

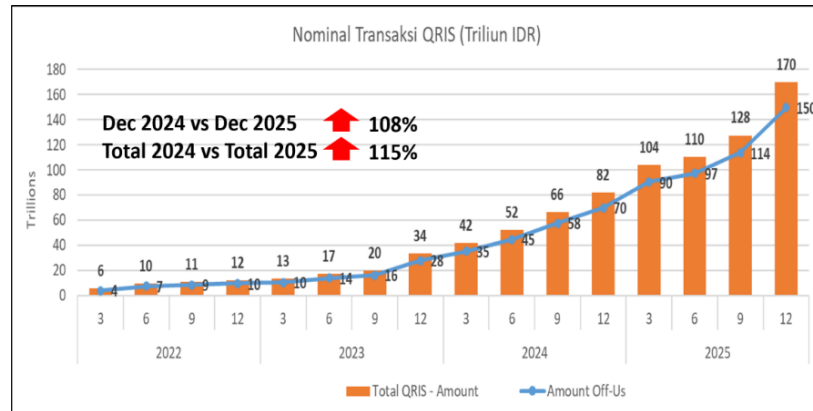
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era globalisasi sekarang perkembangan teknologi digital yang sangat pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, khususnya dalam bidang ekonomi dan bisnis. Salah satu perubahan yang paling signifikan adalah transformasi sistem pembayaran. Transaksi yang sebelumnya dilakukan secara tunai kini mulai beralih ke sistem non-tunai yang lebih praktis, cepat, dan efisien. Salah satu inovasi dalam sistem pembayaran digital di Indonesia adalah *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). QRIS merupakan standar kode QR nasional yang dikembangkan oleh Bank Indonesia untuk mengintegrasikan berbagai metode pembayaran digital ke dalam satu sistem yang mudah digunakan. Dengan QRIS, konsumen hanya perlu memindai satu kode QR untuk melakukan pembayaran melalui aplikasi dompet digital atau mobile banking.

Penggunaan QRIS di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat. Berdasarkan data dari Bank Indonesia, jumlah pengguna QRIS pada tahun 2025 mencapai sekitar 59,53 juta pengguna, dengan jumlah merchant lebih dari 42 juta yang didominasi oleh pelaku UMKM. Selain itu, volume transaksi QRIS pada semester I tahun 2025 tercatat mencapai sekitar 6,05 miliar transaksi dengan nilai transaksi sebesar Rp579 triliun. Tingginya angka tersebut menunjukkan bahwa QRIS telah menjadi salah satu metode pembayaran yang banyak digunakan dalam aktivitas ekonomi masyarakat sehari-hari, termasuk pada sektor usaha *Coffee Shop* (Bank Indonesia, 2025).



**Gambar 1. 1 Pertumbuhan Transaksi QRIS di Indonesia (2022-2025)**

*Sumber: Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI)*

Dari gambar 1.1 di atas dapat kita lihat penggunaan QRIS terus mengalami pertumbuhan yang signifikan. Sejak awal diluncurkan oleh Bank Indonesia (BI) dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) pada 17 Agustus 2019 QRIS terus mengalami peningkatan sampai saat ini.

Penggunaan QRIS dinilai mampu memberikan berbagai kemudahan bagi konsumen maupun pelaku usaha, terutama dari segi kecepatan, kemudahan, efisiensi, dan transparansi dalam bertransaksi. Dengan sistem ini, proses pembayaran dapat dilakukan dalam hitungan detik tanpa harus menggunakan uang tunai, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan konsumen, (ASPI, 2025). Sementara itu, bagi pelaku usaha, QRIS dapat meningkatkan efisiensi operasional, mempermudah pencatatan transaksi, serta memperluas jangkauan pasar karena dapat melayani berbagai metode pembayaran, (Link, 2024).

Namun, meskipun QRIS menawarkan berbagai keunggulan, tidak semua konsumen merasakan manfaat tersebut secara optimal. dalam praktiknya masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh pengguna. Beberapa diantaranya adalah gangguan jaringan, proses yang terkadang lambat, atau kurangnya pemahaman pengguna terhadap sistem pembayaran digital. Hal ini menunjukkan

bahwa efektivitas penggunaan QRIS masih perlu dikaji lebih lanjut, terutama dalam kaitannya dengan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen.

Selain metode pembayaran, faktor lain yang sangat memengaruhi perilaku konsumen adalah kualitas pelayanan. Dalam dunia bisnis, khususnya pada sektor jasa seperti *coffee shop*, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang. (Menurut Tjiptono, 2005), definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang diberikan dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaian agar dapat memenuhi harapan dan keputusan pelanggan tersebut, dikatakan bahwa *service quality* atau kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

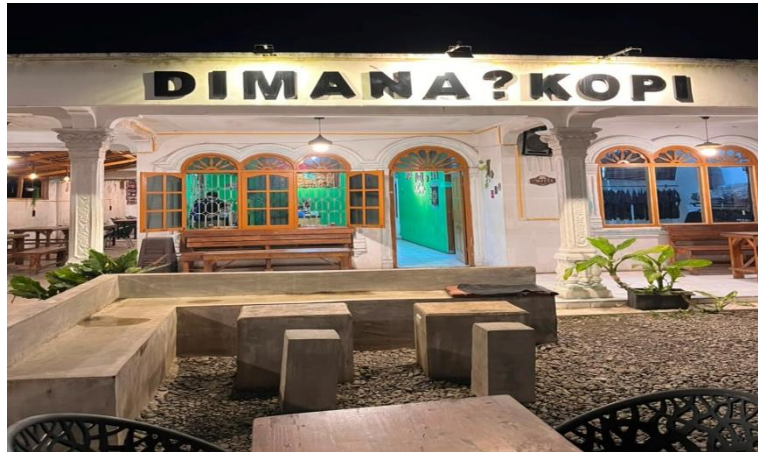
Kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek, seperti kecepatan dalam melayani, keramahan karyawan, ketepatan dalam memberikan layanan, serta kenyamanan fasilitas yang disediakan. Menurut konsep *service quality*, kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama, yaitu reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Kelima dimensi ini menjadi indikator penting dalam menilai sejauh mana suatu perusahaan mampu memenuhi harapan pelanggan.

Apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen, seperti pelayanan yang lambat, kurang ramah, atau fasilitas yang kurang memadai, maka hal tersebut dapat menurunkan kepuasan pelanggan dan berdampak pada keputusan pembelian. Sebaliknya, pelayanan yang baik akan menciptakan

pengalaman positif sehingga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Keputusan pembelian sendiri merupakan tahap akhir dari proses yang dilakukan konsumen sebelum membeli suatu produk atau jasa. Menurut (Apriyono, 2022), keputusan pembelian merupakan sebuah tahapan dalam pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen melakukan kegiatan pembelian yang sesungguhnya. Dalam hal ini, keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan, tetapi juga oleh berbagai pertimbangan seperti pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan tempat, waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran. Oleh karena itu, pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian menjadi sangat penting bagi pelaku usaha dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif.

Keputusan pembelian sangat mempengaruhi hasil penjualan pada usaha menengah seperti *Coffee Shop* yang dimana perkembangan kopi pada saat ini tidak hanya terjadi secara umum di Indonesia, tetapi juga khusus terjadi di Kota Kisaran Provinsi Sumatera Utara. Seiring dengan meningkatkannya jumlah *Coffee Shop* di Kota Kisaran “DIMANA?KOPI” menjadi salah satu pilihan yang tepat, karna tempat yang nyaman serta waktu pembelian yang fleksibel bisa menjadi pilihan bagi konsumen dalam menikmati pengalaman di *coffee shop*. Tidak hanya itu, DIMANA?KOPI juga mampu menciptakan pengalaman konsumsi yang menyenangkan melalui pelayanan yang baik serta fasilitas yang baik. Hal ini menjadikan *Coffee Shop* tersebut tidak sekadar tempat untuk menikmati minuman, tetapi juga sebagai ruang sosial yang memberikan nilai tambah bagi pelanggan.



**Gambar 1. 2 Lokasi DIMANA?KOPI**

*Sumber : Peneliti 2026*

Dari gambar 1.2 di atas dapat kita lihat bahwa *Coffee Shop* “DIMANA?KOPI” memiliki fasilitas dan lingkungan yang nyaman bagi konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan tersedianya area tempat duduk yang tertata rapi, suasana yang tenang, serta area parkir yang cukup luas sehingga memberikan kemudahan bagi pelanggan yang datang. Selain itu, *Coffee Shop* ini juga dikenal sebagai salah satu tempat yang beroperasi hingga pagi hari, sehingga menjadi pilihan bagi konsumen yang membutuhkan tempat untuk bersantai, bekerja, maupun berkumpul dalam waktu yang lebih fleksibel.

*Coffee Shop* DIMANA?KOPI yang berada di Kota Kisaran yang berdiri sejak 21 Maret 2024. DIMANA?KOPI terletak Jl. Dasa Wisma, Selawan, Kabupaten Asahan, Sumatra Utara. DIMANA?KOPI merupakan salah satu usaha yang telah menerapkan sistem pembayaran QRIS serta berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. *Coffee Shop* DIMANA?KOPI di Kota Kisaran memiliki beberapa keunggulan yang menjadi daya tarik bagi konsumen. Salah satunya adalah jam operasional hingga pagi, hal ini jarang ditemukan pada *coffe shop* lainnya, sehingga dapat memenuhi kebutuhan sebagian kalangan konsumen, baik remaja maupun dewasa. Selain itu, lokasi yang strategis dan

mudah diakses serta harga yang relatif terjangkau menjadikan *Coffee Shop* ini diminati oleh masyarakat. DIMANA?KOPI juga menawarkan suasana yang nyaman dan cocok untuk bersantai, belajar, maupun bekerja. Tidak hanya itu, penggunaan metode pembayaran digital seperti QRIS menunjukkan bahwa *Coffee Shop* ini telah mengikuti perkembangan teknologi, sehingga memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam bertransaksi. Kombinasi keunggulan tersebut menjadikan Dimana?Kopi sebagai salah satu pilihan tempat nongkrong yang menarik di Kota Kisaran.

Dalam bisnis *Coffee Shop* yang semakin berkembang pesat, persaingan antara pelaku usaha menjadi semakin ketat. Setiap *Coffee Shop* harus mampu untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan, baik melalui inovasi produk, penggunaan teknologi, maupun peningkatan kualitas pelayanan. Konsumen saat ini tidak hanya mencari produk yang berkualitas, tetapi juga menginginkan pengalaman yang menyenangkan selama berada di tempat tersebut. kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Pelayanan yang baik tidak hanya dilihat dari hasil akhir, tetapi juga dari proses interaksi antara karyawan dan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

Untuk memperkuat pemahaman mengenai sejauh mana metode pembayaran QRIS dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada *Coffee Shop* “DIMANA?KOPI” di Kota Kisaran, maka peneliti telah melakukan pra survey dengan melibatkan 30 responden yang merupakan konsumen pada *Coffee Shop* “Dimana?Kopi” di Kota Kisaran. Hasil dari pra survey tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini, yaitu:

**Tabel 1. 1 Pra Survey**

| Pertanyaaan                                                                                    | Ya |        | Tidak |       | Jumlah |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----|--------|-------|-------|--------|------|
|                                                                                                | F  | %      | F     | %     | F      | %    |
| Saya merasa pembayaran menggunakan QRIS di <i>Coffee Shop</i> DIMANA?KOPI mudah digunakan.     | 25 | 83,33% | 5     | 16,7% | 30     | 100% |
| Kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan saya untuk membeli di <i>cofee shop</i> DIMANA?KOPI. | 27 | 90%    | 3     | 10%   | 30     | 100% |
| Pembayaran QRIS di <i>Coffee Shop</i> DIMANA?KOPI membuat transaksi menjadi lebih cepat.       | 24 | 80%    | 6     | 20%   | 30     | 100% |
| Pelayan memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.                                         | 24 | 80%    | 6     | 20%   | 30     | 100% |
| Saya tertarik membeli kembali di <i>cofee shop</i> DIMANA?KOPI yang menyediakan QRIS.          | 27 | 93%    | 3     | 7%    | 30     | 100% |

*Sumber: Olahan Penulis 2026*

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan terhadap konsumen *Coffee Shop* DIMANA?KOPI di Kota Kisaran, dapat diketahui bahwa perkembangan sistem pembayaran digital dan kualitas pelayanan menjadi aspek yang diperhatikan oleh konsumen dalam melakukan pembelian. Penggunaan metode pembayaran QRIS dan kualitas pelayanan memperoleh hasil yang cukup baik dimana konsumen *Coffee Shop* DIMANA?KOPI rata-rata menjawab pertanyaan Ya atau setuju dengan pra survey yang dilakukan. Meskipun masih terdapat sebagian kecil konsumen yang menilai bahwa kemudahan transaksi maupun kualitas pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya sesuai dengan harapan mereka. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat perbedaan persepsi di antara konsumen mengenai manfaat penggunaan QRIS dan kualitas pelayanan yang diterima. Apabila hal ini tidak menjadi perhatian bagi pihak perusahaan,

maka dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen serta loyalitas mereka di masa mendatang.

Dengan semakin meningkatnya persaingan bisnis *coffee shop*, perusahaan dituntut untuk mampu memberikan kemudahan dalam bertransaksi serta kualitas pelayanan yang optimal guna mempertahankan konsumen dan menarik konsumen baru. Oleh karena itu, penggunaan metode pembayaran QRIS dan kualitas pelayanan menjadi faktor yang penting untuk diperhatikan karena keduanya diduga dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh penggunaan metode pembayaran QRIS dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada *Coffee Shop* DIMANA?KOPI di Kota Kisaran.

Konsumen saat ini cenderung menginginkan proses pembayaran yang cepat, praktis, dan aman, sehingga penggunaan metode pembayaran non-tunai seperti *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) semakin banyak diterapkan oleh pelaku usaha. Kehadiran QRIS memberikan kemudahan bagi konsumen karena transaksi dapat dilakukan hanya dengan memindai kode QR melalui aplikasi pembayaran digital yang dimiliki. Namun, pada praktiknya masih terdapat beberapa kendala seperti gangguan jaringan internet, proses pemindaian yang terkadang lambat, serta masih adanya konsumen yang lebih terbiasa menggunakan uang tunai sehingga pemanfaatan QRIS belum sepenuhnya optimal. Selain kemudahan transaksi, kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Persaingan bisnis *Coffee Shop* yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya menyediakan produk yang berkualitas, tetapi juga memberikan pelayanan yang cepat, ramah,

tanggap, dan mampu memenuhi harapan konsumen. Kenyataannya, masih ditemukan adanya konsumen yang mengeluhkan waktu pelayanan yang relatif lama, kurangnya responsivitas karyawan, serta pelayanan yang belum konsisten terutama pada saat jumlah pengunjung meningkat. Kondisi tersebut dapat memengaruhi tingkat kepuasan konsumen dan berdampak pada keputusan pembelian maupun minat pembelian ulang.

Berdasarkan hasil diatas, konsumen *Coffee Shop* DIMANA?KOPI Kisaran Sumatra Utara, diketahui bahwa sebagian besar konsumen menilai penggunaan QRIS telah memberikan kemudahan dan mempercepat transaksi serta kualitas pelayanan yang diberikan telah memengaruhi keputusan pembelian mereka. Dengan adanya perbedaan persepsi tersebut menunjukkan adanya fenomena yang menarik untuk diteliti, yaitu apakah penggunaan metode pembayaran QRIS dan kualitas pelayanan benar-benar mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada *Coffee Shop* DIMANA?KOPI Kisaran Sumatra Utara sehingga mereka tetap loyal dan ingin terus menjadi konsumen pada *coffe shop* tersebut.

Fenomena yang terjadi pada *Coffee Shop* Dimana?Kopi di Kota Kisaran menunjukkan adanya dinamika perilaku konsumen dalam proses transaksi dan pengambilan keputusan pembelian. Meskipun pihak *Coffee Shop* telah menyediakan fasilitas pembayaran berbasis digital melalui QRIS sebagai bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi keuangan, pada kenyataannya masih terdapat variasi preferensi di kalangan konsumen dalam memilih metode pembayaran. Sebagian konsumen cenderung memanfaatkan kemudahan dan kepraktisan QRIS, sementara sebagian lainnya masih mempertahankan penggunaan metode pembayaran konvensional seperti tunai.

Selain itu, fenomena lain yang juga terlihat adalah adanya perbedaan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Coffee Shop* tersebut. Perbedaan ini dapat dipengaruhi oleh berbagai aspek, seperti kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, kenyamanan tempat, serta kemampuan dalam memenuhi harapan konsumen. Persepsi yang beragam terhadap kualitas pelayanan ini secara langsung maupun tidak langsung turut memengaruhi tingkat kepuasan dan keputusan pembelian konsumen.

Dengan adanya kondisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan fasilitas pembayaran digital seperti QRIS, tetapi juga oleh kualitas pelayanan yang dirasakan. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan analisis lebih mendalam guna mengetahui sejauh mana pengaruh penggunaan metode pembayaran QRIS dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Coffee Shop* Dimana?Kopi di Kota Kisaran.

Dengan adanya fenomena tersebut, penelitian ini menjadi relevan untuk dilakukan guna memberikan gambaran nyata mengenai perilaku konsumen dalam konteks digitalisasi pembayaran dan kualitas pelayanan pada industri *coffee shop*, khususnya di DIMANA?KOPI Kota Kisaran, Sumatra Utara. Penelitian ini berusaha mengkaji lebih dalam terkait keputusan pembelian pada *Coffee Shop* DIMANA?KOPI, dengan melakukan *survey* kepuasan pelanggan pada konsumen yang telah melakukan keputusan pembelian pada *coffe shop* tersebut melalui observasi secara langsung dan juga melalui kuisioner yang disebarkan secara langsung melalui *Google form*. Oleh karena itu, diharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata dan berperan dalam pengembangan teori

metode pembayaran dan kepuasan pelayanan, khususnya dalam aspek pengambilan keputusan pembelian.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah penggunaan metode pembayaran QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di *Coffee Shop* DIMANA?KOPI Kisaran, Sumatra Utara?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di *Coffee Shop* DIMANA?KOPI Kisaran, Sumatra Utara?
3. Apakah penggunaan metode pembayaran QRIS dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di *Coffee Shop* DIMANA?KOPI Kisaran, Sumatra Utara?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan metode pembayaran QRIS terhadap keputusan pembelian konsumen di *Coffee Shop* DIMANA?KOPI Kisaran, Sumatra Utara.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di *Coffee Shop* DIMANA?KOPI Kisaran, Sumatra Utara.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan metode pembayaran QRIS dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap

keputusan pembelian konsumen di *Coffee Shop* DIMANA?KOPI Kisaran, Sumatra Utara.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu:

##### **1.4.1 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan sistem pembayaran digital seperti QRIS dan kualitas pelayanan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen di sektor usaha coffee shop.

##### **1.4.2 Manfaat Teoritis**

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan bagi sektor usaha *Coffee Shop* dalam meningkatkan kualitas pelayanan serta optimalisasi penggunaan metode pembayaran QRIS guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
2. Penelitian ini dapat menjadi referensi dalam menerapkan sistem pembayaran digital dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk menarik minat beli konsumen.
3. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan perbandingan dalam penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian, sistem pembayaran digital, dan kualitas pelayanan.