citra Situs Terhadap Minat Belanja Pada Situs Belanja Daring Tokopedia di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Modus*, 31(1), 48–60.
- Ismail, A. R., Sutabri, T., Darma, U. B., Indonesia, U. R., Apus, B., & Timur, J. (2026). Analisis Pengaruh Tingkat Penggunaan QRIS Berbasis Cashless Payment Secara Berlebihan Terhadap Pola Pengeluaran Pegawai di Kejaksaa Tinggi Sumatera Selatan. *Juranl Media Akademik (JMA)*, 4(1).
- Istanti, E., Ayu, I., & Brahmayanti, S. (2026). Manfaat Yang Dirasakan, Kemudahan Penggunaan, Dan Efek Risiko Pada Keputusan Penggunaan QRIS: Peran Mediasi. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 26(2), 151–162.
- Kristofani, A., Kania, A., Felice, A., Cynthia, C., Christy, J., . N., Yosua, I., & Dahesihsari, R. (2022). Hubungan Pertimbangan Manfaat Dan Risiko, Alat Pembayaran, Dan Tempat Berbelanja Dengan Perilaku Konsumen Menjaga Protokol Kesehatan. *Jurnal Manajemen*, 18(2), 153–170. <https://doi.org/10.25170/jm.v2i18.2884>
- Mai Susanti, Nuntufa, & M. A. R. (2020). Analisis Persepsi Pedagang Pada Penggunaan QRIS Sebagai Alat Transaksi Umkm di Kota Tangerang Selatan. *Ekonomi*, 1(2), 95.
- Maisa Zahra, F., Ramdan Hidayat, A., & Siti Rohmah Maulida, I. (2025). Analisis Penambahan Biaya Transaksi QRIS Menurut Fikih dan Regulasi BI. *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, 5(2). <https://doi.org/10.29313/bcssel.v5i2.19349>
- Mohammad Rafki Nazar, Utari Arifah, Serena Maharani Fitri, Syifa' Aulia Santika Putri, M. P. R. (2023). Analisis Faktor Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money dan Munculnya Cashless Society di Indonesia Mohammad. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 2(April), 306–312.
- Muslimawati, M. (2024). Analisis Penggunaan Aplikasi QRIS Sebagai Alat Pembayaran Non Tunai Untuk Mempermudah Transaksi Bagi Pelaku Usaha UMKM di Kecamatan Abeura, Kota Jayapura. *Lajumen: Lajagoe Journal Management And Business*, 2(1), 306–312.

- Nadhifa Alifia, Erwin Pratama, & H. (n.d.). Analisis Penggunaan QRIS Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (JRPE)*, 102–115.
- Niazi, H. A., & Luhur, U. B. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Kegunaan , Persepsi Risiko , Dan Kenyamanan Terhadap Sikap Konsumen Dalam Belanja Online foto hingga berbelanja melalui internet atau yang sering disebut dengan online shopping . atau consumer to consumer . Di dalam bisnis. *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(4), 191–203. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i4.2264%0Ahttps://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jubima/article/download/2264/1758>
- Permana, E. R., Maulana, Y. S., Mulyana, A. E., & Lazuardi, B. (2025). Analisis Efektivitas Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Dalam Mempermudah Pembayaran. *Jurnal Ilmiah ADBIS (Administrasi Bisnis)*, 9(2), 106–126.
- Pratiwi, F. N. (2023). The Influence of The QRIS Payment Method on Purchase Decisions in Bandung State Polytechnic Students. *International Journal Administration, Business & Organization*, 4(3), 79–87.
- Rahmawati, S., & Arfiansyah, M. A. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan QRIS Pada UMKM Kota Surakarta. *Mbia*, 22(3), 435–449. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i3.2663>
- Rehatalanit, Y. L. . (2021). Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5(0), 62–69. <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jti/article/view/764>
- Rendi Permana, Rezi Attaullah, Yolanda Pratiwi, Sartika Apri Yanti4, Alvin Darmawan, D. P. N. (2024). Dampak Implementasi QRIS Terhadap Perubahan Sistem Keuangan Nasional. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 220–229. <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu>
- Rismawan, A. P., Hendriati, D. A. F., Chand, S. F. S. A., & Iryana, A. (2024). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Accounting Law Communication and Technology*, 2(1), 731–745. <https://doi.org/10.57235/jalakotek.v2i1.4886>
- Rispantyo, S. A. N. &. (2026). *Pengaruh Kemanfaatan Qris , Kemudahan Qris , dan Keamanan Qris*. 06(02), 53–66.
- Rosda Malia, D. S. S. &. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Sayuran di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Muka Cianjur). *Agroscience (Agsci)*, 7(1), 178. <https://doi.org/10.35194/agsci.v7i1.51>
- Saputra, Y. H., & Putri Nabila, A. (2025). Pemanfaatan QRIS Dalam Donation Based Crowdfunding: Studi Pada Platform kitabisa.com. *Center of Economic Student Journal*, 8(2), 2621–8186.

<https://doi.org/10.56750/csej.v8i2.1130>

- Simamora Awy Apriani Ningrum, & Fatira Marlya. (2019). Kemudahan Aplikasi Dan Keragaman Produk Dalam Membentuk Keputusan Pembelian Generasi Milenial Berbelanja Secara Online. *Jurnal Maneksi*, VOL 8, NO.(2), 1–10.
- Tambunan, K., Silalahi, P. R., & Batubara, T. R. (2022). The Impact of QRIS Usage on Consumer Satisfaction as a Transaction Tool. *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 122–128.
- To'at, M., Pulubuhu, D. A. T., & Muhammad, R. (2025). Dari Tunai ke Digital: Dampak Sosial Penggunaan QRIS di Kalangan Muda. *Journal of Humanity and Social Justice*, 64–84. <https://ojs.isjn.or.id/index.php/jhsj/article/view/69>
- Yugo Dwi Satrio, Tri Intang Dewana, A. M. (2024). Manfaat Teknologi Digital Payment QRIS Bagi UMKM. *Merdeka Indonesia Journal International (MIJI)*, 5(1), 70–80.
- Zed, E. Z., Hanifah, N. N., Fera, C. Z., Prihayanti, E., & Bayhaqi. (2025). Pengaruh Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Terhadap Perilaku Konsumen di Era Cashless Society. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pendidikan*, 02(02), 615–620.

Berikut hasil wawancara dengan beberapa informan di kantin Universitas Islam Indonesia untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan:

Wawancara dengan Kak Via umur 25 dari Fakultas Kedokteran.

1. Seberapa sering anda menggunakan QRIS untuk melakukan pembayaran dalam satu bulan terakhir?

“Sering banget kak, setiap hari menggunakan qris soalnya.”

2. Dalam aktivitas belanja sehari-hari, aplikasi digital apa yang biasanya anda pakai saat menggunakan QRIS?

“Aku banyak pakai, bisa dari dana, ovo, kadang gopay juga, itu pakai semua, pakai mbanking kalau tarik tunai saja.”

Sering banget karena sekarang jarang pegang cash, pilihannya hanya pakai qris.”

3. Menurut anda, apakah penggunaan QRIS membuat aktivitas belanja menjadi lebih sering atau lebih mudah dilakukan?

“Lebih mudah sih kak karena enak dibawa, dan tergantung dengan sinyalnya, karena kadang ngelag.”

4. Setelah terbiasa menggunakan QRIS Satu Kode, apakah terdapat perubahan dalam kebiasaan belanja anda?

“Kayaknya iya, tiba-tiba saldonya berkurang banyak banget, soalnya kalau cash kan kelihatan, kalau pakai qris ngga kelihatan saldonya, jadi lebih impulsive buying dibanding saat masih menggunakan uang cash, kadang beli ini beli itu nggak mikir tinggal berapa saldonya.”

5. Apakah anda merasa aman saat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital?

“Aman sih karena ga perlu bawa dompet, ga ribet juga, dan bisa dibawa kemana saja.”

6. Apakah adanya promo seperti cashback, potongan harga, atau diskon memengaruhi keputusan anda untuk menggunakan QRIS?

“Ga ada sama sekali, karena memang gaada promo dan cashbacknya.”

7. Apakah lingkungan sekitar, seperti teman, keluarga, atau media sosial, turut memengaruhi anda dalam menggunakan QRIS?

“Kondisi lingkungan sangat berpengaruh, karena kalau tinggal di perkotaan atau padat penduduk banyak yang menggunakan qris, contohnya di lingkungan uii ini, hampir semua pedagang menyediakan pembayaran menggunakan qris untuk pembeli, jadi sangat memudahkan untuk terbiasa menggunakan qris, beda lagi kalau di desa yang jauh dari perkotaan, disana hampir semua pembayaran masih menggunakan cash, lagian disana juga pemilik umkm kebanyakan yang sudah lanjut usia dan tidak melek teknologi, hp aja nggak punya dan nggak bisa mengoperasikan apalagi pembayaran menggunakan qris, jadi tidak memungkinkan untuk menggunakan qris.”

8. Apakah anda pernah mengalami kendala saat menggunakan QRIS dalam transaksi pembayaran? Jika pernah, kendala apa yang paling sering dialami?

“Paling jaringan ya, kadang2 kamu susah gitu.”

9. Apa saran yang dapat anda berikan agar penggunaan QRIS menjadi lebih mudah, praktis, dan nyaman digunakan oleh banyak orang?

“Kayaknya untuk saat ini sudah nyaman ya, nggak ada yang gimana2, Cuma itu keterbatasan jaringan doang sih.”

Wawancara dengan Kak Nita umur 25 dari Fakultas Kedokteran.

1. Seberapa sering anda menggunakan QRIS untuk melakukan pembayaran dalam satu bulan terakhir?

“Wah tidak terhingga kak, hampir setiap hari setiap beli apapun menggunakan qris, karena lebih mudah dan cepat, terus disini hampir semua toko menyediakan qris sebagai alat pembayaran, bahkan ada beberapa toko yang ada peraturan ‘lebih diutamakan menggunakan qris’, mungkin karena perkembangan teknologi juga.”

2. Dalam aktivitas belanja sehari-hari, aplikasi digital apa yang biasanya anda pakai saat menggunakan QRIS?

“Pakai mbanking bni kak.”

4. Menurut anda, apakah penggunaan QRIS membuat aktivitas belanja menjadi lebih sering atau lebih mudah dilakukan?

"Lebih mudah dan praktis kak, karena fleksibel aja.”

5. Setelah terbiasa menggunakan QRIS Satu Kode, apakah terdapat perubahan dalam kebiasaan belanja anda?

“Kalau dibandingin sebenarnya sama saja sih kak, tapi kadang ga sadar kalau sudah mengeluarkan banyak dana.”

6. Apakah anda merasa aman saat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital?

“Iya, lebih aman.”

7. Apakah adanya promo seperti cashback, potongan harga, atau diskon memengaruhi keputusan anda untuk menggunakan QRIS?

“Nggak sih kak, gapernah pakai diskon atau promo lain.”

8. Apakah lingkungan sekitar, seperti teman, keluarga, atau media sosial, turut memengaruhi anda dalam menggunakan QRIS?

“Dari diri sendiri sih kak, karena memang gampang dipake aja.”

9. Apakah anda pernah mengalami kendala saat menggunakan QRIS dalam transaksi pembayaran? Jika pernah, kendala apa yang paling sering dialami?

“Susah sinyal lebih tepatnya.”

10. Apa saran yang dapat anda berikan agar penggunaan QRIS menjadi lebih mudah, praktis, dan nyaman digunakan oleh banyak orang?

“Kayaknya untuk saat ini, menurut saya sudah cukup banget sih kak.”

Wawancara dengan Kak Mutiara umur 20 dari Fakultas Hukum

1. Seberapa sering anda menggunakan QRIS untuk melakukan pembayaran dalam satu bulan terakhir?

“Hampir setiap hari, karena aku pribadi juga gapernah megang cash.”

2. Dalam aktivitas belanja sehari-hari, aplikasi digital apa yang biasanya anda pakai saat menggunakan QRIS?

“BSI.”

3. Menurut anda, apakah penggunaan QRIS membuat aktivitas belanja menjadi lebih sering atau lebih mudah dilakukan?

“Pakai qris lebih mudah, karena bisa diakses pakai hp, zaman sekarang kemanapun bawa hp, bahkan jarang bawa dompet juga, kita juga tidak perlu mengambil uang tunai di atm, tidak perlu menunggu uang kembalian juga, bahkan ada beberapa pedagang yang menyuruh pembeli menukarkan uang saat tidak ada kembalian.”

4. Setelah terbiasa menggunakan QRIS Satu Kode, apakah terdapat perubahan dalam kebiasaan belanja anda?

“Ada sih kak, jadi kaya belanjanya lebih enak kan, kayak kemana-mana gausah repot, cukup bawa hp satu sudah begitu, jadi itu kayak lebih enak.”

5. Apakah anda merasa aman saat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital?

“Aman dan nyaman.”

6. Apakah adanya promo seperti cashback, potongan harga, atau diskon memengaruhi keputusan anda untuk menggunakan QRIS?

“Nggak sih kak, memang ada beberapa qris ada potongan lima ratus perak kan, tapi itu tidak berpengaruh sih, karena itu kan kecil dan jarang juga.”

7. Apakah lingkungan sekitar, seperti teman, keluarga, atau media sosial, turut memengaruhi anda dalam menggunakan QRIS?

“Habit sih kak, karena kan overall qris semua kan, bahkan pedagang kaki lima pakai qris, jadi namanya masyarakat mengikuti kebiasaan di sekitar kita habis itu dari diri kita.”

8. Apakah anda pernah mengalami kendala saat menggunakan QRIS dalam transaksi pembayaran? Jika pernah, kendala apa yang paling sering dialami?
“Nah iya, kalau kendala pasti, karena kan jaringan ya kak yaa, terus misal ke tempat yang ibarat kata jauh lah dari lingkungan perkotaan, itu biasanya masih belum, jadi harus menyesuaikan, tapi kendala paling pasti itu jaringan.”
9. Apa saran yang dapat anda berikan agar penggunaan QRIS menjadi lebih mudah, praktis, dan nyaman digunakan oleh banyak orang?
“Jaringannya diperbaiki, kalau jaringan tidak bisa diperbaiki ya dari mbankingnya itu nggak perlu pakai internet gitulo, tapi masih bisa diakses, yang di desa2 susah internet tetap bisa make biar lebih gampang, dan kitanya bisa lebih bebas akses.”

Wawancara dengan Kak Catherine umur 19 dari Fakultas Hukum

1. Seberapa sering anda menggunakan QRIS untuk melakukan pembayaran dalam satu bulan terakhir?
“Sering banget.”
2. Dalam aktivitas belanja sehari-hari, aplikasi digital apa yang biasanya anda pakai saat menggunakan QRIS?
“Mandiri Livin.”
3. Menurut anda, apakah penggunaan QRIS membuat aktivitas belanja menjadi lebih sering atau lebih mudah dilakukan?
“Lebih mudah digunakan.”

4. Setelah terbiasa menggunakan QRIS Satu Kode, apakah terdapat perubahan dalam kebiasaan belanja anda?

“Sebenarnya semenjak menggunakan qris lebih sering beli sesuatu, karena mudah jadi rada ngegampangin, tapi untungnya di ada riwayat transaksi di semua aplikasi, jadi bisa mengatur pengeluaran juga. Cuma kalau merasa lagi banyak saldo jarang melihat riwayat transaksi.”

5. Apakah anda merasa aman saat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital?

“Aman banget, karena menggunakan face id saat transaksinya.”

6. Apakah adanya promo seperti cashback, potongan harga, atau diskon memengaruhi keputusan anda untuk menggunakan QRIS?

“Nggak ya.”

7. Apakah lingkungan sekitar, seperti teman, keluarga, atau media sosial, turut memengaruhi anda dalam menggunakan QRIS?

“Lebih ke dari orang tua sih, soalnya kan orang tua jadi, jadi gak bisa ngasih uang pakai cash.”

8. Apakah anda pernah mengalami kendala saat menggunakan QRIS dalam transaksi pembayaran? Jika pernah, kendala apa yang paling sering dialami?

“Kendala jaringan kak.”

9. Apa saran yang dapat anda berikan agar penggunaan QRIS menjadi lebih mudah, praktis, dan nyaman digunakan oleh banyak orang?

“Itu dari diri masing2 kak.”

Wawancara dengan kak Shinta umur 23 dari Fakultas Ilmu Agama Islam

1. Seberapa sering anda menggunakan QRIS untuk melakukan pembayaran dalam satu bulan terakhir?

“Dalam sehari itu paling enggak tiga kali, jadi dalam sebulan sembilan puluh kali sampe 100 kali.”

2. Dalam aktivitas belanja sehari-hari, aplikasi digital apa yang biasanya anda pakai saat menggunakan QRIS?

“Nah, kalau aplikasi pakai grab sama shopeepay juga, karena kalau pakai grab pakai qris juga kab byar lewat emoney itu.”

3. Menurut anda, apakah penggunaan QRIS membuat aktivitas belanja menjadi lebih sering atau lebih mudah dilakukan?

“Sebenarnya lebih mudah kan, cuman dari pov pelanggan tinggal di scan saja, cuman gen z itu kadang gak punya kuota, itu yang jadi masalah, jadi ada beberapa cash untuk jaga-jaga semisal gaada kuota, kadang juga minta yang jual ngasih tetring, nah itu sering banget karena sinyal gak kedeteksi juga.”

4. Setelah terbiasa menggunakan QRIS Satu Kode, apakah terdapat perubahan dalam kebiasaan belanja anda?

“Dulu iya berubah menjadi konsumtif, tapi sekarang semenjak ada penerapan biaya admin dua ratus per qris bahkan ada tiga ratus lima ratus bahkan seribu jadi nggak terlalu sih.”

5. Apakah anda merasa aman saat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital?

“Aman sih, cuma gak sukanya itu trust issue, karena beberapa pedagang nyuruh tunggu dulu karena notifikasi pembayarannya lama, jadinya rada kurang nyaman.”

6. Apakah adanya promo seperti cashback, potongan harga, atau diskon memengaruhi keputusan anda untuk menggunakan QRIS?

“Kalau grab iya, karena diskonnya banyak dan pembayarannya bisa pakai qr dan emoney.”

7. Apakah lingkungan sekitar, seperti teman, keluarga, atau media sosial, turut memengaruhi anda dalam menggunakan QRIS?

“Berpengaruh banget, contohnya temenku rekomendasiin grab kan, jadi lebih sering jajan di grab tapi pakai qris.”

8. Apakah anda pernah mengalami kendala saat menggunakan QRIS dalam transaksi pembayaran? Jika pernah, kendala apa yang paling sering dialami?

“Kadang ada beberapa toko yang memberi beban biaya admin ke pembeli, walaupun cuma lima ratus rupiah tapi membuat konsumen kurang nyaman, bahkan ada juga yang biaya adminnya sampai seribu. Dalam satu hari kurang lebih enam kali transaksi, misal ada empat toko yang memberi biaya admin lima ratus rupiah, sehari bisa dua ribu, dalam satu bulan enam puluh ribu buat biaya admin.”

9. Apa saran yang dapat anda berikan agar penggunaan QRIS menjadi lebih mudah, praktis, dan nyaman digunakan oleh banyak orang?

“Lebih ke ini sih, jangan ada biaya admin, sebenarnya admin itu kan untuk penjual dan nominalnya juga gak sebesar itu, biasanya lebih dari seratus ribu, jangan menambahkan biaya admin.”

Wawancara dengan kak Dyah umur 24 dari kantin FIAI.

1. Seberapa sering anda menggunakan QRIS untuk melakukan pembayaran dalam satu bulan terakhir?

“Aku paling kalau keluar saja ya, soalnya lebih sering pakai emoney, seminggu paling dua puluh kali.”

2. Dalam aktivitas belanja sehari-hari, aplikasi digital apa yang biasanya anda pakai saat menggunakan QRIS?

“Aku banyak sih kak, bisa pakai dana dan aplikasi lainnya”

3. Menurut anda, apakah penggunaan QRIS membuat aktivitas belanja menjadi lebih sering atau lebih mudah dilakukan?

“Jadi lebih sering dan mudah.”

4. Setelah terbiasa menggunakan QRIS Satu Kode, apakah terdapat perubahan dalam kebiasaan belanja anda?

“Lebih cepet dan satset saja begitu, tapi rada boncos juga.”

5. Apakah anda merasa aman saat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital?

“Aman banget karena ga memegang duit langsung.”

6. Apakah adanya promo seperti cashback, potongan harga, atau diskon memengaruhi keputusan anda untuk menggunakan QRIS?

“Gada promo langsung, kecuali dari aplikasi.”

7. Apakah lingkungan sekitar, seperti teman, keluarga, atau media sosial, turut memengaruhi anda dalam menggunakan QRIS?

“Terutama dari teman, dari keluarga masih jarang.”

8. Apakah anda pernah mengalami kendala saat menggunakan QRIS dalam transaksi pembayaran? Jika pernah, kendala apa yang paling sering dialami?

“Sinyal dan jaringan.”

9. Apa saran yang dapat anda berikan agar penggunaan QRIS menjadi lebih mudah, praktis, dan nyaman digunakan oleh banyak orang?

“Mungkin ke keluarga atau ke orang yang berumur masih susah ya, handphone aja ga terlalu.”

Wawancara dengan kak Fabian umur 18 dari Fakultas Teknik Industri

1. Seberapa sering anda menggunakan QRIS untuk melakukan pembayaran dalam satu bulan terakhir?

“Sering dong kak, bahkan aku selalu pake qris.”

2. Dalam aktivitas belanja sehari-hari, aplikasi digital apa yang biasanya anda pakai saat menggunakan QRIS?

“Pakai mbanking dari bsi, beyon.”

3. Menurut anda, apakah penggunaan QRIS membuat aktivitas belanja menjadi lebih sering atau lebih mudah dilakukan?

“Lebih sering pake qris karena lebih simpel aja sih kak terus juga lebih mudah digunakan, praktis juga.”

4. Setelah terbiasa menggunakan QRIS Satu Kode, apakah terdapat perubahan dalam kebiasaan belanja anda?

“Sebenarnya gada perubahan tapi bisa jadi sering belanja karena tidak perlu bawa uang cash dan tidak perlu mengambil uang di atm lagi kak.”

5. Apakah anda merasa aman saat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital?

"Aman sih kak, karena sebelum membayar memasukkan password yang ada di aplikasi, bahkan ada beberapa aplikasi yang harus menggunakan username dan password dulu, setelah pembayaran selesai juga ada riwayat transaksi, jadi kita tau dan bisa menghitung pengeluaran, tapi jarang lihat riwayat transaksi.”

6. Apakah adanya promo seperti cashback, potongan harga, atau diskon memengaruhi keputusan anda untuk menggunakan QRIS?

“Tidak ada sih kak, soalnya jarang banget.”

7. Apakah lingkungan sekitar, seperti teman, keluarga, atau media sosial, turut memengaruhi anda dalam menggunakan QRIS?

“Kalau ini otodidak ya kak, karena kan jauh dari orang tua, jadi ngirim uangnya di transfer, lebih mudah menggunakan qris.”

8. Apakah anda pernah mengalami kendala saat menggunakan QRIS dalam transaksi pembayaran? Jika pernah, kendala apa yang paling sering dialami?

“Iya itu jaringan, kadang itu pas kita belanja barcodenya gak kebaca, padahal barcodenya aman.”

9. Apa saran yang dapat anda berikan agar penggunaan QRIS menjadi lebih mudah, praktis, dan nyaman digunakan oleh banyak orang?

“Yang pertama itu kita menerapkan ke diri kita kalau jangan sampai impulse buying, terus ga semua warung kan ga pakai qris, kalau bisa memakai qris karena banyak yang menggunakan juga.”

Wawancara dengan kak Luna umur 19 dari Fakultas Teknik Industri

1. Seberapa sering anda menggunakan QRIS untuk melakukan pembayaran dalam satu bulan terakhir?

“Hampir tiap hari ya karena enak dibawa kemana-mana.”

2. Dalam aktivitas belanja sehari-hari, aplikasi digital apa yang biasanya anda pakai saat menggunakan QRIS?

“Mbanking ku itu bni, terus pakai gopay juga.”

3. Menurut anda, apakah penggunaan QRIS membuat aktivitas belanja menjadi lebih sering atau lebih mudah dilakukan?

“Mudah digunakan tergantung sinyal, tapi lebih sering belanja-belanja.”

4. Setelah terbiasa menggunakan QRIS Satu Kode, apakah terdapat perubahan dalam kebiasaan belanja anda?

“Iya sih, lebih konsumtif sedikit karena gatau batas.”

5. Apakah anda merasa aman saat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital?

"Aman, kalau orang lain gatau passwornya.”

6. Apakah adanya promo seperti cashback, potongan harga, atau diskon memengaruhi keputusan anda untuk menggunakan QRIS?

“Jang banget.”

7. Apakah lingkungan sekitar, seperti teman, keluarga, atau media sosial, turut memengaruhi anda dalam menggunakan QRIS?

“Awalnya belum punya mbanking, tapi karena orangtua sering transfer jadi terbiasa menggunakan qris.”

8. Apakah anda pernah mengalami kendala saat menggunakan QRIS dalam transaksi pembayaran? Jika pernah, kendala apa yang paling sering dialami?

“Jaringannya kadang susah.”

9. Apa saran yang dapat anda berikan agar penggunaan QRIS menjadi lebih mudah, praktis, dan nyaman digunakan oleh banyak orang?

“Dari diri kita buat nerapin mindful buying biar ga terlalu impulse.”

Wawancara dengan kak Rachel umur 19 dari Fakultas Matematika & Ilmu Pengetahuan Alam

1. Seberapa sering anda menggunakan QRIS untuk melakukan pembayaran dalam satu bulan terakhir?

“Lebih sering menggunakan qris.”

2. Dalam aktivitas belanja sehari-hari, aplikasi digital apa yang biasanya anda pakai saat menggunakan QRIS?

“Bni kak, pakai qris dari bni.”

3. Menurut anda, apakah penggunaan QRIS membuat aktivitas belanja menjadi lebih sering atau lebih mudah dilakukan?

“Lebih mudah dan transaksi pakai qris sejauh ini nyaman dan tidak ribet karena praktis, tidak perlu membawa uang cash dan menunggu kembalian lagi. Dan penggunaan qris sendiri juga bisa dipelajari secara otodidak.”

4. Setelah terbiasa menggunakan QRIS Satu Kode, apakah terdapat perubahan dalam kebiasaan belanja anda?

“Gaada perubahan belanja sih kak, sama aja tapi kadang lebih konsumtif.”

5. Apakah anda merasa aman saat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital?

“Lebih aman dibanding uang tunai, karena uang tunai sering hilang dah ga ribet.”

6. Apakah adanya promo seperti cashback, potongan harga, atau diskon memengaruhi keputusan anda untuk menggunakan QRIS?

“Sebenarnya ngga berpengaruh sih kak, karena memang jarang banget ada promo sama cashback.”

7. Apakah lingkungan sekitar, seperti teman, keluarga, atau media sosial, turut memengaruhi anda dalam menggunakan QRIS?

“Kalau dari aku ya kak, dari diri sendiri, karena sekarang kan era tekno,ogi digital, jadi kita sebagai generasi z lebih mudah mempelajarinya kak.”

8. Apakah anda pernah mengalami kendala saat menggunakan QRIS dalam transaksi pembayaran? Jika pernah, kendala apa yang paling sering dialami?

“Kendala sinyal sih kadang juga ada kendala di akunnya di error, apalagi jam 12 malem, jadi lebih diperbaiki lagi sih kak.”

9. Apa saran yang dapat anda berikan agar penggunaan QRIS menjadi lebih mudah, praktis, dan nyaman digunakan oleh banyak orang?

“Lebih diperbaiki jaringannya aja kak.”

Wawancara dengan kak Fika umur 19 dari Fakultas Matematika & Ilmu Pengetahuan Alam

1. Seberapa sering anda menggunakan QRIS untuk melakukan pembayaran dalam satu bulan terakhir?

“Tiap hari.”

2. Dalam aktivitas belanja sehari-hari, aplikasi digital apa yang biasanya anda pakai saat menggunakan QRIS?

“Livin dari bank mandiri.”

3. Menurut anda, apakah penggunaan QRIS membuat aktivitas belanja menjadi lebih sering atau lebih mudah dilakukan?

“Iya lebih mudah dan lebih praktis.”

4. Setelah terbiasa menggunakan QRIS Satu Kode, apakah terdapat perubahan dalam kebiasaan belanja anda?

“Enggak kak, sama aja.”

5. Apakah anda merasa aman saat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital?

“Lebih aman karena kita gaperlu bawa dompet dan lebih nyaman pastinya.”

6. Apakah adanya promo seperti cashback, potongan harga, atau diskon memengaruhi keputusan anda untuk menggunakan QRIS?

“Nggak.”

7. Apakah lingkungan sekitar, seperti teman, keluarga, atau media sosial, turut memengaruhi anda dalam menggunakan QRIS?

“Otodidak aja sih kak, lebih gampang itu.”

8. Apakah anda pernah mengalami kendala saat menggunakan QRIS dalam transaksi pembayaran? Jika pernah, kendala apa yang paling sering dialami?

“Ya susah sinyal ajasih kak.”

9. Apa saran yang dapat anda berikan agar penggunaan QRIS menjadi lebih mudah, praktis, dan nyaman digunakan oleh banyak orang?

“Kalau untuk generasi z hampir semua bisa pakai qris, tidak perlu diajari juga, tapi kadang yang usianya diatas lima puluh tahun jarang ada yang memakai qris untuk proses pembayaran, karena terbiasa menggunakan uang cash, bahkan di desa yang jauh dari perkotaan malah jarang juga yang memakai qris untuk transaksi pembayaran. Selain sinyal yang susah, di tempat tersebut terbiasa menggunakan qris.”

Wawancara dengan kak Fadhil umur 20 dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika

1. Seberapa sering anda menggunakan QRIS untuk melakukan pembayaran dalam satu bulan terakhir?

“Sangat sering, setiap hari, kalau dihitung 9/10.”

2. Dalam aktivitas belanja sehari-hari, aplikasi digital apa yang biasanya anda pakai saat menggunakan QRIS?

“Aku pake bri sih, langsung dari bri nya, nama aplikasinya brimo.”

3. Menurut anda, apakah penggunaan QRIS membuat aktivitas belanja menjadi lebih sering atau lebih mudah dilakukan?

“Semenjak pakai qris pembayaran lebih cepat karena tinggal scan-scan aja, tidak perlu menghitung uang kembalian, bahkan tidak perlu menunggu uang kembalian juga.”

4. Setelah terbiasa menggunakan QRIS Satu Kode, apakah terdapat perubahan dalam kebiasaan belanja anda?

“Perubahannya mungkin kalau pake qris kita ga lihat nominalnya, tinggal scan2 langsung bayar.”

5. Apakah anda merasa aman saat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital?

“Kalau aku sih lebih aman, karena uang disaku kadang lupa kadang ilang, jadi pake qris lebih terjaga, soalnya aku teledor juga.”

6. Apakah adanya promo seperti cashback, potongan harga, atau diskon memengaruhi keputusan anda untuk menggunakan QRIS?

“Ada diskon tapi aku gapernah pakai.”

7. Apakah lingkungan sekitar, seperti teman, keluarga, atau media sosial, turut memengaruhi anda dalam menggunakan QRIS?

“Dari diri sendiri, walaupun faktor besar dari lingkungan tapi lebih ke diri sendiri juga karena lebih nyaman.”

8. Apakah anda pernah mengalami kendala saat menggunakan QRIS dalam transaksi pembayaran? Jika pernah, kendala apa yang paling sering dialami?
“Kendala sinyal sih dan koneksinya, pake kuota pun kadang ngelag.”
9. Apa saran yang dapat anda berikan agar penggunaan QRIS menjadi lebih mudah, praktis, dan nyaman digunakan oleh banyak orang?
“Kalau saran, lebih ke cara orang menggunakan qris, gimana kita nahan diri kita biar ngga impulse, kalau misal pake cash kita ngerasa ngeluarin duit, jadi hati2, kalau pake qris kena psikologinya karena kita ga ngerasa ngeluarin duit.”

Wawancara dengan kak Nabila umur 23 dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika

1. Seberapa sering anda menggunakan QRIS untuk melakukan pembayaran dalam satu bulan terakhir?
“Sering hampir tiap hari, sering qris daripada tunai.”
2. Dalam aktivitas belanja sehari-hari, aplikasi digital apa yang biasanya anda pakai saat menggunakan QRIS?
“Biasanya bni sama ovo.”
3. Menurut anda, apakah penggunaan QRIS membuat aktivitas belanja menjadi lebih sering atau lebih mudah dilakukan?
“Jelas lebih muda qris, gaperlu tunggu kembalian.”
4. Setelah terbiasa menggunakan QRIS Satu Kode, apakah terdapat perubahan dalam kebiasaan belanja anda?

“Rada memengaruhi dan bisa melacak pengeluaran, kadang belanja ga ngitung-ngitung.”

5. Apakah anda merasa aman saat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital?

“Lebih aman, karena ada passwordnya.”

6. Apakah adanya promo seperti cashback, potongan harga, atau diskon memengaruhi keputusan anda untuk menggunakan QRIS?

“Ga berpengaruh.”

7. Apakah lingkungan sekitar, seperti teman, keluarga, atau media sosial, turut memengaruhi anda dalam menggunakan QRIS?

“Dari lingkungan sekitar sih, soalnya kalau dirumah gapake qris, orang-orang di sekitaraku pakai cash, cuma kalau di jogja kebanyakan warung-warung kecil pakai qrsi, jadi karena lingkungan sekitar.”

8. Apakah anda pernah mengalami kendala saat menggunakan QRIS dalam transaksi pembayaran? Jika pernah, kendala apa yang paling sering dialami?

“Jelas, karena hp saya inter jadi harus pakai wifi, dan pakai wifi pun sinyalnya ga bagus.”

9. Apa saran yang dapat anda berikan agar penggunaan QRIS menjadi lebih mudah, praktis, dan nyaman digunakan oleh banyak orang?

“Sekarang sudah nyaman sih, tapi siapa tahu nanti ada teknologi ayng ngebuat pembayaran pakai qris bisa tanpa kuota dan jaringan lancar.”

Wawancara dengan kak Ihsan umur 19 dari Fakultas Teknik Sipil & Perencanaan.

1. Seberapa sering anda menggunakan QRIS untuk melakukan pembayaran dalam satu bulan terakhir?

“Kalau di kampus sering, tapi kalau di rumah jarang kak.”

2. Dalam aktivitas belanja sehari-hari, aplikasi digital apa yang biasanya anda pakai saat menggunakan QRIS?

“Aku pakai qris dari aplikasi dana kak.”

3. Menurut anda, apakah penggunaan QRIS membuat aktivitas belanja menjadi lebih sering atau lebih mudah dilakukan?

“Lebih ke mudah dan cepat, karena sekarang banyak juga yang menggunakan qris.”

4. Setelah terbiasa menggunakan QRIS Satu Kode, apakah terdapat perubahan dalam kebiasaan belanja anda?

“Jujur sama saja sih kak, gaada perubahannya.”

5. Apakah anda merasa aman saat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital?

“Sejauh ini aman, karena tinggal scan saja, pakai kata sandi juga untuk verifikasi pembayarannya.”

6. Apakah adanya promo seperti cashback, potongan harga, atau diskon memengaruhi keputusan anda untuk menggunakan QRIS?

“Kalau di aplikasiku sejauh ini gaada promo dan cashbasck malahan.”

7. Apakah lingkungan sekitar, seperti teman, keluarga, atau media sosial, turut memengaruhi anda dalam menggunakan QRIS?

“Iya, kalau lingkungan sekitar pada pakai qris ya pakai qris, contohnya di kampus, kalau di sekitar rumah masih jarang yang menyediakan qris.”

8. Apakah anda pernah mengalami kendala saat menggunakan QRIS dalam transaksi pembayaran? Jika pernah, kendala apa yang paling sering dialami?

“Belum ada kendala sih.”

9. Apa saran yang dapat anda berikan agar penggunaan QRIS menjadi lebih mudah, praktis, dan nyaman digunakan oleh banyak orang?

“Apaya, kadang ada yang ngeluh jaringannya susah, mungkin diperbaiki servernya aja.”

Wawancara dengan kak Hirziyan umur 20 dari Fakultas Teknik Sipil & Perencanaan.

1. Seberapa sering anda menggunakan QRIS untuk melakukan pembayaran dalam satu bulan terakhir?

“Lumayan sering, tapi tergantung tempat tinggal juga.”

2. Dalam aktivitas belanja sehari-hari, aplikasi digital apa yang biasanya anda pakai saat menggunakan QRIS?

“Paling shoopepay sama dana kak.”

3. Menurut anda, apakah penggunaan QRIS membuat aktivitas belanja menjadi lebih sering atau lebih mudah dilakukan?

“Iya kak lebih mudah dan sering.”

4. Setelah terbiasa menggunakan QRIS Satu Kode, apakah terdapat perubahan dalam kebiasaan belanja anda?

“Gaada sih.”

5. Apakah anda merasa aman saat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital?

“Aman yang penting gak lupa passwordnya.”

6. Apakah adanya promo seperti cashback, potongan harga, atau diskon memengaruhi keputusan anda untuk menggunakan QRIS?

“Kalau ada sebenarnya ada tapi ga berpengaruh saking jarang nya.”

7. Apakah lingkungan sekitar, seperti teman, keluarga, atau media sosial, turut memengaruhi anda dalam menggunakan QRIS?

“Betul kak, soalnya kalau lagi kuliah disini pakai qris, beda lagi kalau dirumah pakai cash.”

8. Apakah anda pernah mengalami kendala saat menggunakan QRIS dalam transaksi pembayaran? Jika pernah, kendala apa yang paling sering dialami?

“Jaringan trouble saja sih kendalanya.”

9. Apa saran yang dapat anda berikan agar penggunaan QRIS menjadi lebih mudah, praktis, dan nyaman digunakan oleh banyak orang?

“Belum ada kayanya, soalnya enak-enak saja pakai qris, asal ya itu tadi jaringannya gak trouble.”