

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan QRIS pada E-Parking Medan Perspektif TPB

Nurwani Nasution¹, Nuri Aslami², Nurul Inayah³

^{1,2,3} S1 Manajemen, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Sumatera Utara

Correspondence: anasution706@gmail.com

Received: 7 Maret 2025 | Revised: 17 April 2025 | Accepted: 25 April 2025

Keywords:

QRIS; Consumer Decisions; E-Parking ; TPB

Abstract

This study aims to analyze the factors that influence consumers' decisions to use QRIS in the electronic parking system (E-parking) in Medan City, using the Theory of Planned Behavior (TPB) approach which involves three variables: attitudes, subjective norms, and perception of behavioral control. The method used was an explanatory quantitative research with a sample of 100 respondents who used QRIS services in electronic parking transactions in Medan City. Data was collected through an online questionnaire. The results of the study show that attitudes, subjective norms, and perceptions of behavior control have a significant influence on consumers' decisions to use QRIS in E-Parking in Medan. Of the three factors, the perception of behavioral control is the most dominant factor in influencing the decision to use QRIS, which shows that the higher the perception of user convenience and control in transactions, the more likely they are to use QRIS. In addition, aspects of transaction security, system convenience, and the level of QRIS users in the community also contribute to shaping consumer decisions. This research is expected to provide insights for electronic parking service providers and policymakers in increasing QRIS users and improving public services in the electronic parking sector.

Kata Kunci:

QRIS; Keputusan Konsumen; E-Parking ; TPB

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan QRIS pada sistem parkir elektronik (E-parking) di Kota Medan, dengan menggunakan pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB) yang melibatkan tiga variabel: sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif eksplanatori dengan pengambilan sampel sebanyak 100 responden yang menggunakan layanan QRIS dalam transaksi parkir elektronik di Kota Medan. Data dikumpulkan melalui kuesioner online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan QRIS pada E-Parking di Medan. Dari ketiga faktor tersebut, persepsi kontrol perilaku merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan dan kendali pengguna dalam transaksi, semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakan QRIS. Selain itu, aspek keamanan transaksi, kemudahan sistem, serta tingkat pengguna QRIS di masyarakat juga berkontribusi dalam membentuk keputusan konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi penyedia layanan parkir elektronik dan pembuat kebijakan dalam meningkatkan pengguna QRIS serta memperbaiki pelayanan publik di sektor parkir elektronik.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat terus mendorong pemerintah untuk selalu melakukan berbagai perubahan yang tentunya dapat bermanfaat bagi masyarakat. Perkembangan teknologi digital menjadi pemicu perubahan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, satu hal yang mengalami perubahan tersebut ditandai dengan adanya elektronifikasi pada transaksi keuangan (Rahmadyah & Aslami, 2022). Saat ini, metode pembayaran digital yang dikenal dengan istilah financial technology (fintech) berkembang pesat, yang menunjukkan kemajuan sektor finansial dalam digitalisasi perekonomian (Lestari, Nurbaiti & Aisyah, 2023). Sejalan dengan hal tersebut, meningkatnya penggunaan mata uang elektronik di Indonesia merupakan hasil dari program GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai) yang berupaya untuk meningkatkan pemahaman dan memberi edukasi kepada masyarakat akan risiko yang terkait dengan melakukan pembayaran keuangan melalui media non tunai (Khaidir K.N & Irwan Padli Nasution, 2024).

Salah satu implementasi fintech dalam kehidupan sehari-hari adalah penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard), yang memungkinkan transaksi cepat dan efisien melalui pemindaian kode QR. Pertumbuhan transaksi QRIS pada tahun 2020 terdapat 124 juta transaksi QRIS yang meningkat menjadi 375 juta transaksi pada tahun 2021, sedangkan pada tahun 2022 total nominal transaksi QRIS mencapai Rp 1 miliar, meningkat 117,59%. Kemudian Pada Februari 2023, Bank Indonesia melaporkan bahwa total transaksi QRIS meningkat sebesar Rp99,98 triliun atau meningkat 261,81%. Tercatat secara keseluruhan 30,87 juta orang terdaftar sebagai pengguna QRIS (Rahadi et al., 2023).

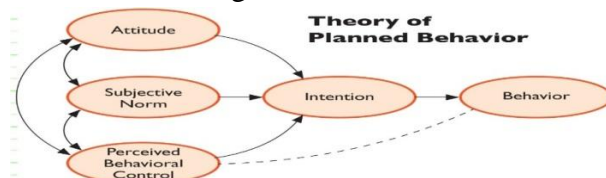
Keputusan konsumen dan minat konsumen untuk menggunakan QRIS sebagian besar didorong oleh kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital. Konsumen menjadi hal yang harus dipikirkan pertama untuk dapat memenuhi semua kemauan para pelanggan dan bisa menciptakan kepuasan kepada semua. Hubungan antara kepuasan pelanggan dengan perilaku konsumen pasca pembelian yaitu pada umumnya mereka akan membicarakan produk dan jasa yang dikonsumsinya kepada orang lain (Asmuni et al., 2021).

E-parking merupakan salah satu konsep penataan parkir secara professional dan berbasis e-government. Di beberapa daerah, seperti Bandung, penerapan QRIS pada sistem parkir elektronik telah menunjukkan dampak positif sejak bulan Januari sampai September 2023, realisasi pendapatan dari mesin parkir di Kota Bandung mencapai Rp3,6 miliar. Irwan menambahkan saat ini Dishub Kota Bandung telah memiliki total sebanyak 445 mesin parkir Kota Medan, yang juga telah menerapkan E-parking melalui Peraturan Wali Kota Nomor 45 Tahun 2021 tentang Tata Cara Penyelenggaraan Parkir Umum, peraturan ini mengatur tentang pelaksanaan parkir elektronik di Kota Medan (T. Sativa Nazlia¹, danialsyah, 2023), Penerapan sistem parkir elektronik (e-parking) di Kota Medan telah berkontribusi pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor retribusi parkir. Selama periode 25 Februari 2022 hingga 24 Februari 2023, E-parking berhasil menambah PAD sebesar Rp6,39 miliar (Sulystio et al., 2024).

Untuk meningkatkan pengguna QRIS, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan QRIS. Penelitian ini menggunakan metode Theory of Planned Behavior (TPB) adalah teori niat atau perilaku yang dikembangkan

oleh Icek Ajzen, 1991. TPB bertujuan untuk menjelaskan bagaimana perilaku manusia dipengaruhi oleh niat dan faktor-faktor yang membentuk niat tersebut. TPB terdiri dari 3 faktor, yaitu: (1) Sikap (2) Norma Subjektif (3) Persepsi Kontrol Perilaku. Sikap dibentuk dari keyakinan terhadap manfaat, kenyamanan, serta pengalaman positif. Norma subjektif berkaitan dengan pengaruh sosial dari lingkungan terdekat seperti teman dan keluarga. Adapun persepsi kontrol perilaku mencerminkan keyakinan individu terhadap kemudahan dan dukungan (Ajzen, 2020) dalam menggunakan QRIS.

Gambar 1. Kerangka Teori TPB



Source: Azjen (1991)

Pada penelitian ini fenomena di lapangan menunjukkan bahwa masyarakat masih cenderung menggunakan pembayaran tunai karna masyarakat masih merasa tidak nyaman dengan teknologi baru dan lebih memilih pembayaran tunai yang sudah mereka kenal, Penggunaan QRIS dalam E-parking masih menghadapi tantangan, seperti rendahnya pemahaman masyarakat, kekhawatiran terkait keamanan data, dan kurangnya edukasi (Aziz et al., 2024).

Dilihat dari variabel sikap, penelitian yang dilakukan sebelumnya (Rahmawati & Arfiansyah, 2024) mengatakan sikap pengguna memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS pada UMKM Kota Surakarta. Sejalan dengan penelitian (Yuliana et al., 2022) mengatakan sikap terhadap perilaku memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan QRIS. Namun penelitian lain mendapatkan hasil berbeda (Safitri, 2024) justru mengatakan sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan QRIS terhadap perilaku konsumsi makanan generasi z. Variabel Norma Subjektif, penelitian (Muhammad fadhel ananda, 2023) mengatakan bahwa norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap penggunaan QRIS. Begitu pula dengan norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan elektronik money. Kedua penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian (Makaba, 2023) dan (Hasanah & Yadnyana, 2023) yang mengatakan norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap behaviour intention. Variabel persepsi kontrol perilaku, penelitian (Mahendra et al., 2024) mengatakan persepsi kontrol perilaku signifikan mempengaruhi behavioural intention. Serupa dengan penelitan oleh (Rohmah & Martini, 2021) bahwa terdapat pengaruh antara kontrol perilaku yang dirasakan terhadap niat. Sedangkan penelitian (Jannatuzzahra et al., 2023) justru memperoleh hasil persepsi kontrol perilaku tidak berpengaruh positif terhadap niat menggunakan QRIS sebagai transaksi non tunai di kantin UPN Veteran Jawa Timur.

Sebagian besar studi sebelumnya lebih banyak berfokus pada penggunaan QRIS dalam sektor e-commerce dan pembayaran digital secara umum. Hal ini juga terlihat dari laporan yang menunjukkan bahwa meskipun E-parking telah diterapkan di beberapa lokasi di Medan, namun penggunaan QRIS dalam parkir elektronik di Medan masih menghadapi tantangan, terutama dalam hal pemahaman masyarakat dan pengguna teknologi.(Sulystio et al., 2024). Perubahan perilaku konsumen yang mungkin mempengaruhi sikap, norma

subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan dengan keputusan pengguna QRIS belum banyak diteliti, terutama dalam konteks sistem E-parking di Kota Medan

Berdasarkan latar belakang masalah dalam penelitian ini, rumusan masalah yang dapat diajukan adalah: apakah sikap konsumen terhadap teknologi pembayaran QRIS berpengaruh terhadap keputusan mereka untuk menggunakan QRIS dalam pembayaran parkir di Kota Medan? Selain itu, bagaimana pengaruh norma subjektif, seperti pengaruh lingkungan sosial dan kebiasaan yang ada, terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan QRIS? Apakah persepsi kontrol perilaku konsumen terkait kemudahan dan keamanan sistem QRIS mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan QRIS dalam sistem parkir elektronik? Adakah pengaruh antara ketiganya jika di uji secara simultan terhadap keputusan konsumen? Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan QRIS pada sistem parkir elektronik di Kota Medan dengan menggunakan pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB). Diharapkan penelitian ini akan bermanfaat bagi penyedia layanan parkir elektronik untuk meningkatkan efisiensi sistem QRIS, pembuat kebijakan dalam merancang regulasi yang mendukung pengguna teknologi baru, konsumen dalam memperoleh pengalaman parkir yang lebih praktis dan efisien.

METODE

Jenis metode penelitian yang diterapkan adalah metode quantitative explanatory. Dari pengajuan hipotesis di penelitian ini, penggunaan metode ini dikhususkan untuk membuktikan kejelasan hubungan variabel antara satu dengan yang lain (Sugiyono, 2019). Lokasi penelitian dilakukan di kota Medan dengan objek penelitian adalah masyarakat yang menggunakan layanan aplikasi QRIS.

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

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, yaitu pengguna layanan parkir elektronik yang telah menggunakan QRIS di Kota Medan. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik non-probabilitas dengan kombinasi purposive sampling dan simple random sampling, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu serta kemudahan dijangkau saat penyebaran kuesioner (Sharma, 2017). Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online menggunakan Google Form. Instrumen penelitian disusun berdasarkan teori Theory of Planned Behavior (TPB) dan terdiri dari variabel sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, serta keputusan konsumen. Semua variabel diukur menggunakan skala Likert 5 poin yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Skala Likert

| Kategori | Bobot Nilai |
|-------------------|-------------|
| Sangat Puas | 5 |
| Puas | 4 |
| Netral | 3 |
| Tidak Puas | 2 |
| Sangat Tidak Puas | 1 |

Analisis data dilakukan dengan uji validitas, uji realibilitas, dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas. Untuk menguji hipotesis, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), Uji regresi linear berganda. Semua analisis dilakukan menggunakan bantuan software SPSS.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Jika nilai korelasi (r) > nilai r_{tabel} dengan signifikansi yang digunakan, 5% atau (0,05), maka item tersebut valid. Jika nilai korelasi (r) \leq nilai r_{tabel} , maka item tersebut tidak valid. Berdasarkan hasil uji validitas didapatkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dinyatakan seluruh item valid.

Tabel 2. Uji Validitas

| Variabel | R_{hitung} (Rata-Rata) | R_{tabel} |
|---------------------------|--------------------------|-------------|
| Sikap | 0,538 | 0,196 |
| Norma Subjektif | 0,551 | 0,196 |
| Persepsi Kontrol Perilaku | 0,535 | 0,196 |
| Keputusan Konsumen | 0,673 | 0,196 |

Sumber: Data diproses menggunakan SPSS 26

Uji Realibilitas

Jika nilai Cronbach's Alpha > koefisien reliabilitas, maka dinyatakan item tersebut reliabel. Berdasarkan hasil uji reliabilitas didapatkan nilai Cronbach's Alpha > Koefisien reliabilitas (0,60), maka dinyatakan seluruh item adalah reliabel.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

| Variabel | Nilai Cronbach's Alpha | Koefisien |
|---------------------------|------------------------|-----------|
| Sikap | 0,648 | 0,60 |
| Norma Subjektif | 0,621 | 0,60 |
| Persepsi Kontrol Perilaku | 0,839 | 0,60 |
| Keputusan Konsumen | 0,836 | 0,60 |

Sumber: Data diproses menggunakan SPSS 26

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menentukan apakah data dari variabel penelitian berdistribusi normal, yang merupakan salah satu asumsi penting dalam analisis statistik parametrik seperti regresi linier

Tabel 4. Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | | |
|------------------------------------|----------------|------------|-------------------------|
| | | | Unstandardized Residual |
| N | | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 | |
| | Std. Deviation | 1.64897341 | |
| | | | |
| Most Differences | Extreme | Absolute | .069 |
| | | Positive | .069 |
| | | Negative | -.050 |
| Test Statistic | | | .069 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | | .200 ^{c,d} |

Sumber: Data diproses menggunakan SPSS 26

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan bahwa distribusi residual tidak menyimpang secara signifikan dari distribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari nilai Asymp. Nilai ekstrem tertinggi, baik positif maupun negatif, masing-masing sebesar 0,069 dan -0,050, mengindikasikan bahwa penyimpangan dari normalitas sangat kecil. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa model yang digunakan memenuhi asumsi normalitas residual, yang penting dalam analisis regresi untuk memastikan keabsahan hasil inferensial.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

| | | Coefficients ^a | | | | | Collinearity VIF | |
|-------|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|----------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Statistics Tolerance | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | | |
| 1 | (Constant) | 11.999 | 1.751 | | 3.571 | .001 | | |
| | Sikap | .233 | .029 | .123 | 1.976 | .000 | .467 | 2.141 |
| | Norma Subjektif | .380 | .044 | .361 | 1.830 | .001 | .180 | 5.541 |
| | Persepsi Kontrol Perilaku | .102 | .030 | .456 | 3.001 | .000 | .248 | 4.040 |

Sumber: Data diproses menggunakan SPSS 26

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, dapat dilihat bahwa:

1. Variabel Sikap memiliki nilai Tolerance sebesar 0,467 dan VIF sebesar 2,141. Karena nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada variabel ini.
2. Variabel Norma Subjektif memiliki nilai Tolerance sebesar 0,180 dan VIF sebesar 5,541. Karena nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada variabel ini.
3. Variabel Persepsi Kontrol Perilaku memiliki nilai Tolerance sebesar 0,248 dan VIF sebesar 4,040. Karena nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada variabel ini.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada seluruh variabel dalam model regresi ini

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas

| | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 4.075 | 1.058 | | 3.853 | .000 |
| | Sikap | .004 | .018 | .033 | .233 | .816 |
| | Norma Subjektif | -.048 | .026 | -.421 | -1.840 | .069 |
| | Persepsi Kontrol Perilaku | .011 | .018 | .117 | .600 | .550 |

Sumber: Data diproses menggunakan SPSS 26

a. Dependent Variable: Abs_RES

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varian residual dalam model regresi. Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas

adalah dengan melihat nilai signifikansi dari hasil regresi terhadap variabel Abs_RES. Jika nilai Sig. > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model. Berdasarkan hasil analisis:

1. Variabel Sikap memiliki nilai signifikansi 0,816. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel ini.
2. Variabel Norma Subjektif memiliki nilai signifikansi 0,069. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel ini.
3. Variabel Persepsi Kontrol Perilaku memiliki nilai signifikansi 0,550. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel ini.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas, karena seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa varian residual bersifat konstan, sehingga model regresi yang digunakan valid untuk dianalisis lebih lanjut.

Uji t

Berdasarkan hasil analisis regresi, dilakukan uji t untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan QRIS. Pengujian ini membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel sebesar 1,664 pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

Tabel 7. Uji t

| | | Coefficients ^a | | | | | | |
|-------|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | VIF |
| | | B | Std. Error | Beta | | | | |
| | (Constant) | 11.999 | 1.751 | | 3.571 | .001 | | |
| 1 | Sikap | .233 | .029 | .123 | 1.976 | .000 | .467 | 2.141 |
| | Norma Subjektif | .380 | .044 | .361 | 1.830 | .001 | .180 | 5.541 |
| | Persepsi Kontrol Perilaku | .102 | .030 | .456 | 3.001 | .000 | .248 | 4.040 |

Sumber: Data diproses menggunakan SPSS 26

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

1. Variabel Sikap memiliki nilai t-hitung 1,976 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena t-hitung lebih besar dari t-tabel ($1,976 > 1,664$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen.
2. Variabel Norma Subjektif memiliki nilai t-hitung 1,830 dengan nilai signifikansi 0,001. Karena nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($1,830 > 1,664$) dan signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan QRIS.
3. Variabel Persepsi Kontrol Perilaku memiliki nilai t-hitung 3,001 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena t-hitung lebih besar dari t-tabel ($3,001 > 1,664$) dan signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan QRIS.

Dari hasil analisis ini, dapat disimpulkan bahwa Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen

dalam menggunakan QRIS, karena masing-masing variabel memiliki nilai t-hitung > t-tabel (1,664) dan signifikansi kurang dari 0,05.

Uji F (Simultan)

Tabel 8. Uji F (Simultan)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|----------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 13637.318 | 3 | 4545.773 | 1621.125 | .000 ^b |
| | Residual | 269.192 | 96 | 2.804 | | |
| | Total | 13906.510 | 99 | | | |

Sumber: Data diproses menggunakan SPSS 26

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kontrol Perilaku, Sikap, Norma Subjektif

Berdasarkan hasil uji ANOVA, diperoleh nilai F-hitung sebesar 1621.125, sedangkan nilai F-tabel dengan derajat kebebasan (df) 3 dan 96 pada taraf signifikansi 5% adalah 2.70. Karena F-hitung jauh lebih besar dari F-tabel, maka hipotesis nol (H_0) ditolak, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Keputusan Konsumen.

Uji Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS, diperoleh persamaan regresi yang menggambarkan pengaruh Sikap (X_1), Norma Subjektif (X_2), dan Persepsi Kontrol Perilaku (X_3) terhadap Keputusan Konsumen (Y) sebagai berikut:

$$Y = 11,999 + 0,233 X_1 + 0,380 X_2 + 0,102 X_3$$

Konstanta (11,999):

Nilai konstanta ini menunjukkan bahwa jika Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku bernilai 0, maka Keputusan Konsumen masih bernilai 11,999. Ini merepresentasikan dasar tingkat keputusan konsumen tanpa dipengaruhi oleh ketiga variabel independen tersebut.

Koefisien Sikap (0,233):

Nilai ini berarti bahwa setiap peningkatan 1% pada Sikap akan meningkatkan Keputusan Konsumen sebesar 0,233%, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Ini menunjukkan bahwa sikap positif terhadap QRIS berkontribusi pada keputusan konsumen untuk menggunakan QRIS, meskipun pengaruhnya lebih kecil dibandingkan variabel lainnya.

Koefisien Norma Subjektif (0,380):

Koefisien ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1% pada Norma Subjektif akan meningkatkan Keputusan Konsumen sebesar 0,380%, dengan variabel lain tetap. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan sosial atau tekanan dari lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan dalam memengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan QRIS.

Koefisien Persepsi Kontrol Perilaku (0,102):

Artinya, persepsi konsumen terhadap kemudahan dan kontrol mereka dalam menggunakan QRIS turut mendukung keputusan mereka untuk menggunakan QRIS. Dengan demikian, model regresi ini valid untuk menggambarkan pengaruh antara Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Keputusan Konsumen dalam penerapan QRIS pada sistem parkir elektronik.

elektronik.

Tabel 9. Uji Analisis Regresi Berganda

| | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| | (Constant) | 11.999 | 1.751 | | 3.571 | .001 |
| 1 | Sikap | .233 | .029 | .123 | 1.976 | .000 |
| | Norma Subjektif | .380 | .044 | .361 | 1.830 | .001 |
| | Persepsi Kontrol Perilaku | .102 | .030 | .456 | 3.001 | .000 |

Sumber: Data diproses menggunakan SPSS 26

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan QRIS. Berdasarkan hasil uji t, dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen, karena nilai *p-value* pada masing-masing variabel lebih kecil dari 0.05. Persepsi Kontrol Perilaku memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan konsumen dengan kontribusi sebesar 45.6%, yang menunjukkan bahwa semakin besar rasa percaya diri konsumen dalam mengendalikan dan menggunakan QRIS, semakin tinggi kemungkinan mereka untuk mengambil keputusan dalam penggunaannya. Selanjutnya, Norma Subjektif memberikan kontribusi sebesar 36.1%, yang berarti bahwa pengaruh dari lingkungan sosial, seperti keluarga, teman, atau norma masyarakat, juga memainkan peran penting dalam menentukan keputusan konsumen dalam menggunakan QRIS. Sementara itu, Sikap memberikan pengaruh paling kecil, yaitu 12.3% yang mengindikasikan bahwa meskipun sikap positif dapat mempengaruhi keputusan konsumen, namun pengaruhnya tidak sebesar faktor lainnya.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ajzen (1991), yang menyatakan bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku adalah prediktor utama dalam teori perilaku terencana (Theory of Planned Behavior). Penelitian ini juga mendukung temuan dari (Sukma dkk., 2023), yang mengungkapkan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan teknologi pembayaran digital di Indonesia.

Sedangkan dalam norma subjektif, hasil penelitian ini juga di dukung oleh penelitian sebelumnya yakni pengaruh norma subjektif/pihak luar memiliki pengaruh dalam penggunaan QRIS. Hal ini konsisten dengan hasil penelitian Susanti dan (Sunarya dkk., 2024), yang menemukan bahwa faktor sosial memainkan peran penting dalam mendorong penggunaan QRIS, terutama di kalangan generasi milenial. Faktor sosial ini mencakup pengaruh keluarga, teman, dan komunitas yang mendorong konsumen untuk merasa lebih percaya diri dalam menggunakan QRIS.

Temuan tentang pentingnya persepsi kontrol perilaku juga mendukung penelitian oleh (Judijanto dkk., 2024), yang menekankan bahwa kemudahan akses, kemampuan konsumen, dan persepsi terhadap risiko menjadi faktor kunci dalam pengadopsian teknologi keuangan digital. Dalam penelitian ini, persepsi kontrol perilaku menunjukkan hubungan yang sangat

kuat, mengindikasikan bahwa semakin mudah konsumen mengakses dan memahami penggunaan QRIS, semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakannya.

Namun, dibandingkan dengan penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Rahman dan (Saputri & Rivai, 2022), yang menyatakan bahwa sikap konsumen memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan penggunaan teknologi pembayaran digital, penelitian ini menemukan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh yang lebih besar. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh konteks sosial yang berbeda atau perkembangan terkini dalam penggunaan QRIS, yang semakin dipengaruhi oleh lingkungan sosial.

Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya memperkuat temuan sebelumnya tetapi juga memberikan perspektif baru mengenai dominasi persepsi kontrol perilaku dalam mendorong keputusan konsumen di era menggunakan teknologi pembayaran digital.

KESIMPULAN

Variabel sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku secara signifikan memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan QRIS membayar parkir, dengan persepsi kontrol perilaku sebagai faktor yang paling dominan. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan pengguna QRIS dalam sistem E-Parking, pemerintah dan penyedia layanan perlu memperhatikan peningkatan infrastruktur sistem, memberikan edukasi kepada masyarakat, serta memastikan keamanan dan keandalan transaksi agar pengguna merasa lebih percaya diri dalam menggunakan QRIS. Berdasarkan hasil ini, disarankan bagi penyedia layanan pembayaran digital untuk lebih mengedukasi konsumen mengenai manfaat QRIS.

DAFTAR RUJUKAN

- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Asmuni, Harahap, I., & Saragih, L. M. S. (2021). Carter Dimension Analysis of Customer Satisfaction In Improving Electronic Word Of Mouth (E-Wom) In Bank Syariah Mandiri Customers. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1). <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.293>
- Hasanah1, M., & Yadnyana2, I. K. (2023). Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, Pendidikan Kewirausahaan, SelfEfficacy dan Niat Wirausaha Mahasiswa Menggunakan E-Commerce.
- Jannatuzzahra, K., Kartika, A. D. P., Susanti, W. F., & Wulansari, A. (2023). Analisis Penerimaan Penggunaan QRIS Di Kantin UPN Veteran Jawa Timur Menggunakan Metode Theory Of Planned Behavior. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 4(2), 237–245. <https://doi.org/10.33365/jatika.v4i2.2660>
- Judijanto, L., Destiana, R., Sudarmanto, E., Suprpti, I. A. P., & Harsono, I. (2024). Analisis Pengaruh Adopsi Teknologi Finansial, Kepercayaan Nasabah, dan Regulasi Terhadap Penggunaan Layanan Keuangan Digital. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan West Science*, 3(01), 20-28.
- Khaidir K.N, L., & Irwan Padli Nasution, M. (2024). Laksamana+Khaidir+K.N1955. *Jurnal Sains Student Research*, 2(4), 108–116.

- Lestari, Lidya, Nurbaiti., & Aisyah, S. (2023). Analisis Pemanfaatan Digitalisasi Umkm Muslim di Kota Medan (Ditinjau Dari Perspektif Maqashid Syariah). *Jurnal Sains Dan ...*, 5(2), 687–693.
- Mahendra, R. A., Eviyani, E. R., Putri, I. M., Safitri, D., & Budiman, J. (2024). Pengaruh Perceived Security, Perceived Behavioural Control, dan Social Influence Terhadap Behavioural Intention Indonesian Standard Quick Response (QRIS) Pada Gen-Z di Kota Batam. *Economos: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 21–31.
- Makaba, K. A. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Behavior Intention Masyarakat Gen Y dalam Menggunakan QRIS pada Berbagai Toko Ritel di Kota Batam. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(1), 60–70. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i1.1386>
- Muhammad fadhel ananda. (2023). The Effect of Using QRIS on Food Consumption Behavior of Generation Z Islamic Economic Perspective.
- Rahadi, J., Agrecia, A., Valecia, V. G., & Nofirda, F. A. (2023). Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 31088–31093.
- Rahmadyah, Niken, Aslami, N. (2022). Strategi Manajemen perubahan perusahaan di era transformasi digital. *JEBDEKER: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Entrepreneur*, 2(2), 78–83. <https://doi.org/10.56456/jebdeker.v2i2.117>
- 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>
- Rohmah, R. S., & Martini, E. (2021). Analisis Niat Konsumen Dalam Menggunakan Qris Di Surakarta Berdasarkan Model Decomposed Theory of Planned Behavior Analysis of Consumer Intention in Using Qris in Surakarta Based on the Decomposed Theory of Planned Behavior Model. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(3), 1–13.
- Saputri, C. N., & Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Sikap Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang E-Wallet Shopeepay. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 153-163.
- Sugiyono, D. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan.
- Sukma, D. R. A., Putra, H. B., & Sutejo, B. (2023). Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik Halal oleh Konsumen Muda. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 833-851.
- Sulystio, K., Inda, T., Rahma, F., & Inayah, N. (2024). *Analysis of Implementation of Electronic-based Parking Retributions (E- Parking) to Medan City Regional Revenue Analisis Penerapan Retribusi Parkir Berbasis Elektronik (E-Parkir) Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Medan*. 3(2), 59–71.
- Sunarya, M. E., Munawati, M., Ridwan, M., Rahmawati, N. F., & Putri, N. P. (2024). Pengaruh Penggunaan Transaksi Qris Terhadap Generasi Milenial. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(6), 572-579.
- Sharma, G. (2017). Pros and cons of different sampling techniques. *International Journal of Applied Research*, 3(7), 749–752.
- T. Sativa Nazlia1, danialsyah, M. faisal. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Juru Parkir Pada Penerapan E-Parking Di Jalan Palangkaraya Kota Medan. *Jurnal Hukum Dan Kemasyarakatan Al-Hikmah* Vol. 4, No. 3, September 2023, 4(3), 852–871
- Yuliana, Y., Arwin, A., Weny, W., Lo, C., & Kuan, J. (2022). Analisis Niat Konsumen dalam menggunakan QRIS Dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal E-Bis*, 6(2), 680–690. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.1032>