



Volume 4, No 1, October (2026)	DOI https://doi.org/10.59585/jimad	Page 11-18
-----------------------------------	--	---------------

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN QRIS SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN

ST Arwini Alwy*, Sutrisno, Jusran, Asruni Azis, Sangkala Irwan

* Program Studi Kewirausahaan, Universitas Prof. Dr. H. M. Arifin Salilatang

***Corresponding Author :** ST Arwini Alwy Email iinalwy27@gmail.com*

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<i>Keywords: Consumer Behavior, QRIS, Digital Payment, Payment Instrument, Intention to Use</i> <i>Received : August 2026</i> <i>Revised : August 2026</i> <i>Accepted : August 2026</i>	<i>Background: The development of digital payment systems has changed consumer payment behavior in Indonesia. QRIS provides an interoperable payment method that allows consumers to make transactions using various payment applications. Consumer behavior, including perceived convenience, usefulness, security, trust, and lifestyle, may influence the intention to use QRIS. Objective: This study aimed to analyze the relationship between consumer behavior and the intention to use QRIS as a payment instrument. Methods: This study used a quantitative analytical design with a cross-sectional approach. The sample consisted of 86 respondents who had used or were familiar with QRIS payments. Data were collected using a structured questionnaire measuring consumer behavior and intention to use QRIS. Data were analyzed using the Chi-square test with a significance level of 0.05. Results: Most respondents demonstrated positive consumer behavior toward digital payment systems, with 61 respondents (70.9%) categorized as having good behavior. A high intention to use QRIS was found in 66 respondents (76.7%). Statistical analysis showed a significant relationship between consumer behavior and intention to use QRIS ($p < 0.001$). Conclusion: Positive consumer behavior is significantly associated with a higher intention to use QRIS as a payment instrument. Ease of use, perceived benefits, security, and trust should be strengthened to encourage wider QRIS adoption</i>



Volume 4, No 1, October (2026)	DOI https://doi.org/10.59585/jimad	Page 11-18
-----------------------------------	--	---------------

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan pada berbagai aktivitas masyarakat, termasuk aktivitas ekonomi dan pembayaran. Konsumen saat ini semakin terbiasa menggunakan teknologi dalam melakukan transaksi karena menawarkan kecepatan, kemudahan, dan fleksibilitas. Salah satu inovasi dalam sistem pembayaran digital di Indonesia adalah Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), yaitu standar QR Code pembayaran yang ditetapkan oleh Bank Indonesia. Dengan adanya QRIS, konsumen dapat menggunakan berbagai aplikasi pembayaran pada merchant yang sama tanpa harus menyesuaikan jenis QR Code berdasarkan penyedia jasa pembayaran (Bank Indonesia, 2025).

QRIS dikembangkan untuk menyediakan sistem pembayaran yang praktis, aman, mudah, dan andal. Bagi konsumen, QRIS memberikan fleksibilitas dalam memilih aplikasi pembayaran, sedangkan bagi merchant, penggunaan satu QR Code dapat menyederhanakan penerimaan pembayaran. Perkembangan penggunaan QRIS menunjukkan peningkatan yang cukup besar. Hingga triwulan IV 2025, jumlah pengguna QRIS mencapai 59,53 juta dengan 42,75 juta merchant, sedangkan volume transaksi QRIS meningkat sebesar 139,99% secara tahunan (Bank Indonesia, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan semakin luasnya penerimaan QRIS sebagai salah satu instrumen pembayaran digital di Indonesia.

Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa QRIS semakin diterima dalam kehidupan masyarakat. Namun, peningkatan ketersediaan teknologi tidak selalu berarti seluruh konsumen memiliki minat penggunaan yang sama. Minat konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, keamanan transaksi, kepercayaan, pengalaman sebelumnya, dan gaya hidup (Hartutik et al., 2024; Paramita & Cahyadi, 2024; Tatian et al., 2024). Perilaku konsumen merupakan proses ketika seseorang memilih, menggunakan, mengevaluasi, dan menentukan keputusan terhadap produk atau layanan. Dalam konteks pembayaran digital, perilaku tersebut dapat terlihat dari kecenderungan konsumen memilih pembayaran non-tunai, mempertimbangkan kemudahan transaksi, memperhatikan keamanan, serta menilai manfaat teknologi pembayaran (Wirabuana et al., 2024; Putri et al., 2024).

Bank Indonesia juga terus mengembangkan QRIS agar dapat menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan perkembangan teknologi. Pada 2025, ketentuan QRIS diperbarui untuk memperluas cakupan teknologi pembayaran berbasis QR Code dan mendukung transaksi pembayaran nirsentuh (Bank Indonesia, 2025). Di Jawa Barat, perkembangan QRIS juga menunjukkan tren positif. Pada triwulan III 2025, volume transaksi QRIS meningkat sebesar 127,09% secara tahunan dan nominal transaksi meningkat sebesar 81,24%, sedangkan jumlah pengguna QRIS tumbuh sebesar 8,31% (Bank Indonesia, 2025).



Volume 4, No 1, October (2026)	DOI https://doi.org/10.59585/jimad	Page 11-18
-----------------------------------	--	---------------

METODE

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif analitik dengan pendekatan *cross-sectional* yang bertujuan menganalisis hubungan perilaku konsumen dengan minat menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran. Pendekatan perilaku dan minat penggunaan teknologi pembayaran digital dapat didasarkan pada *Theory of Planned Behavior* yang menjelaskan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 1991). Penelitian dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu Juni sampai Agustus 2026, pada masyarakat atau konsumen yang menggunakan layanan pembayaran digital. Populasi penelitian adalah konsumen yang menggunakan atau mengetahui sistem pembayaran QRIS, dengan jumlah sampel sebanyak 86 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria inklusi meliputi responden berusia ≥ 18 tahun, mengetahui QRIS, pernah melakukan atau memiliki pengalaman menggunakan pembayaran digital, bersedia menjadi responden, dan mampu mengisi kuesioner secara mandiri, sedangkan kriteria eksklusi meliputi responden yang tidak menyelesaikan kuesioner, memberikan jawaban tidak lengkap, atau tidak bersedia melanjutkan penelitian.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen, sedangkan variabel dependen adalah minat menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran. Perilaku konsumen didefinisikan sebagai kecenderungan konsumen dalam memilih, menerima, menggunakan, dan mengevaluasi pembayaran digital berdasarkan aspek kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, keamanan transaksi, kepercayaan terhadap sistem, kenyamanan, pengalaman menggunakan pembayaran digital, dan kesesuaian dengan gaya hidup. Faktor-faktor tersebut diketahui berperan dalam membentuk penerimaan dan minat konsumen terhadap penggunaan QRIS (Hartutik et al., 2024; Paramita & Cahyadi, 2024; Tatian et al., 2024). Perilaku konsumen selanjutnya dikategorikan menjadi baik, cukup, dan kurang. Minat menggunakan QRIS didefinisikan sebagai keinginan konsumen untuk menggunakan QRIS dalam transaksi saat ini maupun di masa mendatang, yang meliputi keinginan menggunakan QRIS, penggunaan secara berulang, kesediaan memilih QRIS dibandingkan pembayaran tunai, keinginan merekomendasikan QRIS, dan rencana menggunakan QRIS pada transaksi berikutnya. Minat dan keputusan konsumen dalam menggunakan QRIS telah dikaji dalam berbagai penelitian mengenai behavioral intention dan adopsi QRIS (Azzahroo & Estiningrum, 2021; Paramita & Cahyadi, 2024; Sembiring et al., 2025). Minat menggunakan QRIS dikategorikan menjadi tinggi, sedang, dan rendah.

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner terstruktur yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria, dengan tahapan meliputi penjelasan tujuan penelitian, pemberian informed consent, pengisian kuesioner, pemeriksaan kelengkapan data, serta pengolahan dan analisis data. Analisis data meliputi analisis univariat untuk menggambarkan karakteristik responden, perilaku konsumen, dan minat menggunakan QRIS, sedangkan analisis bivariat menggunakan uji Chi-square untuk mengetahui hubungan antara perilaku konsumen dengan minat menggunakan QRIS. Tingkat kemaknaan statistik ditetapkan pada $\alpha=0,05$. Penelitian dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip etika penelitian, meliputi informed consent, kerahasiaan identitas dan data responden, serta penghormatan terhadap hak responden untuk berpartisipasi secara sukarela dan menghentikan keikutsertaan dalam penelitian..

**HASIL DAN PEMBAHASAN****1. Hasil****Tabel 1.** Karakteristik responden

Karakteristik	n	%
Usia		
18–25 tahun	38	44,2
26–35 tahun	27	31,4
36–45 tahun	14	16,3
>45 tahun	7	8,1
Jenis Kelamin		
Laki-laki	39	45,3
Perempuan	47	54,7
Total	86	100

Sebagian besar responden berada pada kelompok usia 18–25 tahun sebanyak 38 orang (44,2%).

Berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan sebanyak 47 orang (54,7%).

Tabel 2. Perilaku Konsumen Terhadap Pembayaran Digital

Perilaku Konsumen	n	%
Baik	61	70,9
Cukup	18	20,9
Kurang	7	8,2
Total	86	100

Sebanyak 61 responden (70,9%) memiliki perilaku konsumen dalam kategori baik terhadap penggunaan pembayaran digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki penerimaan yang positif terhadap penggunaan teknologi pembayaran.

Tabel 3. Minat menggunakan QRIS

Minat	n	%
Tinggi	66	76,7
Sedang	15	17,4
Rendah	5	5,9
Total	86	100

Sebanyak 66 responden (76,7%) memiliki minat tinggi untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran. Hal ini menunjukkan bahwa QRIS memiliki tingkat penerimaan yang cukup baik pada kelompok responden penelitian.

**Tabel 4.** Hubungan Perilaku Konsumen Dengan Minat Menggunakan QRIS

Perilaku Konsumen	Minat Tinggi	Minat Sedang/Rendah	Total
Baik	54 (88,5%)	7 (11,5%)	61
Cukup	10 (55,6%)	8 (44,4%)	18
Kurang	2 (28,6%)	5 (71,4%)	7
Total	66	20	86

Hasil uji Chi-square menunjukkan $p < 0,001$. Terdapat hubungan yang signifikan antara perilaku konsumen dengan minat menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran.

2. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki perilaku konsumen yang baik terhadap pembayaran digital. Kondisi tersebut dapat dikaitkan dengan semakin luasnya penggunaan teknologi dalam aktivitas sehari-hari. QRIS memberikan kemudahan karena konsumen tidak harus memiliki jenis QR Code yang berbeda untuk setiap penyedia jasa pembayaran. Satu QRIS dapat digunakan oleh berbagai aplikasi pembayaran yang mendukung QRIS (Bank Indonesia, 2025). Kemudahan tersebut dapat meningkatkan persepsi positif konsumen. Konsumen cenderung memilih metode pembayaran yang dianggap praktis, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan transaksi sehari-hari. Bank Indonesia menjelaskan bahwa QRIS dirancang untuk memberikan pengalaman pembayaran yang cepat, mudah, murah, aman, dan andal. Keunggulan tersebut menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi penerimaan konsumen terhadap QRIS (Bank Indonesia, 2025; Azzahroo & Estiningrum, 2021).

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa responden dengan perilaku konsumen baik memiliki proporsi minat tinggi yang lebih besar dibandingkan responden dengan perilaku cukup atau kurang. Konsumen yang merasakan manfaat teknologi cenderung memiliki keinginan lebih besar untuk terus menggunakan teknologi tersebut. Dalam konteks QRIS, manfaat tersebut dapat berupa tidak perlu membawa uang tunai, transaksi lebih praktis, pembayaran lebih cepat, serta tersedianya catatan transaksi secara digital. Persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan merupakan faktor yang berperan dalam membentuk minat dan penerimaan konsumen terhadap QRIS (Hartutik et al., 2024; Paramita & Cahyadi, 2024; Leki et al., 2026).

Aspek keamanan juga menjadi pertimbangan penting dalam penggunaan pembayaran digital. Bank Indonesia menjelaskan bahwa penyedia jasa pembayaran yang menggunakan QRIS harus memperoleh izin dan berada dalam pengawasan Bank Indonesia. Kepercayaan konsumen menjadi semakin penting karena transaksi pembayaran berkaitan langsung dengan uang dan informasi keuangan. Apabila konsumen merasa sistem aman dan dapat dipercaya, kemungkinan mereka menggunakan QRIS



Volume 4, No 1, October (2026)	DOI https://doi.org/10.59585/jimad	Page 11-18
-----------------------------------	--	---------------

secara berulang akan semakin besar (Bank Indonesia, 2025). Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa faktor kepercayaan, keamanan, dan penerimaan teknologi dapat memengaruhi minat penggunaan QRIS (Hartutik et al., 2024; Tatian et al., 2024).

Pertumbuhan penggunaan QRIS secara nasional menunjukkan bahwa penerimaan masyarakat terhadap pembayaran berbasis QR terus meningkat. Pada akhir 2025, jumlah pengguna QRIS mencapai 59,53 juta dan merchant mencapai 42,75 juta. Perkembangan di Jawa Barat juga menunjukkan bahwa QRIS semakin diterima masyarakat. Jumlah pengguna QRIS di Jawa Barat terus mengalami pertumbuhan dan transaksi QRIS meningkat secara signifikan sepanjang 2025 (Bank Indonesia, 2025).

Selain faktor manfaat dan kemudahan, gaya hidup digital juga dapat memengaruhi minat penggunaan QRIS. Konsumen yang terbiasa menggunakan smartphone dan aplikasi digital cenderung lebih mudah menerima metode pembayaran berbasis QR. Penelitian mengenai penggunaan QRIS menunjukkan bahwa karakteristik konsumen, kebiasaan menggunakan teknologi, serta faktor penerimaan teknologi dapat berhubungan dengan niat dan perilaku penggunaan QRIS (Putri et al., 2024; Sembiring et al., 2025; Tatian et al., 2024). Minat penggunaan tidak hanya ditentukan oleh perilaku konsumen, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain seperti kualitas jaringan internet, ketersediaan saldo, literasi digital, keamanan, promosi, dan penerimaan *merchant* (Perbanas et al., 2023; Paramita & Cahyadi, 2024).

Bank Indonesia terus melakukan pengembangan QRIS untuk menyesuaikan dengan perkembangan teknologi pembayaran. Regulasi tahun 2025 memperluas cakupan QRIS dan mendukung inovasi pembayaran berbasis teknologi digital, termasuk pengembangan pembayaran nirsentuh (Bank Indonesia, 2025). Oleh karena itu, peningkatan minat penggunaan QRIS perlu didukung oleh sistem yang aman, mudah, dan andal serta edukasi kepada konsumen mengenai penggunaan pembayaran digital secara aman. Upaya tersebut penting untuk mempertahankan kepercayaan konsumen dan mendorong penggunaan QRIS secara berkelanjutan (Bank Indonesia, 2025; Perbanas et al., 2023).

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara perilaku konsumen dengan minat menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran, dengan hasil uji *Chi-square* menunjukkan nilai $p < 0,001$. Sebagian besar responden memiliki perilaku konsumen dalam kategori baik (70,9%), sedangkan responden dengan minat tinggi menggunakan QRIS sebesar 76,7%. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen dengan perilaku yang lebih positif terhadap pembayaran digital cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakan QRIS. Berdasarkan hasil tersebut, konsumen disarankan meningkatkan literasi mengenai keamanan transaksi digital dan menggunakan QRIS secara bijak. Merchant diharapkan menyediakan QRIS



Volume 4, No 1, October (2026)	DOI https://doi.org/10.59585/jimad	Page 11-18
-----------------------------------	--	---------------

sebagai alternatif pembayaran yang praktis serta memberikan informasi yang jelas kepada konsumen, sementara penyelenggara pembayaran perlu terus meningkatkan keamanan, kecepatan, dan keandalan sistem untuk mempertahankan kepercayaan konsumen. Bank Indonesia dan pemangku kepentingan juga diharapkan memperluas edukasi mengenai QRIS dan keamanan pembayaran digital. Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel lain, seperti persepsi keamanan, kepercayaan, kemudahan penggunaan, promosi, literasi digital, dan gaya hidup, serta menggunakan jumlah sampel yang lebih besar untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

REFERENSI

- Ajzen, I. The theory of planned behavior. *Organ Behav Hum Decis Process*. 1991;50(2):179–211.
- Anggraini, RT., Santhoso, FH. Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Gadjah Mada J Psychol*. 2017;3(3):131–40.
- Azzahroo, RA., Estiningrum, SD. Preferensi mahasiswa dalam menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai teknologi pembayaran. *J Manaj Motiv*. 2021;17(1):10–17.
- Bank Indonesia. Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Jakarta: Bank Indonesia; 2025.
- Candy, C., Winson, W., Budiman, J. Model behavioral intention penggunaan QRIS: integrasi attitude, customer satisfaction, dan E-WOM. *J Manaj Bisnis*. 2026;4(3).
- Dewi, AA. The effect of digital payment on Generation Z's consumptive behaviour. *Int J Adm Bus Organ*. 2024;5(2).
- Dr. Idris, Dr. Andi Nursiah, Achmad Hilal, Dr. Muh. Risal Tawil, Devin Mahendika, Lili Amaliah, Mohamad Sadli, Siti Nuryani, Yunita Kristina, Muslimin B. *Perilaku Masyarakat (Peningkatan Derajat Kesehatan Lingkungan)*. Makassar: Penerbit AGDOSI Makassar; 2025. ISBN: 978-634-04-3776-8. [<https://agdosi.com/2025/09/10/perilaku-masyarakat-peningkatan-derajat-kesehatan-lingkungan/>](https://agdosi.com/2025/09/10/perilaku-masyarakat-peningkatan-derajat-kesehatan-lingkungan/?utm_source=chatgpt.com)
- Hartutik, H., Aryani, DN., Maesarach, RM., Masruki, R., Fauzan, A. Exploring intention in using Quick Response Code Indonesian Standard: technology acceptance model approach. *J Organ Manaj*. 2024.
- Irwan, S., Dasmaniar, D., Jusran, J. Peranan Manajemen Perencanaan Pembangunan Desa Terhadap Partisipasi Masyarakat Di Kecamatan Gantarangeke Kabupaten Bantaeng. *JIMAD: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. 2026;3(3):150–159. [<https://doi.org/10.59585/jimad.v3i3.1056>](https://doi.org/10.59585/jimad.v3i3.1056?utm_source=chatgpt.com)
- Jong, AA., Rusmita, S., Indah, DP. QRIS dan perilaku konsumtif: studi empiris pada kalangan mahasiswa Universitas Tanjungpura. *J Econ Bus Account*. 2025.
- Leki, A., Pora, A., Papa, IA. Pengaruh pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) terhadap minat penggunaan mobile banking QRIS. *Selekta Manaj J Mhs Bisnis Manaj*. 2026.



Volume 4, No 1, October (2026)	DOI https://doi.org/10.59585/jimad	Page 11-18
-----------------------------------	--	---------------

Nuswantoro, SA., Ulfi, M., Miftahurrizqi, Rafli, M. Identification of factors influencing the use of QRIS using TAM and UTAUT 2 methods. *Sci J Inform.* 2024;11(2).

Paramita, ED., Cahyadi, ER. The determinants of behavioral intention and use behavior of QRIS as digital payment method using extended UTAUT model. *Indones J Bus Entrep.* 2024;10(1):132–40.

Perbanas, S., Yuniarti, R., Ernawati, D. Exploring the factors influencing the adoption of QRIS as a digital payment in Indonesia. *J Manag Theory Pract.* 2023;4(1).

Putri, PA., Zibarani, VBA., Lysa, GH., Ramadhan, M., Zakiah, R. Analysis of Generation Z consumer decisions in using QRIS as a digital payment system. *J Ekon Manaj Bisnis.* 2024;2(1):20–25.

Sembiring, NCA., Aryanda, PN., Basri, AI. Determinan niat dan perilaku pengguna QRIS pada masyarakat Indonesia: analisis dengan teori UTAUT2. *Aktiva J Manaj Bisnis.* 2025;5(1).

Sutrisno, S., Azis, A., Dasmaniar, D., Irwan, S. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Wirausaha Di Sektor Pertanian. *JIMAD: Jurnal Ilmiah Multidisiplin.* 2026;3(4):202–212. [<https://doi.org/10.59585/jimad.v3i4.1259>](https://doi.org/10.59585/jimad.v3i4.1259?utm_source=chatgpt.com)

Tatian, CT., Nurabiah, N., Ridhawati, R., Thao, HTP. From wallets to screens: exploring the determinants of QRIS payment adoption among millennials in Eastern Indonesia. *JEMA J Ilm Bid Akunt Manaj.* 2024;21(1).

Wirabuana, C., Marbanie, R., Sensuse, DI., Hidayat, DS., Purwaningsih, EH. Perceptions of the use of Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) for payment and its impact on consumer behavior. *J Sist Inform.* 2024;20(2):1–17.

Zalukhu, S., Lattu, A. The influence of using the QRIS digital payment method on customer purchasing decisions. *J Ilm Manaj Kesatuan.* 2025;13(1).