

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI RISIKO, DAN LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN (QRIS) PADA KONSUMEN UMKM SEKTOR KULINER DI KOTA PEKANBARU

Alfameita Citra Kirana, Wan Laura Hardilawati, Hichmaed Tachta Hinggo

Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Riau

*e-mail: alfameitacki@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Lifestyle Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada konsumen UMKM kuliner di Kota Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru dengan jumlah responden 140 orang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penarikan sampel penelitian menggunakan metode non probability sampling. Pengujian data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi dengan bantuan software SPSS 27. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS, Persepsi Risiko berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS, dan Lifestyle berpengaruh positif signifikan.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Lifestyle, Keputusan Penggunaan QRIS, UMKM Kuliner, Kota Pekanbaru.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital pada era *Society 5.0* telah mendorong perubahan perilaku transaksi masyarakat Indonesia dari penggunaan uang tunai menuju sistem pembayaran non-tunai yang dinilai lebih cepat, mudah, dan efisien (Ash-Shiddiqy *et al.*, 2023). Salah satu inovasi pembayaran digital yang dikembangkan Bank Indonesia adalah *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*, yaitu standar kode QR pembayaran nasional yang mengintegrasikan berbagai aplikasi pembayaran digital dan mobile banking. *QRIS* memungkinkan konsumen melakukan transaksi secara lebih praktis tanpa harus menggunakan uang tunai maupun melakukan transfer secara manual. *QRIS* secara resmi diluncurkan pada 17 Agustus 2019 dan mulai diimplementasikan secara nasional pada 1 Januari 2020.

Perkembangan penggunaan *QRIS* di Indonesia menunjukkan tren yang semakin meningkat. Bank Indonesia (2025) mencatat bahwa hingga pertengahan 2025 jumlah pengguna *QRIS* telah mencapai sekitar 57 juta pengguna dengan lebih dari 39,3 juta merchant, dan sekitar 93,16% di antaranya merupakan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pertumbuhan tersebut menunjukkan bahwa *QRIS* tidak hanya menjadi alternatif pembayaran bagi konsumen, tetapi juga telah menjadi bagian penting dari digitalisasi transaksi UMKM. Peningkatan jumlah pengguna dan merchant *QRIS* menunjukkan semakin luasnya penerimaan masyarakat terhadap sistem pembayaran digital.

Di Kota Pekanbaru, penggunaan *QRIS* juga berkembang seiring dengan pertumbuhan UMKM, khususnya pada sektor kuliner. Pelaku UMKM kuliner memanfaatkan *QRIS* sebagai alternatif pembayaran karena dapat memberikan kemudahan dalam menerima transaksi dari konsumen. Di sisi konsumen, penggunaan *QRIS* memberikan kemudahan karena transaksi dapat dilakukan melalui berbagai aplikasi pembayaran digital tanpa perlu membawa uang tunai. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sektor kuliner merupakan salah satu ruang transaksi yang potensial bagi perkembangan penggunaan *QRIS* di Kota Pekanbaru.

Meskipun penggunaan *QRIS* terus mengalami peningkatan, keputusan konsumen untuk menggunakan *QRIS* dalam transaksi pada UMKM sektor kuliner masih dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan manfaat dan kemudahan teknologi, tetapi juga mempertimbangkan kemungkinan risiko yang dapat muncul selama transaksi serta kesesuaian teknologi tersebut dengan gaya hidup mereka. Beberapa kendala yang masih ditemukan dalam penggunaan pembayaran digital antara lain kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi, risiko kegagalan transaksi, saldo terpotong ketika transaksi tidak berhasil, serta ketidakstabilan jaringan internet (Daniswara, 2025; Novinda, 2025b; Wardhani, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan jumlah pengguna *QRIS* secara kuantitatif belum sepenuhnya menggambarkan optimalnya keputusan penggunaan *QRIS* oleh seluruh konsumen.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi keputusan penggunaan *QRIS* adalah persepsi kemudahan. Persepsi kemudahan merupakan keyakinan konsumen bahwa suatu teknologi dapat dipelajari dan digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar. Adzahandra *et al.*, (2023) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan berkaitan dengan pandangan konsumen mengenai sejauh mana suatu teknologi dapat diakses dan digunakan dengan mudah. Semakin mudah suatu teknologi dipahami dan digunakan, semakin besar kecenderungan konsumen untuk mengadopsinya. Dalam konteks *QRIS*, kemudahan proses pemindaian kode *QR* dan kecepatan penyelesaian transaksi dapat mendorong konsumen untuk memilih *QRIS* sebagai metode pembayaran. Penelitian Ramdhana (2023), Sariah dan Idra (2024), serta Resiana (2025) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *QRIS*.

Faktor berikutnya adalah persepsi risiko. Persepsi risiko berkaitan dengan penilaian konsumen terhadap kemungkinan terjadinya kerugian atau ketidakpastian ketika menggunakan suatu teknologi. Dalam transaksi digital, risiko dapat berupa kekhawatiran terhadap keamanan data, kesalahan transaksi, penipuan, maupun kegagalan sistem (Wijaya & Sri, 2023). Semakin besar risiko yang dirasakan konsumen, semakin besar pula keraguan dalam menggunakan teknologi pembayaran digital. Sebaliknya, rendahnya risiko yang dirasakan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong keputusan penggunaan *QRIS*. Penelitian Zhusrony *et al.*, (2023) dan Yasar *et al.*, (2023) menunjukkan adanya pengaruh signifikan persepsi risiko terhadap penggunaan *QRIS*. Namun, hasil tersebut berbeda dengan penelitian Putri (2024) yang menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan *QRIS*. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut.

Selain persepsi kemudahan dan persepsi risiko, *lifestyle* juga menjadi faktor yang relevan dalam keputusan penggunaan *QRIS*. *Lifestyle* menggambarkan pola hidup seseorang yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan pilihan dalam menggunakan waktu maupun sumber daya yang dimiliki. Yunintya et al. (2025) menjelaskan bahwa *lifestyle* mencerminkan pola seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungan serta menentukan pilihan dalam kehidupan sehari-hari. Konsumen dengan gaya hidup yang modern, praktis, dan terbiasa menggunakan teknologi digital cenderung lebih menerima metode pembayaran non-tunai seperti *QRIS* karena sesuai dengan kebutuhan akan transaksi yang cepat dan fleksibel. Penelitian Ramdhana (2023) dan Nurrizika (2023) menunjukkan bahwa *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *QRIS*.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat fenomena peningkatan penggunaan *QRIS* di Indonesia dan Kota Pekanbaru yang berjalan seiring dengan perkembangan UMKM sektor kuliner. Namun, keputusan konsumen dalam menggunakan *QRIS* masih dipengaruhi oleh persepsi terhadap kemudahan, risiko, dan kesesuaian teknologi dengan gaya hidup. Selain itu, masih terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan *QRIS*. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan *lifestyle* terhadap keputusan penggunaan *QRIS* pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Pekanbaru.

KAJIAN PUSTAKA

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan teori yang dikembangkan oleh Davis (1989) untuk menjelaskan penerimaan dan penggunaan teknologi oleh individu. Teori ini menyatakan bahwa penerimaan suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), yang selanjutnya memengaruhi sikap dan perilaku pengguna terhadap teknologi. Rahmayanti dan Afriazi (2025) menjelaskan bahwa persepsi positif terhadap suatu teknologi akan meningkatkan kecenderungan individu untuk menerima dan menggunakannya.

Dalam penelitian ini, *TAM* digunakan sebagai landasan untuk menjelaskan keputusan penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* pada konsumen UMKM kuliner di Kota Pekanbaru. Persepsi kemudahan menjadi faktor yang mendorong konsumen menggunakan *QRIS* karena dianggap praktis dan mudah dipahami, sedangkan persepsi risiko menjadi pertimbangan dalam menilai keamanan dan kepastian transaksi. Oleh karena itu, *TAM* relevan sebagai dasar dalam menjelaskan pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan *QRIS*.

Keputusan Penggunaan

Keputusan penggunaan merupakan proses ketika konsumen memilih dan menggunakan suatu produk, jasa, atau teknologi untuk memenuhi kebutuhan. Nugraha (2024) menyatakan bahwa keputusan penggunaan diawali dengan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga penetapan keputusan. Sejalan dengan itu, Syafitri (2024) menjelaskan bahwa keputusan penggunaan

merupakan hasil dari proses pertimbangan konsumen sebelum memutuskan menggunakan suatu teknologi.

Dalam penelitian ini, keputusan penggunaan *QRIS* diukur menggunakan model *AIDA* (*Attention, Interest, Desire, dan Action*) yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2016). Indikator tersebut menggambarkan perhatian konsumen terhadap *QRIS*, ketertarikan untuk mengetahui lebih lanjut, keinginan untuk menggunakan, serta tindakan nyata dalam menggunakan *QRIS* sebagai metode pembayaran (Kotler & Armstrong, 2016; Alfani & Ariani, 2023; Nugraha, 2024; Syafitri, 2024).

Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan keyakinan bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar. Davis (1989) menyatakan bahwa teknologi yang mudah dipelajari, dipahami, dan dioperasikan akan lebih mudah diterima oleh pengguna. Wahyuningtyas *et al.*, (2022) juga menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan berkaitan dengan kemampuan pengguna dalam memahami dan mengoperasikan suatu sistem secara efektif.

Dalam konteks *QRIS*, persepsi kemudahan menunjukkan keyakinan konsumen bahwa proses pembayaran dapat dilakukan secara praktis dan tidak menyulitkan. Penelitian ini menggunakan indikator dari Shasanti dan Bagana (2024), yaitu sistem jelas dan mudah dimengerti, tidak memerlukan banyak usaha, dapat digunakan, serta dapat dioperasikan sesuai dengan keinginan pengguna.

Persepsi Risiko

Persepsi risiko merupakan penilaian subjektif konsumen terhadap kemungkinan munculnya konsekuensi negatif ketika menggunakan suatu produk atau teknologi. Bauer (1960) menjelaskan bahwa perilaku konsumen tidak terlepas dari pertimbangan terhadap risiko yang mungkin terjadi. Dalam penggunaan teknologi, Zusrony dan Ahmad (2023) menyatakan bahwa persepsi risiko berkaitan dengan kekhawatiran terhadap kerugian, kegagalan sistem, maupun dampak negatif lainnya.

Pada penggunaan *QRIS*, persepsi risiko berkaitan dengan kemungkinan kerugian finansial, keamanan data pribadi, dan ketidakpastian kinerja sistem. Penelitian ini mengadopsi indikator dari Sudiatmika dan Martini (2022), yaitu kerugian finansial, keamanan data, dan ketidakpastian kinerja sebagai dasar dalam mengukur persepsi risiko konsumen terhadap penggunaan *QRIS*.

Lifestyle

Lifestyle merupakan pola hidup yang tercermin dari aktivitas, minat, kebiasaan, serta cara seseorang menggunakan waktu dan sumber daya yang dimilikinya. Gardi (2022) dan Safira dan Amirulmikmin (2023) menjelaskan bahwa *lifestyle* menggambarkan perilaku konsumsi serta kebiasaan individu dalam menjalani kehidupan, termasuk dalam memanfaatkan perkembangan teknologi.

Dalam penelitian ini, *lifestyle* diartikan sebagai kecenderungan konsumen menggunakan pembayaran digital yang sesuai dengan gaya hidup modern. Pengukurannya menggunakan indikator dari Shasanti dan Bagana (2023), yaitu sejalan dengan gaya hidup, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan berbelanja, yang mencerminkan kesesuaian *QRIS* dengan pola konsumsi masyarakat saat ini.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan

Persepsi kemudahan merupakan keyakinan konsumen bahwa suatu teknologi mudah dipelajari dan digunakan. Semakin mudah *QRIS* digunakan, semakin besar kecenderungan konsumen untuk menggunakannya. Penelitian Resiana (2025) serta Rejeki dan Astuti (2024) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

H1: Diduga persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan

Persepsi risiko merupakan penilaian konsumen terhadap kemungkinan ketidakpastian atau kerugian dalam penggunaan teknologi. Penelitian Alfani dan Ariani (2023) serta Rejeki dan Astuti (2024) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

H2: Diduga persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Pengaruh *Lifestyle* terhadap Keputusan Penggunaan

Lifestyle merupakan pola hidup yang tercermin dari aktivitas, minat, dan cara seseorang menggunakan waktu serta sumber daya. Gaya hidup yang praktis dan terbiasa dengan teknologi digital dapat mendorong penggunaan *QRIS*. Penelitian Indraswono (2023) dan Sababuddin *et al.*, (2025) menunjukkan bahwa *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

H3: Diduga *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan *lifestyle* terhadap keputusan penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Pekanbaru. Penelitian dilaksanakan di Kota Pekanbaru dengan waktu penelitian mulai Januari 2026 sampai penelitian selesai. Populasi penelitian adalah konsumen yang pernah menggunakan *QRIS* untuk melakukan transaksi pada UMKM sektor kuliner di Kota Pekanbaru yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel ditentukan menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*, berdasarkan kriteria berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Kota Pekanbaru, dan pernah menggunakan *QRIS* untuk bertransaksi pada UMKM sektor kuliner minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir. Berdasarkan pedoman jumlah indikator dikalikan 10, dengan 14 indikator diperoleh jumlah sampel sebanyak 140 responden.

Data yang digunakan terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari Bank Indonesia, Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), Dinas Koperasi dan UKM Kota Pekanbaru, jurnal ilmiah, buku, serta sumber resmi lainnya yang relevan. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert dengan lima alternatif jawaban, yaitu Sangat Setuju (5), Setuju (4), Kurang Setuju (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1). Sebelum dilakukan analisis, instrumen diuji melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, sedangkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*. Selanjutnya dilakukan uji

asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan kelayakan model regresi.

Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif dan regresi linier berganda dengan bantuan program *SPSS*. Model regresi yang digunakan adalah $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$, dengan Y sebagai keputusan penggunaan *QRIS*, X_1 sebagai persepsi kemudahan, X_2 sebagai persepsi risiko, dan X_3 sebagai *lifestyle*. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap keputusan penggunaan *QRIS* secara parsial, dengan tingkat signifikansi 5%. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan *lifestyle* dalam menjelaskan variasi keputusan penggunaan *QRIS*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Deskriptif Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini disajikan untuk memberikan gambaran mengenai profil responden yang menjadi sampel penelitian. Karakteristik tersebut meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan bulanan. Selain itu, seluruh responden berdomisili di Kota Pekanbaru serta telah menggunakan *QRIS* dalam transaksi pada UMKM kuliner minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir sesuai dengan kriteria sampel penelitian. Ringkasan karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	51	36,4
	Perempuan	89	63,6
Usia	17–25 tahun	74	52,8
	26–35 tahun	37	26,4
	36–45 tahun	18	12,9
	>45 tahun	11	7,9
Pendidikan	SMA/Sederajat	63	45
	Diploma	17	12,1
	Sarjana	57	40,7
	Pascasarjana	3	2,1
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	71	50,7
	Ibu Rumah Tangga	6	4,3
	Wirausaha	29	20,7
	Karyawan Swasta	25	17,9
	PNS	9	6,4
Pendapatan Bulanan	< Rp1.000.000	22	15,7
	Rp1.000.000–Rp2.500.000	52	37,1
	Rp2.500.000–Rp5.000.000	53	37,9
	> Rp5.000.000	13	9,3

Sumber: Data diolah penulis 2026

Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (63,6%), berusia 17-25 tahun (52,8%), berpendidikan SMA/ sederajat (45,0%), berstatus sebagai pelajar/mahasiswa (50,7%), serta memiliki pendapatan

bulanan sebesar Rp2.500.000-Rp5.000.000 (37,9%). Seluruh responden berdomisili di Kota Pekanbaru dan telah menggunakan *QRIS* dalam transaksi pada UMKM kuliner minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir sesuai dengan kriteria sampel penelitian. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *QRIS* pada UMKM kuliner didominasi oleh kelompok usia muda yang relatif akrab dengan teknologi pembayaran digital.

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data pada setiap variabel penelitian, yaitu Persepsi Kemudahan (X_1), Persepsi Risiko (X_2), *Lifestyle* (X_3), dan Keputusan Penggunaan *QRIS* (Y). Hasil analisis statistik deskriptif disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2 Hasil Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistic			
	N	Minimum	Maximum	Mean
Persepsi Kemudahan	140	26,00	59,00	46,52
Persepsi Risiko	140	13,00	42,00	27,41
<i>Lifestyle</i>	140	12,00	45,00	32,70
Keputusan Penggunaan	140	25,00	60,00	45,80
Valid N (listwise)	140			

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 2, seluruh variabel penelitian memiliki nilai rata-rata (*mean*) yang lebih besar dibandingkan nilai standar deviasinya. Hal ini menunjukkan bahwa penyebaran data relatif homogen dan tidak terdapat variasi data yang terlalu tinggi di antara responden. Variabel Persepsi Kemudahan memiliki nilai rata-rata sebesar 46,52, Persepsi Risiko sebesar 27,41, *Lifestyle* sebesar 32,70, dan Keputusan Penggunaan *QRIS* sebesar 45,80. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa secara umum responden memberikan penilaian yang cenderung tinggi terhadap persepsi kemudahan, persepsi risiko, *lifestyle*, maupun keputusan penggunaan *QRIS* pada UMKM kuliner di Kota Pekanbaru.

Analisa Tanggapan Responden

Analisis tanggapan responden dilakukan untuk mengetahui tingkat penilaian responden terhadap masing-masing variabel yang diteliti, yaitu Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, *Lifestyle*, dan Keputusan Penggunaan *QRIS*. Penilaian responden diperoleh melalui jawaban atas setiap pernyataan dalam kuesioner yang diukur menggunakan skala *Likert* lima poin. Hasil rata-rata tanggapan responden untuk setiap variabel disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3 Hasil Analisis Tanggapan Responden

Variabel	Mean	Kategori
Persepsi Kemudahan	3,89	Baik
Persepsi Risiko	3,05	Baik
<i>Lifestyle</i>	3,66	Baik
Keputusan Penggunaan <i>QRIS</i>	3,91	Baik

Sumber: Data diolah penulis 2026

Hasil analisis tanggapan responden menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,89 dengan kategori baik. Variabel Persepsi Risiko memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,05, sedangkan variabel *Lifestyle* memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,66, yang keduanya juga berada pada kategori

baik. Sementara itu, variabel Keputusan Penggunaan *QRIS* memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,91 dengan kategori baik. Secara keseluruhan, hasil tersebut menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan yang baik terhadap persepsi kemudahan, persepsi risiko, *lifestyle*, dan keputusan penggunaan *QRIS* pada UMKM kuliner di Kota Pekanbaru. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada variabel Keputusan Penggunaan *QRIS*, sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada variabel Persepsi Risiko.

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kemampuan setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel penelitian. Suatu instrumen dinyatakan valid apabila nilai r -hitung > r -tabel (0,1660) pada tingkat signifikansi 5%. Ringkasan hasil uji validitas disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4 Uji Validitas

Variabel	Jumlah Item	Rentang r hitung	r tabel	Keterangan
Persepsi Kemudahan	12	0,649–0,770	0,166	Valid
Persepsi Risiko	9	0,624–0,730	0,166	Valid
<i>Lifestyle</i>	9	0,697–0,793	0,166	Valid
Keputusan Penggunaan <i>QRIS</i>	12	0,679–0,789	0,166	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 4, seluruh item pernyataan pada variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, *Lifestyle*, dan Keputusan Penggunaan *QRIS* memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0,1660. Variabel Persepsi Kemudahan yang terdiri atas 12 item memiliki nilai r hitung antara 0,649-0,770. Variabel Persepsi Risiko yang terdiri atas 9 item memiliki nilai r hitung antara 0,624-0,730. Selanjutnya, variabel *Lifestyle* yang terdiri atas 9 item memiliki nilai r hitung antara 0,697-0,793, sedangkan variabel Keputusan Penggunaan *QRIS* yang terdiri atas 12 item memiliki nilai r hitung antara 0,679-0,789. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada setiap variabel dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur setiap variabel. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5 Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batasan	Keputusan
Persepsi Kemudahan	0,908	0,60.	Reliabel
Persepsi Risiko	0,847	0,60.	Reliabel
<i>Lifestyle</i>	0,905	0,60.	Reliabel
Keputusan Penggunaan	0,926	0,60.	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 5, seluruh variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar daripada batas minimum 0,60. Variabel Persepsi Kemudahan memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,908, Persepsi Risiko sebesar 0,847,

Lifestyle sebesar 0,905, dan Keputusan Penggunaan QRIS sebesar 0,926. Dengan demikian, seluruh variabel penelitian dinyatakan reliabel, sehingga instrumen yang digunakan memiliki tingkat konsistensi yang baik dan layak digunakan dalam penelitian.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, dengan ketentuan bahwa data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) lebih besar dari 0,05.

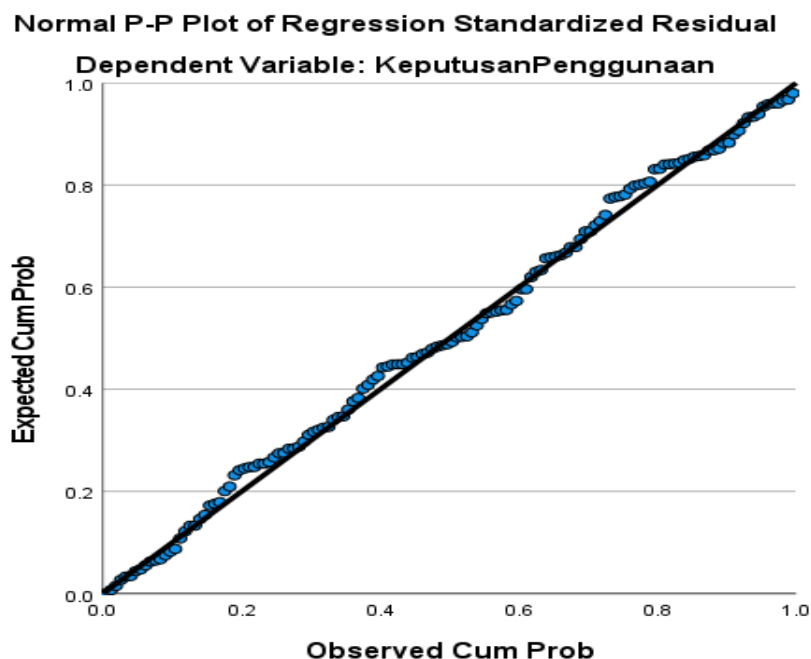
Tabel 6 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	6.04453964
Most Extreme Differences	Absolute	,048
	Positive	,030
	Negative	-,048
Test Statistic		,048
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^d

Sumber: Data diolah penulis dengan SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 6, hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,200 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Selain menggunakan uji statistik, normalitas data juga didukung oleh hasil *Normal Probability Plot (P-Plot)* yang disajikan pada Gambar 1.



Sumber: Data diolah penulis dengan SPSS, 2026

Tabel 7 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 1, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Pola tersebut menunjukkan bahwa

distribusi residual mendekati distribusi normal. Oleh karena itu, hasil uji *P-Plot* memperkuat hasil uji Kolmogorov-Smirnov bahwa data dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas sehingga dapat digunakan untuk analisis regresi linear berganda.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang kuat antarvariabel independen dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila memiliki nilai *Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10.

Tabel 7 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Persepsi Kemudahan	,951	1,051
	Persepsi Resiko	,971	1,030
	<i>Lifestyle</i>	,971	1,030

Sumber: Data diolah penulis dengan SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 7, variabel Persepsi Kemudahan memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,951 dan *VIF* sebesar 1,051. Variabel Persepsi Risiko memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,971 dan *VIF* sebesar 1,030, sedangkan variabel *Lifestyle* memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,971 dan *VIF* sebesar 1,030. Seluruh variabel independen memiliki nilai *Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas. Dengan demikian, model regresi memenuhi salah satu asumsi klasik dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Pengujian dilakukan menggunakan uji Glejser, dengan kriteria apabila nilai signifikansi > 0,05, maka model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Tabel 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized t		Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	8.078	2.816		
	Persepsi Kemudahan	-,065	,047	-,122	,005
	Persepsi Risiko	-,006	,060	-,009	,163
	<i>Lifestyle</i>	-,003	,052	,005	,916
					,956

Sumber: Data diolah penulis dengan SPSS 20, 2026

Berdasarkan Tabel 8, variabel Persepsi Kemudahan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,163, Persepsi Risiko sebesar 0,916, dan *Lifestyle* sebesar 0,956. Seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi salah satu asumsi klasik dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Analisis Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan (X_1), Persepsi Risiko (X_2), dan *Lifestyle* (X_3) terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y).

Tabel 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	6.496	4.638		1,401	,164	
	Persepsi Kemudahan	,440	,077	,406	5,726	,000	,951 1,051
	Persepsi Risiko	,297	,098	,212	3,018	,003	,971 1,030
	<i>Lifestyle</i>	,327	,086	,265	3,781	,000	,971 1,030

Sumber: Data diolah penulis dengan SPSS, 2026

$$Y = 6.496 + 0.440 X_1 + 0.297 X_2 + 0.327 X_3 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 6,496 menunjukkan bahwa apabila variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan *Lifestyle* dianggap konstan, maka nilai Keputusan Penggunaan QRIS sebesar 6,496.
2. Koefisien regresi Persepsi Kemudahan (X_1) sebesar 0,440 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Persepsi Kemudahan akan meningkatkan Keputusan Penggunaan QRIS sebesar 0,440, dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Koefisien regresi Persepsi Risiko (X_2) sebesar 0,297 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Persepsi Risiko akan meningkatkan Keputusan Penggunaan QRIS sebesar 0,297, dengan asumsi variabel lain tetap.
4. Koefisien regresi *Lifestyle* (X_3) sebesar 0,327 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel *Lifestyle* akan meningkatkan Keputusan Penggunaan QRIS sebesar 0,327, dengan asumsi variabel lain tetap.

Hasil Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan adalah apabila nilai t hitung > t tabel atau nilai signifikansi < 0,05, maka hipotesis diterima.

Tabel 10 Hasil Uji Statistik T (Parsial)

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	6,496	4,638		1,401	,164	
	Persepsi Kemudahan	,440	,077	,406	5,726	,000	,951 1,051
	Persepsi Risiko	,297	,098	,212	3,018	,003	,971 1,030
	<i>Lifestyle</i>	,327	,086	,265	3,781	,000	,971 1,030

Sumber: Data diolah penulis dengan SPSS, 2026

Berdasarkan jumlah sampel sebanyak 140 responden dan jumlah variabel independen sebanyak 3, diperoleh nilai t tabel sebesar 1,977 pada tingkat signifikansi 5%. Hasil uji parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Persepsi Kemudahan (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar 5,726 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena $5,726 > 1,977$ dan $0,000 < 0,05$, maka Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *QRIS*.
2. Persepsi Risiko (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar 3,018 dengan nilai signifikansi 0,003. Karena $3,018 > 1,977$ dan $0,003 < 0,05$, maka Persepsi Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *QRIS*.
3. *Lifestyle* (X_3) memiliki nilai t hitung sebesar 3,781 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena $3,781 > 1,977$ dan $0,000 < 0,05$, maka *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *QRIS*.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel Persepsi Kemudahan (X_1), Persepsi Risiko (X_2), dan *Lifestyle* (X_3) dalam menjelaskan variasi Keputusan Penggunaan *QRIS* (Y).

Tabel 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,592 ^a	,351	,337	6,111
a. Predictors: (Constant), <i>Lifestyle</i> , Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan				

Sumber: Data diolah penulis dengan SPSS 20, 2026

Berdasarkan Tabel 4.23, diperoleh nilai R Square sebesar 0,351 dan *Adjusted R Square* sebesar 0,337. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan *Lifestyle* mampu menjelaskan 33,7% variasi pada Keputusan Penggunaan *QRIS*, sedangkan 66,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini yang tidak diteliti.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan *Lifestyle* terhadap Keputusan Penggunaan *QRIS* pada konsumen UMKM kuliner di Kota Pekanbaru, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *QRIS* pada konsumen UMKM kuliner di Kota Pekanbaru.
2. Persepsi Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *QRIS* pada konsumen UMKM kuliner di Kota Pekanbaru.
3. *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *QRIS* pada konsumen UMKM kuliner di Kota Pekanbaru.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Penyedia layanan *QRIS* dan pelaku UMKM kuliner perlu terus meningkatkan edukasi kepada konsumen mengenai kemudahan, keamanan, dan manfaat

- penggunaan *QRIS* agar kepercayaan serta minat penggunaan semakin meningkat.
2. Pelaku UMKM diharapkan terus mendukung penerapan pembayaran digital dengan menyediakan layanan *QRIS* yang mudah diakses, aman, serta didukung program promosi seperti diskon atau cashback untuk mendorong penggunaan secara berkelanjutan.
 3. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan penggunaan *QRIS*, seperti persepsi manfaat, kepercayaan, atau kualitas layanan, serta memperluas objek penelitian agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfani, A., & Ariani, D. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan teknologi pembayaran digital. *Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 145–160.
- Ash-Shiddiqy, M., Munajar, M., & Wibowo, M. G. (2023). Effect of Economic Digitalization on Sharia Economic Growth in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa RAUSHAN FIKR*, Vol. 12(No. 2), 199–209.
- Daniswara, R., Putri, A., & Sari, D. (2025). Analisis Resiko dan Keamanan Transaksi Digital *QRIS* Pada UMKM Sektor Kuliner. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(1), 45–58.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of use, and user
- Gardi, B. (2022). Consumer lifestyle in digital era. *Journal of Consumer Research*, Vol. 8(No. 2), 45–60.
- Indraswono., P. H. (2023). Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *QRIS* pada konsumen UMKM sektor kuliner. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 134–148.
- Juan, Andi., & Indrawati, S. (2023). Persepsi kemudahan penggunaan teknologi pembayaran digital. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 14(No. 1), 67–81.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing* (16th ed.). Person Education.
- Novinda, P. (2025b). Literasi Keuangan Dan Adopsi Teknologi Pembayaran Digital *Qris*. *Jurnal Akutansi Dan Keuangan*, 12(1), 78–91.
- Nugraha, D.P. (2024). Proses Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Adopsi Teknologi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(1), 78–92.
- Nurizika. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Quick Response Indonesian Standard (*QRIS*) (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia).
- Pratiwi, R. (2024). Persepsi risiko dalam penggunaan teknologi pembayaran digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 16(No. 1), 55–70.
- Ramdhana, M.R. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan *QRIS* Di Kalangan Umkm. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(3), 210–225.
- Rejeki, S., & Astuti, D. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan *QRIS* pada konsumen UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 15(No. 1), 78–92.
- Resiana. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (*QRIS*) Pada Generasi Z Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru. universitas islam negeri sultan syarif kasim riau pekanbaru.
- Sababuddin, A., Pratiwi, R., & Sari, D. (2025). Pengaruh lifestyle terhadap keputusan penggunaan teknologi pembayaran digital *QRIS*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 9(1), 89–105.
- Safira, Aisyah., & Amirulmikmin, M. (2023). Lifestyle dan adopsi teknologi keuangan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 10(No. 2), 134–148.
- Sariah, S., & Indra, R. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan *QRIS* Pada Konsumen Sektor Kuliner. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 56–70.

- Shasanti, Dewi., & Bagana, R. (2023). Indikator lifestyle konsumen digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 15(No. 4), 210–225.
- Shasanti, Dewi., & Bagana, R. (2024). Indikator persepsi kemudahan dan lifestyle pada pengguna QRIS. *Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 13(No. 1), 45–59.
- Silaen & Vera. (2021). Persepsi kemudahan dan penerimaan teknologi. *Jurnal Teknologi Informasi*, Vol. 8(No. 2), 112–125.
- Sudiatmika, I. Gusti., & Martini, L. (2022). Indikator persepsi risiko konsumen. *Jurnal manajemen Risiko dan Asuransi*, Vol. 6(No. 1), 23–37.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syafitri,R,U. (2024). Analisis Keputusan Penggunaan Teknologi Informasi pada perilaku konsumen. *Jurnal Riset Manajemen*, 15(3), 210–225.
- Wahyuningtyas, Yuni., & Wibisono, A. (2022). *Usability testing: Learnability, efficiency, memorability, errors, satisfaction*. Penerbit Andi.
- Wardhani, S. (2025). Faktor Penghambat Penggunaan QRIS di Kalangan Konsumen Umkm Kuliner. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 14(3), 201–215.
- Wijaya,D., & Sri, M. (2023). Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Konsumen Dalam Adopsi Teknologi Pembayaran Digital QRIS. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 11(1), 45–58.
- Yasar,M., Pratiwi, R., & Santoso, A. (2023). Analisis persepsi resiko dan kepercayaan konsumen dalam adopsi QRIS. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, Vol 7 (1), 78-92.
- Rahmayanti, D.P., Hatta, M., Afriazi, H. (2025) Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Adopsi Kecerdasan Buatan di Kalangan Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, Vol 7 (1), 432-445.