

BAB II

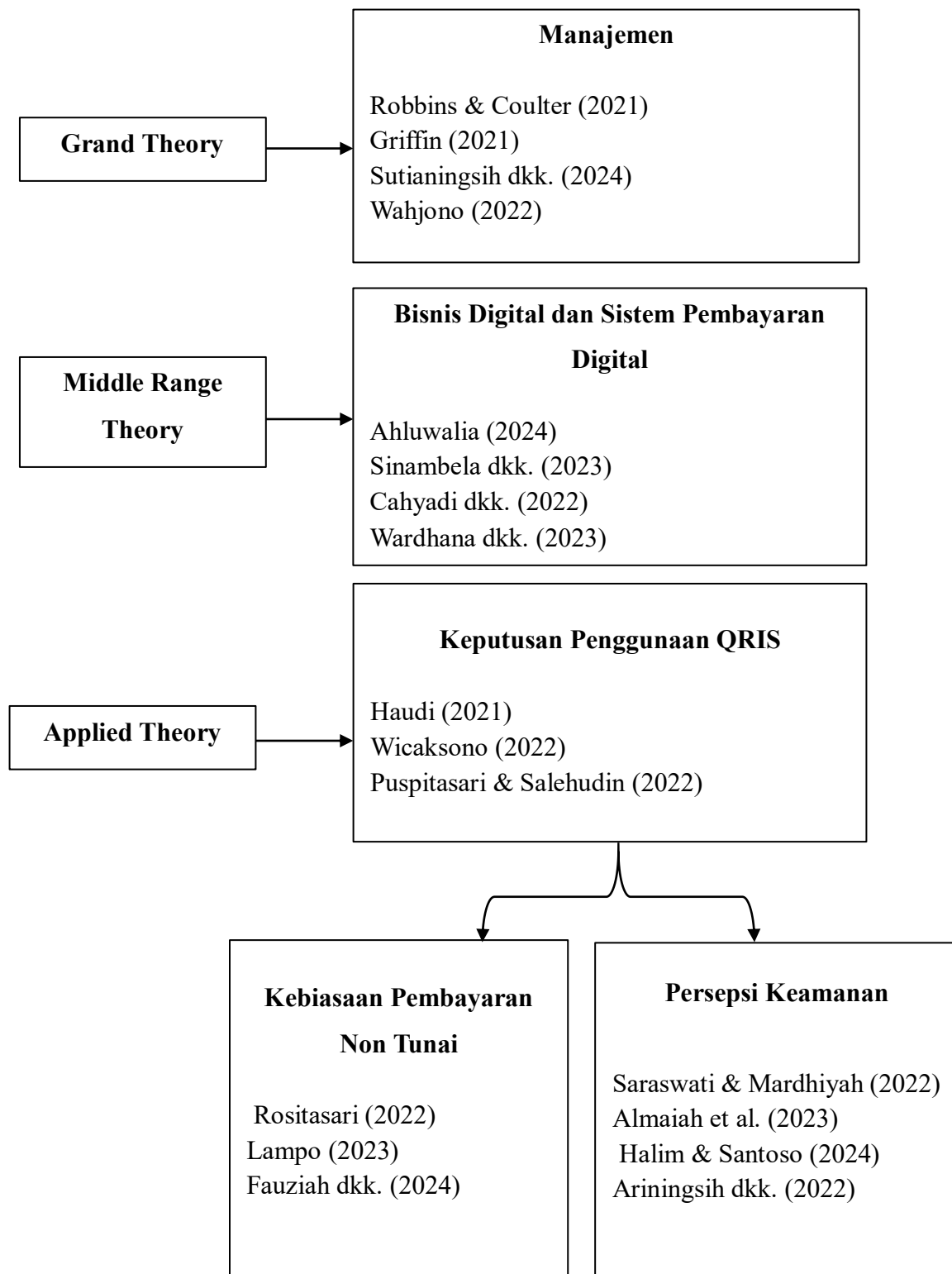
KAJIAN PUSTAKA , KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini penulis akan memaparkan teori-teori yang berhubungan dengan masalah-masalah yang dihadapi. Disesuaikan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yaitu, kebiasaan pembayaran non tunai, persepsi keamanan, dan keputusan penggunaan QRIS. Sehingga, dalam kajian pustaka ini dapat mengemukakan secara menyeluruh teori-teori yang relevan dengan variabel permasalahan yang terjadi. Teori-teori dalam penelitian ini memuat kajian ilmiah dari para ahli.

2.1.1 Landasan Teori yang Digunakan

Peneliti menggunakan berbagai sumber dan literatur seperti buku maupun referensi lain sebagai landasan teori. Teori-teori yang diterapkan dalam penelitian ini dikelompokkan kedalam tiga teori yaitu *grand theory*, *middle theory*, dan *applied theory*. Selain landasan teori dilakukan juga hasil penelitian sebelumnya dari jurnal-jurnal yang mendukung sebagai acuan referensi peneliti. Judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah kebiasaan pembayaran non tunai dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Pada halaman berikutnya, akan disajikan diagram yang menggambarkan landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini.



Gambar 2. 1
Kerangka Landasan Teori

2.1.2 Manajemen

Manajemen merupakan proses mengarahkan dan mengkoordinasikan manusia serta sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan. Proses ini meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian agar aktivitas berjalan efektif dan efisien. Manajemen menuntut pengambilan keputusan, pembagian tugas, pengawasan, serta evaluasi berkelanjutan sehingga kegiatan sesuai rencana dan mampu menyesuaikan perubahan. Dengan manajemen, organisasi dapat memanfaatkan informasi, waktu, dan biaya secara optimal untuk meningkatkan kinerja dan hasil. Hal ini membantu menciptakan koordinasi, disiplin dan pencapaian target konsisten di lapangan.

2.1.2.1 Pengertian Manajemen

Manajemen pada dasarnya menjelaskan apa yang dimaksud dengan kegiatan mengelola organisasi agar tujuan tercapai. Definisi yang tepat penting karena menjadi rujukan untuk membedakan manajemen sebagai proses, sebagai kemampuan (seni), dan sebagai kumpulan prinsip ilmiah. Dalam konteks penelitian, definisi manajemen membantu menyusun kerangka berpikir, menetapkan batasan variabel, serta merumuskan indikator yang dapat diukur. Definisi juga menegaskan bahwa pengelolaan harus dilakukan secara terencana, terkoordinasi, dan dapat dievaluasi untuk mencapai efektivitas serta efisiensi organisasi. Karena itu, pemahaman definisi manajemen perlu dirujuk dari ahli agar sudut pandang konsep menjadi lebih lengkap.

Untuk memperkuat konsep tersebut berikut beberapa definisi manajemen menurut para ahli. Wahjono (2022:3) menyatakan bahwa “manajemen adalah serangkaian langkah yang terpadu yang mengembangkan suatu organisasi sebagai suatu sistem.” Definisi ini menekankan manajemen sebagai rangkaian langkah terintegrasi, sehingga aktivitas organisasi tidak berjalan parsial, melainkan sebagai satu kesatuan sistem. Sedangkan Robbins dan Coulter (2021:37) menjelaskan bahwa:

“Management involves coordinating and overseeing the work activities of others so that their activities are completed efficiently and effectively.”
Kutipan ini menegaskan esensi manajemen pada koordinasi dan pengawasan kerja orang lain, dengan penekanan hasil akhir berupa efisiensi dan efektivitas.

Menurut Griffin (2021:3) menyatakan bahwa:

“Management can be defined as a set of activities (including planning and decision making, organizing, leading, and controlling).”

Definisi ini menonjolkan manajemen sebagai seperangkat aktivitas inti yang membentuk proses pengelolaan organisasi, sehingga tujuan dapat dicapai melalui tahapan yang jelas dan terarah.

Sutianingsih dkk. (2024:1) menyebutkan bahwa:

“manajemen adalah proses yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian dalam rangka mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Definisi ini memperkuat bahwa manajemen berkaitan dengan proses pengelolaan kegiatan organisasi secara sistematis melalui fungsi-fungsi utama manajemen.

Berdasarkan definisi para ahli di atas, manajemen dapat dipahami sebagai rangkaian aktivitas terencana yang mengarahkan organisasi mencapai tujuan melalui pemanfaatan sumber daya. Manajemen menuntut koordinasi kerja orang lain, pengambilan keputusan, serta fungsi perencanaan, pengorganisasian,

pengarahan, dan pengendalian. Kesamaan makna tersebut menegaskan bahwa manajemen bukan hanya konsep teoretis, tetapi juga pedoman praktis dalam memastikan kegiatan organisasi berjalan efektif dan efisien untuk mencapai tujuan.

2.1.2.2 Fungsi Manajemen

Fungsi manajemen merupakan kerangka dasar yang digunakan oleh manajer dalam mengelola sumber daya organisasi. Menurut Robbins & Coulter (2021:38), manajemen mencakup empat fungsi utama, yaitu perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian. Keempat fungsi ini saling melengkapi dan menjadi pedoman dalam mengarahkan aktivitas organisasi agar tujuan dapat dicapai secara efektif dan efisien.

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah proses penetapan tujuan organisasi serta strategi yang paling tepat untuk mencapainya. Tahap ini melibatkan analisis kondisi masa depan, penentuan prioritas, serta pemilihan alternatif keputusan. Perencanaan yang baik memberikan arah yang jelas, mengurangi ketidakpastian, dan memastikan penggunaan sumber daya secara optimal.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Setelah tujuan dan rencana ditetapkan, manajer menyusun struktur organisasi yang efektif. Fungsi pengorganisasian mencakup pembagian tugas, penetapan hierarki, serta koordinasi antarunit kerja. Dengan pengorganisasian yang tepat, setiap individu mengetahui peran dan tanggung jawabnya sehingga tercipta sinergi dalam pelaksanaan strategi organisasi.

3. Kepemimpinan (*Leading*)

Kepemimpinan berkaitan dengan kemampuan manajer dalam memotivasi, mengarahkan, dan memengaruhi anggota organisasi agar bekerja dengan semangat tinggi. Kepemimpinan yang efektif mencakup komunikasi yang jelas, pemberian motivasi, serta penciptaan budaya kerja yang positif. Melalui kepemimpinan, visi organisasi dapat diterjemahkan menjadi tindakan nyata oleh seluruh anggota tim.

4. Pengendalian (*Controlling*)

Pengendalian adalah proses pemantauan dan evaluasi terhadap pelaksanaan rencana organisasi. Manajer harus memastikan bahwa kegiatan berjalan sesuai standar yang telah ditetapkan. Jika terjadi penyimpangan, tindakan korektif segera dilakukan agar organisasi tetap berada pada jalur yang benar. Fungsi ini penting untuk menjaga konsistensi kinerja dan memastikan pencapaian target sesuai waktu yang direncanakan.

Berdasarkan pemaparan tersebut, fungsi manajemen mencakup perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian sebagai satu rangkaian aktivitas yang saling terhubung. Keempat fungsi ini membantu manajer menetapkan arah, menyusun sumber daya, menggerakkan anggota organisasi, serta memastikan pelaksanaan berjalan sesuai tujuan melalui proses pemantauan, pembandingan, dan tindakan korektif. Dalam praktiknya, fungsi-fungsi tersebut dapat dilakukan secara fleksibel dan tidak selalu berurutan.

2.1.2.3 Unsur Manajemen

Dalam melaksanakan fungsi manajemen, sebuah organisasi atau perusahaan membutuhkan sumber daya yang dikenal sebagai unsur manajemen. Masing-masing unsur ini merupakan satu kesatuan yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan. Menurut Mulyadi & Winarso (2020:6), unsur- unsur manajemen tersebut terdiri dari:

1. Manusia

Sumber daya manusia adalah unsur paling utama untuk menjalankan fungsi manajemen karena semua kegiatan dilaksanakan oleh manusia. Mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan dikerjakan oleh manusia. Mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan dikerjakan oleh manusia. Jadi jika unsur manusia tidak terpenuhi maka tidak akan pernah ada aktivitas dalam organisasi atau perusahaan.

2. Uang

Uang merupakan alat tuker sekaligus alat ukur nilai. Besar kecilnya sebuah kegiatan dalam perusahaan dapat diukur melalui seberapa besar uang yang dikeluarkan untuk menanggung biayanya. Tersedianya uang sebagai modal membuat manajemen lebih leluasa dalam mencapai tujuan akhir perusahaan. Oleh karena itu uang merupakan alat (*tools*) yang penting untuk mencapai tujuan karena segala sesuatu harus diperhitungkan secara rasional. Hal ini akan berhubungan dengan berapa uang yang harus disediakan untuk membiayai gaji tenaga kerja, alat-alat yang dibutuhkan dan harus dibeli serta berapa hasil yang akan dicapai dari suatu organisasi .

3. Material

Selain ketersediaan Sumber Daya Manusia, fungsi manajemen juga membutuhkan material untuk mencapai tujuan. Material ini merupakan bahan baku, dapat berupa barang jadi atau barang setengah jadi.

4. Mesin

Dengan keberadaan mesin, proses pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien sehingga mesin dan manusia tidak bisa dipisahkan selama perusahaan menjalankan kegiatannya.

5. Metode

Untuk memperlancar pekerjaan, diperlukan sebuah tata cara pelaksanaan kerja yang dikenal dengan *Standar Operating Procedure* (SOP). Metode ini digunakan untuk pelaksanaan kerja dengan mempertimbangkan tujuan, waktu, biaya, dan fasilitas yang ada agar lebih efektif dan efisien.

6. Pasar

Pasar adalah unsur untuk menentukan apakah produk atau jasa yang dikeluarkan oleh perusahaan diminati oleh pasar. Untuk menentukan pasar perlu dilakukan kajian secara mendalam sehingga produk tepat sasaran.

Berdasarkan uraian unsur-unsur manajemen tersebut, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan pelaksanaan fungsi manajemen sangat bergantung pada pengelolaan sumber daya yang saling berkaitan, yaitu manusia, uang, material, mesin, metode, dan pasar. Setiap unsur memiliki peran penting dan tidak dapat berdiri sendiri, karena kekurangan atau ketidaksempurnaan satu unsur akan memengaruhi kinerja unsur lainnya. Oleh karena itu, pengelolaan unsur-unsur

manajemen secara terpadu dan seimbang menjadi kunci utama dalam mendukung pencapaian tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

2.1.3 Bisnis Digital

Bisnis digital merupakan transformasi kegiatan bisnis yang memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi untuk menciptakan nilai tambah, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperluas jangkauan pasar. Secara mendasar, bisnis digital tidak hanya sekedar memindahkan transaksi konvensional ke platform daring (*online*), melainkan melibatkan perubahan strategi secara menyeluruh dalam cara organisasi berinteraksi dengan konsumen, mengelola data, dan menjalankan rantai pasok.

2.1.3.1 Pengertian Bisnis Digital

Bisnis digital adalah usaha yang memanfaatkan teknologi dan media digital untuk menjalankan serta mengintegrasikan proses bisnis, sehingga aktivitas operasional dan pemasaran menjadi lebih efisien dan jangkauan pasar semakin luas.

Berikut pengertian bisnis digital menurut para ahli:

Menurut Ahluwalia (2024:91) dijelaskan bahwa:

“Digital business is the creation of new business designs by blurring the digital and physical worlds. It promises to usher in an unprecedented convergence of people, business, and things that disrupts existing business models – even those born of the internet and e-business eras.”

Definisi ini menekankan bahwa bisnis digital adalah penciptaan desain bisnis baru dengan mengaburkan batas antara dunia digital dan fisik,

sehingga mampu mendisrupsi model bisnis lama dan menghadirkan konvergensi manusia, bisnis, serta teknologi.

Menurut Sinambela dkk.(2023:9) yang menekankan bahwa:

"Bisnis digital adalah cara bisnis yang menggunakan teknologi dan media digital sebagai usaha untuk meningkatkan daya saing organisasi melalui proses internal yang optimal dengan saluran online maupun tradisional untuk memasarkan serta memasok."

Sedangkan menurut Cahyadi dkk.(2022:3) bisnis digital ialah aktivitas promosi baik itu untuk sebuah brand ataupun produk menggunakan media elektronik. Definisi ini menekankan bahwa bisnis digital berorientasi pada pemanfaatan media digital untuk komunikasi, pemasaran, dan penciptaan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

Dari berbagai definisi di atas dapat disimpulkan bahwa bisnis digital adalah aktivitas usaha yang memanfaatkan teknologi dan media digital untuk menciptakan nilai tambah, meningkatkan daya saing, serta mendisrupsi model bisnis tradisional. Bisnis digital tidak hanya berfokus pada transaksi online, tetapi juga mencakup integrasi menyeluruh teknologi digital dalam strategi, operasional, dan promosi organisasi. Dengan kata lain, bisnis digital merupakan transformasi komprehensif yang menghubungkan dunia fisik dan digital untuk menghasilkan inovasi serta pengalaman pelanggan yang lebih optimal.

2.1.3.2 Unsur-Unsur Bisnis Digital

Menurut Cahyadi dkk. (2022:4), bisnis digital memiliki sejumlah unsur penting yang membentuk ekosistemnya. Unsur-unsur tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pelaku Bisnis

Meliputi organisasi, produsen, atau perusahaan, supplier, rekan bisnis, serta konsumen. Para pelaku ini berperan sebagai subjek utama yang menjalankan, mendukung, dan transaksi digital.

2. Alat, Media, atau Sumber Daya yang Digunakan

Berupa teknologi informasi dan komunikasi, seperti komputer, internet, serta perangkat digital lainnya. Unsur ini menjadi infrastruktur dasar yang memungkinkan terjadinya interaksi dan transaksi secara digital.

3. Kegiatan dan Sasarannya

Mencakup aktivitas bisnis seperti pelayanan, penjualan, transaksi, serta operasi bisnis utama. Unsur ini menekankan bahwa bisnis digital tidak hanya berorientasi pada transaksi daring, tetapi juga pada keseluruhan proses bisnis yang terintegrasi.

4. Tujuan

Antara lain komunikasi, koordinasi, pengolahan organisasi, transformasi proses bisnis, serta berbagi informasi. Unsur ini menunjukkan bahwa bisnis digital bertujuan meningkatkan efisiensi, memperkuat.

Berdasarkan uraian tersebut, unsur- unsur bisnis digital menunjukkan bahwa aktivitas usaha berbasis digital terbentuk melalui keterlibatan pelaku bisnis,

dukungan usaha berbasis digital terbentuk melalui keterlibatan pelaku bisnis, dukungan infrastruktur teknologi, rangkaian kegiatan bisnis yang terintegrasi, serta tujuan organisasi yang berorientasi pada peningkatan komunikasi, koordinasi, dan efisiensi proses. Dengan demikian, bisnis digital tidak hanya menekankan transaksi daring, tetapi juga transformasi menyeluruh terhadap cara organisasi mengelola operasi dan menciptakan nilai tambah melalui pemanfaatan teknologi.

2.1.3.3 Sistem Pembayaran Digital

Sistem pembayaran digital merupakan upaya untuk mengalihkan metode transaksi dari uang tunai ke non tunai (*cashless*) berbasis platform elektronik. Menurut Wardhana dkk. (2023:126) mengategorikan bahwa sistem pembayaran digital melibatkan beberapa komponen utama agar transaksi dapat berjalan aman dan lancar, yaitu:

1. Alat pembayaran

yaitu perangkat/instrumen yang digunakan untuk memungkinkan transaksi keuangan, seperti mobile banking, e-wallet, e-money, QRIS, dan lainnya.

2. Saluran pembayaran

yaitu media akses untuk menyelesaikan pembayaran, misalnya ATM, kartu debit, kartu kredit, EDC, aplikasi mobile banking, dan lain-lain.

3. Jaringan lembaga

yaitu pihak-pihak yang memfasilitasi proses sistem pembayaran (misalnya bank sentral, bank lokal, penyedia layanan jaringan, dan pihak lain), dengan bank sentral berperan sebagai regulator, operator, dan pengawas sistem pembayaran.

4.Mekanisme operasional

yaitu mekanisme yang menjamin proses transaksi keuangan berjalan lancar dan aman serta memastikan dana dari pihak pengirim dapat diterima dengan aman oleh pihak penerima; contoh mekanisme di Indonesia antara lain SKNBI (Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia) dan BI-RTGS (Bank Indonesia *Real Time Gross Settlement*) untuk memproses transaksi elektronik.

5.Infrastruktur teknis

yaitu dukungan teknis agar pembayaran digital berlangsung aman dan lancar, meliputi *hardware* dan *software*, jaringan komputer, komunikasi, dan sistem cadangan; contohnya mesin EDC, komputer, dan smartphone.

6.Perangkat hukum

yaitu dukungan regulasi yang mengatur transaksi serta pihak terkait; perangkat hukum membantu mengatur jenis pembayaran digital, pihak yang terlibat, dan proses penyelesaian transaksi, sehingga sistem berjalan lancar dan aman.

7.Pengguna

yaitu pihak yang memulai dan menyelesaikan transaksi; tanpa pengguna transaksi pembayaran digital tidak terjadi, dan komunikasi antar pengguna mendukung penyelesaian transaksi secara cepat dan aman.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa sistem pembayaran digital merupakan sistem transaksi non tunai berbasis elektronik yang dirancang untuk menggantikan penggunaan uang tunai secara lebih efisien dan aman. Sistem ini tidak hanya bergantung pada alat pembayaran digital semata, tetapi juga didukung oleh saluran pembayaran, jaringan lembaga, mekanisme operasional,

infrastruktur teknis, perangkat hukum, serta peran pengguna sebagai pelaku transaksi. Keterpaduan seluruh komponen tersebut menjadi faktor penting dalam menjamin kelancaran, keamanan, dan keandalan proses transaksi pembayaran digital dalam kegiatan ekonomi modern.

2.1.4 Keputusan Penggunaan QRIS

Keputusan penggunaan QRIS merupakan hasil akhir dari pertimbangan UMKM dalam menentukan apakah QRIS akan digunakan atau disediakan sebagai metode pembayaran dalam aktivitas transaksi usaha. Keputusan ini muncul setelah UMKM menilai berbagai aspek, seperti kemudahan proses, rasa aman, kenyamanan, serta kesesuaian QRIS dengan kebutuhan dan kebiasaan transaksi usaha sehari-hari, sehingga UMKM memutuskan untuk menggunakan atau menyediakan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran non tunai.

2.1.4.1 Pengertian Keputusan Penggunaan QRIS

Keputusan penggunaan merupakan tahap ketika individu menilai berbagai alternatif sebelum menentukan tindakan tertentu, termasuk dalam memilih teknologi pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan transaksi. Menurut Haudi (2021:1), pengambilan keputusan (*decision making*) adalah melakukan penilaian dan menjatuhkan sebuah pilihan. Keputusan ini diambil setelah melalui beberapa perhitungan dan pertimbangan-pertimbangan dari berbagai alternatif yang tersedia. Definisi tersebut menunjukkan bahwa keputusan penggunaan QRIS merupakan hasil pertimbangan UMKM setelah menilai berbagai alternatif metode pembayaran.

Secara lebih spesifik dalam konteks adopsi teknologi, Wicaksono (2022:47) menjelaskan bahwa keputusan penggunaan diawali dari *intention to use* (niat penggunaan), yaitu kecenderungan perilaku individu untuk tetap menggunakan suatu teknologi yang telah diadopsi setelah adanya persepsi manfaat dan kemudahan yang dirasakan.

Sejalan dengan hal tersebut, Zarmou et al. (2012) dalam Puspitasari & Salehudin (2022) menyatakan bahwa:

“Behavioral intention is the possibility of consumers’ desire to use mobile payments.” Berdasarkan kutipan tersebut, *behavioral intention* dapat diartikan sebagai kecenderungan niat yang menggambarkan seberapa besar kemungkinan konsumen berkeinginan menggunakan metode pembayaran *mobile*. Pada penelitian ini, konsep niat penggunaan tersebut tidak diubah dari makna aslinya, tetapi disesuaikan dengan konteks penelitian, yaitu keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran non tunai pada transaksi UMKM.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa Keputusan Penggunaan QRIS adalah keputusan dalam menggunakan atau menyediakan QRIS sebagai metode pembayaran non tunai setelah mempertimbangkan alternatif metode pembayaran yang tersedia. Keputusan tersebut mencakup kesediaan untuk menggunakan QRIS dalam transaksi usaha, mempertahankan penggunaannya, serta menjadikan QRIS sebagai salah satu pilihan pembayaran yang mendukung kegiatan usaha.

2.1.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan QRIS

Keputusan penggunaan QRIS dipengaruhi oleh berbagai faktor yang membentuk keyakinan dan pertimbangan UMKM terhadap teknologi pembayaran digital. Mustofa dan Maula (2023:6716) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan QRIS meliputi:

1. Kegunaan

Kegunaan menunjukkan sejauh mana QRIS dianggap memberikan manfaat dalam aktivitas transaksi. Dalam konteks UMKM, kegunaan dapat dilihat dari manfaat QRIS dalam membantu proses pembayaran, mempercepat transaksi, dan menyediakan pilihan pembayaran non tunai bagi pelanggan.

2. Optimisme

Optimisme menunjukkan keyakinan bahwa teknologi pembayaran digital dapat memberikan dampak positif. Dalam konteks UMKM, optimisme berkaitan dengan keyakinan bahwa QRIS dapat mendukung kegiatan usaha dan mempermudah transaksi.

3. Inovasi

Inovasi menunjukkan keterbukaan terhadap teknologi baru. Dalam konteks pelaku UMKM, inovasi terlihat dari kesediaan pelaku usaha untuk menerima dan menggunakan QRIS sebagai bagian dari perkembangan sistem pembayaran digital.

4. Kenikmatan yang Dirasakan

Kenikmatan yang dirasakan berkaitan dengan pengalaman positif saat menggunakan QRIS. Dalam konteks UMKM, hal ini dapat dilihat dari rasa

nyaman, praktis, dan mudah ketika menerima atau memproses pembayaran melalui QRIS.

5. Risiko yang Dirasakan

Risiko yang dirasakan menunjukkan adanya kemungkinan kendala atau kerugian dalam penggunaan QRIS. Dalam konteks UMKM, risiko dapat berupa kekhawatiran terhadap transaksi gagal, keterlambatan dana masuk, kesalahan pembayaran, atau gangguan sistem.

6. Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial menunjukkan dorongan dari lingkungan sekitar dalam menggunakan QRIS. Dalam konteks UMKM, pengaruh sosial dapat berasal dari pelanggan, sesama pelaku usaha, pihak bank, penyedia layanan pembayaran, atau lingkungan usaha yang mulai terbiasa menggunakan pembayaran non tunai.

Berdasarkan uraian tersebut, keputusan penggunaan QRIS dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, optimisme, inovasi, kenikmatan yang dirasakan, risiko yang dirasakan, serta pengaruh sosial. Keenam faktor ini menunjukkan bahwa keputusan menggunakan QRIS terbentuk melalui kombinasi penilaian manfaat dan pengalaman penggunaan, pertimbangan risiko yang memengaruhi kepercayaan, serta dorongan lingkungan sosial yang memperkuat kecenderungan adopsi QRIS.

2.1.4.3 Dimensi Keputusan Penggunaan QRIS

Dimensi keputusan penggunaan QRIS dalam penelitian ini mengacu pada Kotler et al. (2022:191) yang menjelaskan bahwa proses keputusan terdiri dari lima tahap, yaitu *problem recognition*, *information search*, *evaluation of alternatives*,

purchase decision, dan *postpurchase behavior*. Dalam penelitian ini, kelima tahap tersebut disesuaikan dengan konteks UMKM sebagai pihak yang menggunakan atau menyediakan QRIS sebagai metode pembayaran non tunai pada transaksi usaha.

1. Pengenalan kebutuhan (*problem recognition*)

Dalam konteks penelitian ini, pengenalan kebutuhan menunjukkan kesadaran UMKM terhadap perlunya menyediakan metode pembayaran non tunai seperti QRIS untuk mendukung kegiatan transaksi usaha.

2. Pencarian informasi (*information search*)

Dalam konteks penelitian ini, pencarian informasi menunjukkan upaya UMKM dalam memperoleh informasi mengenai QRIS sebelum menggunakan atau menyediakannya sebagai metode pembayaran usaha.

3. Evaluasi alternatif (*evaluation of alternatives*)

Dalam konteks penelitian ini, evaluasi alternatif menunjukkan pertimbangan UMKM dalam membandingkan QRIS dengan metode pembayaran lain, seperti tunai, transfer bank, kartu debit, atau dompet digital.

4. Keputusan penggunaan (*purchase decision*)

Dalam konteks penelitian ini, keputusan penggunaan menunjukkan keputusan UMKM untuk menggunakan atau menyediakan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran non tunai dalam kegiatan transaksi usaha.

5. Perilaku pasca penggunaan (*postpurchase behavior*)

Dalam konteks penelitian ini, perilaku pasca penggunaan menunjukkan penilaian UMKM setelah menggunakan QRIS, baik dari segi kelancaran transaksi, kemudahan pengecekan, pembayaran, keamanan dana, kejelasan bukti transaksi, maupun kesediaan untuk tetap menggunakan QRIS pada transaksi berikutnya.

2.1.5 Kebiasaan Pembayaran Non Tunai

Kebiasaan pembayaran non tunai merupakan sebuah pola perilaku transaksi yang dilakukan secara berulang oleh individu tanpa melibatkan uang fisik, melainkan menggunakan media digital atau elektronik. Perilaku ini muncul karena adanya proses pembelajaran dan pengalaman yang konsisten terhadap efisiensi yang ditawarkan oleh teknologi keuangan. Seseorang yang memiliki kebiasaan non tunai cenderung merasa lebih nyaman dan praktis karena tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah besar, serta merasa proses transaksi menjadi lebih transparan dan tercatat secara sistematis.

2.1.5.1 Pengertian Kebiasaan Pembayaran Non Tunai

Kebiasaan pembayaran non tunai dapat dipahami sebagai pola perilaku berulang dalam melakukan transaksi tanpa uang tunai, yang terbentuk melalui pengalaman penggunaan instrumen pembayaran digital atau kartu hingga menjadi cara bayar yang dianggap wajar dalam aktivitas sehari-hari. Pembayaran non tunai (*cashless*) merupakan metode pembayaran yang menggunakan instrumen seperti cek, giro, alat pembayaran kartu, maupun uang elektronik sebagai alat pembayarannya (Rositasari, 2022:163).

(Lampo, 2023:449) mendefinisikan bahwa:

“A habit is defined as a settled tendency or usual manner of behavior that has become nearly or completely involuntary.” Definisi tersebut menegaskan bahwa kebiasaan tidak hanya berupa pengulangan tindakan, tetapi telah menjadi kecenderungan perilaku yang menetap dan dapat berlangsung hampir tanpa disadari.

Sejalan dengan itu, (Fauziah,dkk.2024:160) menjelaskan bahwa *habit* merupakan tingkat di mana seseorang melakukan sesuatu secara otomatis karena telah menjadi kebiasaan.

Dari definisi di atas, kebiasaan pembayaran non tunai bisa dipahami sebagai rutinitas menggunakan instrumen *cashless* seperti cek, giral, kartu, dan uang elektronik yang dilakukan berulang sampai terasa otomatis dalam transaksi sehari-hari. Kebiasaan ini terbentuk karena pengalaman penggunaan yang terus-menerus, sehingga cenderung memilih metode non tunai tanpa banyak pertimbangan ulang. Meski begitu, kebiasaan tersebut tetap perlu dibarengi kehati-hatian, terutama terkait perlindungan data pribadi dan keuangan, karena rasa aman secara psikologis ikut menentukan apakah pengguna nyaman mempertahankan pola transaksi non tunai dalam jangka panjang.

2.1.5.2 Dimensi Kebiasaan Pembayaran Non Tunai

Dimensi kebiasaan pembayaran non tunai dalam penelitian ini diadaptasi dari konsep *habit* menurut Verplanken dan Orbell (2022:329), yaitu kecenderungan berbasis memori untuk merespons secara otomatis terhadap isyarat tertentu yang terbentuk melalui pengulangan tindakan dalam konteks yang stabil. Berdasarkan konsep tersebut, kebiasaan pembayaran non tunai diukur melalui tiga aspek, yaitu pengulangan perilaku, konteks atau isyarat transaksi, dan otomatisitas yang disesuaikan dengan aktivitas UMKM dalam menerima, menyediakan, serta memproses pembayaran non tunai pada transaksi usaha.

1. Pengulangan perilaku (*behavior repetition*)

Pengulangan perilaku menunjukkan seberapa sering suatu tindakan dilakukan secara berulang hingga membentuk kebiasaan. Dalam konteks penelitian ini, pengulangan perilaku dipahami sebagai frekuensi UMKM dalam menerima atau menyediakan pembayaran non tunai pada aktivitas transaksi usaha sehari-hari.

2. Konteks atau isyarat transaksi (*transaction cue or stable context*)

Konteks atau isyarat transaksi menunjukkan situasi tertentu yang dapat memicu munculnya perilaku kebiasaan. Dalam konteks penelitian ini, isyarat transaksi dapat berupa adanya pengguna yang memilih pembayaran non tunai, tersedianya kode QRIS, atau rutinitas transaksi harian yang mendorong UMKM menyediakan pembayaran non tunai.

3. Otomatisitas (*automaticity*)

Otomatisitas menunjukkan perilaku yang dilakukan secara terbiasa tanpa banyak pertimbangan ulang. Dalam konteks penelitian ini, otomatisitas dipahami

sebagai kecenderungan UMKM untuk menerima, menyediakan, atau memproses pembayaran non tunai secara langsung ketika pelanggan memilih metode pembayaran tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, kebiasaan pembayaran non tunai dapat dipahami sebagai kecenderungan UMKM dalam menerima, menyediakan, dan memproses pembayaran non tunai secara berulang pada konteks transaksi tertentu hingga menjadi perilaku yang otomatis dalam kegiatan usaha. Aspek pengulangan perilaku, konteks atau isyarat transaksi, dan otomatisitas digunakan sebagai dasar untuk mengukur kebiasaan pembayaran non tunai pada UMKM sektor kuliner.

2.1.6 Persepsi Keamanan

Persepsi keamanan adalah penilaian tentang tingkat aman tidaknya suatu transaksi digital. Penilaian ini muncul dari rasa nyaman saat pembayaran langsung, kejelasan informasi transaksi, serta minimnya kekhawatiran terhadap penyalahgunaan data atau kesalahan pembayaran. Ketika proses transaksi terasa terlindungi dan mudah dikendalikan, penggunaan cenderung lebih tenang dan bersedia menggunakan metode tersebut secara berulang.

2.1.6.1 Pengertian Persepsi Keamanan

Persepsi keamanan dalam sistem pembayaran digital merujuk pada penilaian pengguna mengenai sejauh mana informasi pribadi dan data transaksi terlindungi ketika menggunakan layanan tersebut. Persepsi keamanan juga dapat dipahami sebagai kepercayaan konsumen bahwa informasi pribadi mereka tidak dapat dilihat oleh pihak lain kecuali dirinya sendiri, karena informasi tersebut sudah

disimpan dan tidak dapat dimanipulasi oleh pihak lain (Saraswati & Mardhiyah, 2022:99).

Selain aspek perlindungan data pribadi, persepsi keamanan juga mencakup penilaian pengguna terhadap keamanan sistem dari berbagai risiko transaksi.(Almaiah et al., 2023:6) mendefinisikan bahwa:

“Perceived security (PS) is defined as the degree to which a user feels that a mobile banking application is secure against any risks.”

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa persepsi keamanan merupakan penilaian subjektif mengenai seberapa aman suatu aplikasi atau sistem dari berbagai risiko. Dalam konteks penelitian ini, persepsi keamanan dipahami sebagai penilaian UMKM terhadap keamanan QRIS dalam mendukung transaksi usaha, terutama berkaitan dengan perlindungan data, pencegahan akses tidak sah, potensi penipuan, serta keamanan proses pembayaran non tunai.

Menurut (Halim & Santoso, 2024:3533) *Perceived security* merupakan tingkat keyakinan seseorang terhadap teknologi khususnya teknologi keuangan dalam melakukan pengiriman atau pertukaran informasi yang aman. Informasi ini mencakup data pengguna serta data-data yang berkaitan dengan transaksi keuangan lainnya.

Persepsi keamanan juga diartikan sebagai sejauh mana pengguna percaya bahwa pembayaran online adalah aman (Ariningsih,dkk. 2022:231). Dalam konteks transaksi QRIS, rasa aman ini berkaitan dengan perlindungan dari berbagai risiko,

termasuk penyalahgunaan data serta potensi kerugian finansial apabila terjadi gangguan atau kesalahan transaksi.

Berdasarkan uraian di atas, persepsi keamanan dapat disimpulkan sebagai penilaian subjektif UMKM mengenai tingkat keamanan QRIS sebagai metode pembayaran non tunai dalam transaksi usaha. Persepsi keamanan mencakup keyakinan bahwa informasi pribadi dan data transaksi terlindungi, sistem pembayaran aman dari akses tidak sah atau manipulasi pihak lain, serta transaksi QRIS dapat berlangsung dengan risiko yang rendah. Dalam penelitian ini, persepsi keamanan menunjukkan sejauh mana UMKM merasa aman dan percaya untuk menggunakan atau menyediakan QRIS sebagai metode pembayaran pada kegiatan usaha.

2.1.6.2 Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Keamanan

Persepsi keamanan pada layanan pembayaran digital tidak muncul secara langsung, tetapi dipengaruhi oleh aspek-aspek keamanan sistem yang dirasakan ketika transaksi dilakukan. Muhtasim et al. (2022:198) menjelaskan bahwa faktor keamanan pada layanan dompet digital dapat dilihat melalui enam aspek utama, yaitu *transaction speed*, *authentication*, *encryption mechanisms*, *software performance*, *privacy details*, dan *information provided*. Dalam konteks penelitian ini, keenam faktor tersebut disesuaikan dengan penggunaan QRIS oleh UMKM sebagai metode pembayaran non tunai pada transaksi usaha.

1. Kecepatan Transaksi (*Transcation Speed*)

Kecepatan transaksi menunjukkan kemampuan sistem dalam memproses pembayaran secara cepat. Dalam konteks QRIS, transaksi yang cepat dapat mengurangi kekhawatiran UMKM terhadap keterlambatan pembayaran, transaksi gagal, atau gangguan sistem.

2. Autentifikasi (*Authentication*)

Autentikasi merupakan proses verifikasi identitas untuk memastikan bahwa transaksi dilakukan oleh pihak yang sah. Dalam konteks QRIS, autentikasi melalui PIN, kata sandi, atau biometrik pada aplikasi pembayaran dapat memperkuat rasa aman dalam transaksi

3. Mekanisme Enkripsi (*Encryption Mechanisms*)

Enkripsi berfungsi melindungi data transaksi agar tidak mudah diakses, disadap, atau dimanipulasi oleh pihak tidak berwenang. Dalam transaksi QRIS, perlindungan data dapat meningkatkan keyakinan UMKM bahwa pembayaran diproses secara aman.

4. Kinerja Perangkat Lunak (*Software Performance*)

Kinerja perangkat lunak berkaitan dengan kestabilan aplikasi atau sistem pembayaran yang digunakan. Dalam konteks QRIS, aplikasi yang jarang mengalami gangguan, error, atau keterlambatan konfirmasi dapat membentuk persepsi keamanan yang lebih baik.

5. Detail Privasi (*Privacy Details*)

Detail privasi berkaitan dengan kejelasan pengelolaan data pribadi dan data transaksi. Dalam konteks QRIS, UMKM akan merasa lebih aman apabila informasi transaksi dan data pengguna dikelola secara jelas dan terlindungi.

6. Informasi Keamanan yang Disediakan (*Information Provided*)

Informasi keamanan menunjukkan adanya penjelasan mengenai prosedur, verifikasi, notifikasi, dan panduan keamanan dalam menggunakan layanan pembayaran digital. Dalam penggunaan QRIS, informasi keamanan yang jelas dapat membantu pelaku UMKM memahami proses transaksi dan mengurangi kekhawatiran terhadap risiko.

Berdasarkan uraian tersebut, persepsi keamanan dipengaruhi oleh faktor teknis dan informasional yang berkaitan dengan kecepatan transaksi, autentikasi, enkripsi, kinerja perangkat lunak, detail privasi, serta informasi keamanan yang disediakan. Dalam konteks QRIS, faktor-faktor tersebut berperan dalam membentuk rasa aman UMKM ketika menggunakan atau menyediakan QRIS sebagai metode pembayaran non tunai pada transaksi usaha.

2.1.6.3 Dimensi Persepsi Keamanan

Dimensi persepsi keamanan dalam penelitian ini mengacu pada Tsai et al. (2022:5) yang menjelaskan bahwa keamanan transaksi pada *mobile payment* berkaitan dengan lima aspek, yaitu *confidentiality*, *integrity*, *authentication*, *transaction non-repudiation*, dan *privacy*. Dalam penelitian ini, kelima aspek tersebut disesuaikan dengan konteks UMKM sebagai yang menggunakan atau menyediakan QRIS sebagai metode pembayaran non tunai pada transaksi usaha.

1. Kerahasiaan (*confidentiality*)

Kerahasiaan menunjukkan keyakinan bahwa data transaksi terlindungi dan tidak mudah diketahui oleh pihak yang tidak berwenang. Dalam konteks penelitian ini,

kerahasiaan dipahami sebagai keyakinan UMKM bahwa data transaksi QRIS pada kegiatan usahanya tetap aman dan tidak mudah diakses oleh pihak lain.

2. Integritas data (*integrity*)

Integritas data menunjukkan keyakinan bahwa data transaksi tidak berubah, rusak, atau dimanipulasi selama proses pembayaran berlangsung. Dalam konteks penelitian ini, integritas data dipahami sebagai keyakinan UMKM bahwa transaksi QRIS diproses secara benar sesuai dengan nilai pembayaran yang dilakukan.

3. Autentikasi (*authentication*)

Autentikasi menunjukkan adanya proses verifikasi untuk memastikan bahwa transaksi dilakukan oleh pihak yang sah. Dalam konteks penelitian ini, autentikasi dipahami sebagai keyakinan UMKM bahwa transaksi QRIS memiliki proses pengamanan, seperti PIN, kata sandi, biometrik, atau konfirmasi pembayaran pada aplikasi.

4. Kepastian transaksi (*transaction non-repudiation*)

Kepastian transaksi menunjukkan adanya bukti atau konfirmasi yang membuat transaksi tidak mudah disangkal oleh pihak yang terlibat. Dalam konteks penelitian ini, kepastian transaksi dipahami sebagai keyakinan UMKM bahwa transaksi QRIS memiliki bukti pembayaran atau notifikasi yang jelas setelah transaksi berhasil dilakukan.

5. Privasi (*privacy*)

Privasi menunjukkan perlindungan terhadap informasi pribadi dan data yang berkaitan dengan transaksi. Dalam konteks penelitian ini, privasi dipahami

sebagai keyakinan pelaku UMKM bahwa informasi pribadi, data usaha, dan data transaksi QRIS tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Berdasarkan dimensi tersebut, persepsi keamanan QRIS dapat dipahami sebagai penilaian UMKM terhadap kemampuan sistem dalam melindungi data, menjaga keutuhan transaksi, memastikan proses verifikasi, memberikan bukti transaksi yang jelas, serta melindungi privasi pengguna. Kelima aspek tersebut menunjukkan bahwa keamanan QRIS tidak hanya berkaitan dengan rasa aman saat transaksi, tetapi juga dengan kepercayaan UMKM terhadap perlindungan sistem pembayaran digital.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah kumpulan studi yang sudah dilakukan sebelumnya dan relevan dengan topik penelitian yang sedang dibahas. Bagian ini digunakan untuk melihat bagaimana peneliti lain mendefinisikan variabel, membangun model, serta menemukan hasil-hasil utama terkait objek yang sama atau sejenis. Melalui tinjauan penelitian terdahulu, peneliti dapat menentukan posisi penelitian, mengidentifikasi kesenjangan penelitian (*research gap*) serta menyusun kerangka berpikir dan hipotesis secara lebih terarah. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan judul penelitian:

Tabel 2. 1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul, dan Sumber Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Irma Yuliani & Muhammad Amin (2022). Integrasi <i>Perceived Security</i> dan Promosi dalam Mendeteksi Perilaku Konsumsi Milenial Sorong di Era Digital: <i>Sebuah Analisis Model UTAUT2</i>. BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, 10(1), 195–214.	Hasil menunjukkan bahwa Variabel <i>habit</i> dan <i>perceived security</i> berpengaruh signifikan terhadap minat (<i>intention</i>) milenial menggunakan dompet digital (e-wallet).	Sama-sama membahas perilaku non-tunai dan menguji <i>habit</i> (kebiasaan) serta <i>perceived security</i> (persepsi keamanan) ke Y (minat/keputusan penggunaan)	Objeknya dompet digital (<i>e-wallet</i>) pada milenial Sorong, bukan spesifik QRIS/UMKM kuliner.
2	Apau, R., & Lallie, H. S. (2022). <i>Measuring User Perceived Security of Mobile Banking Applications</i>. International Journal of Information Management Data Insights.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>habit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> serta <i>use behavior</i> penggunaan mobile banking. Selain itu, <i>perceived security</i> juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> dan <i>use behavior</i>; sehingga semakin tinggi kebiasaan penggunaan dan persepsi keamanan yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula niat dan perilaku penggunaan layanan digital.	1. Sama-sama meneliti <i>habit</i> (kebiasaan) dan <i>perceived security</i> (persepsi keamanan). 2. Sama-sama menguji pengaruh kedua variabel tersebut terhadap niat dan perilaku penggunaan layanan pembayaran digital. 3. Sama-sama mengkaji faktor perilaku pengguna dalam penggunaan teknologi keuangan digital.	Objek penelitian adalah mobile banking, sedangkan penelitian ini menggunakan QRIS.
3	Linggi, M., Atawarman, R., & Risakotta, K. A. (2024).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan	1. Sama-sama meneliti persepsi keamanan (X) 2. Sama-sama menggunakan keputusan penggunaan QRIS (Y)	1. Tidak meneliti Kebiasaan pembayaran non-tunai (X) 2. Lokasi

No	Nama, Tahun, Judul, dan Sumber Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
	Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, keamanan dan sikap penggunaan teknologi terhadap keputusan penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada UMKM (Studi Empiris pada UMKM di Kota Ambon).	penggunaan QRIS pada UMKM, sedangkan persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan.		penelitian berbeda
4	Resiana, & Ermansyah. (2025). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada Generasi Z di Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru. <i>Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial (JEIS)</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS pada responden Generasi Z.	1. Sama-sama meneliti persepsi keamanan(X) 2. Variabel dependen keputusan penggunaan QRIS (Y)	1. Objek Generasi Z 2. Bukan UMKM sektor kuliner 3. Tidak meneliti kebiasaan (X)
5	Ariel, J., & Iriyanti, I. (2023). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan e-wallet.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa habit berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan berkelanjutan pembayaran digital.	1. Sama-sama meneliti habit pembayaran non-tunai(X) 2. Sama-sama konteks pembayaran digital	1. Objek e-wallet, bukan QRIS 2. Tidak meneliti persepsi keamanan (X) 3. Tidak spesifik UMKM kuliner

No	Nama, Tahun, Judul, dan Sumber Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
	Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia.			
6	Nawangsari, Sri., & Pryhasti, Anggi Luggina. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan QRIS sebagai Alat Pembayaran Digital (ARBITRASE: <i>Journal of Economics and Accounting</i>; 6(2); 603–610).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan, dan keamanan berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran digital. Studi kuantitatif ini memakai regresi linier berganda pada pengguna QRIS di Kota Depok. Kepercayaan menjadi variabel paling dominan, sementara keamanan memperkuat keyakinan pengguna saat bertransaksi.	1. Sama-sama meneliti keputusan penggunaan pembayaran digital (QRIS) 2. Sama-sama memasukkan konsep <i>perceived security</i>/keamanan 3. Sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif (kuesioner).	1. Studi ini tidak menguji kebiasaan(X). 2. Lokasi penelitian berbeda 3. Studi ini menambahkan variabel kemudahan, manfaat, dan <i>trust</i>.
7	Alfani, Rizal Syahri., & Ariani, Kurnia Rina. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Risiko dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) (Jurnal Ilmiah Edunomika; 8(1)).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi risiko, dan kepercayaan berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS). Persepsi kemudahan berpengaruh negatif terhadap keputusan menggunakan QRIS. Penelitian kuantitatif ini mengolah data kuesioner 96 responden dan dianalisis menggunakan SPSS.	1. Sama-sama membahas keputusan penggunaan QRIS sebagai pembayaran non-tunai. 2. Sama-sama menyinggung aspek keamanan/risiko transaksi digital sebagai pertimbangan pengguna. 3. Sama-sama memakai pendekatan kuantitatif berbasis kuesioner.	1. studi ini menekankan manfaat, kemudahan, risiko, dan <i>trust</i>. 2. Objek responden studi ini tidak spesifik 3. Variabel <i>security</i> eksplisit tidak diuji; yang diuji adalah risiko.

No	Nama, Tahun, Judul, dan Sumber Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
8	Rezza, M., dkk. (2024). <i>Digital Payment Adoption: The Antecedent of Habit and Behavior Intention</i> Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity	Hasil penelitian menunjukkan bahwa habit berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> serta adopsi digital payment. Selain itu, <i>behavioral intention</i> juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi pembayaran digital. Temuan ini menunjukkan bahwa kebiasaan penggunaan pembayaran digital menjadi faktor penting dalam mendorong keputusan pengguna untuk mengadopsi layanan pembayaran digital.	1. Sama-sama meneliti kebiasaan (habit) sebagai faktor yang memengaruhi penggunaan pembayaran digital. 2. Sama-sama membahas perilaku penggunaan pembayaran non tunai. 3. sama-sama menguji pengaruh faktor perilaku terhadap keputusan/adopsi penggunaan layanan pembayaran digital.	1. mengkaji adopsi digital payment secara umum, sedangkan penelitian ini berfokus pada keputusan penggunaan QRIS. 2. Objek penelitian berbeda dengan UMKM sektor kuliner di Kelurahan Tamansari.
9	Rahmah, Aiza Nur., Ilham, Ilham., & Sari, Nilam Anggar. (2025). <i>How Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Security and Lifestyle Affect MSMEs' Adoption of QRIS?</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>perceived usefulness</i>, <i>perceived ease of use</i>, <i>security</i>, dan <i>lifestyle</i> berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan/adopsi QRIS pada MSMEs di Tenggarong City. Analisis menggunakan regresi linier berganda pada 100 responden. <i>Perceived usefulness</i> dilaporkan sebagai faktor paling kuat dalam mendorong adopsi QRIS.	1. Sama-sama meneliti adopsi/keputusan penggunaan QRIS pada UMKM.	1. studi ini menguji <i>usefulness</i>, <i>ease</i>, <i>security</i>, <i>lifestyle</i>. 2. Lokasi penelitian berbeda..
10	Putri, Nia Monica; Lakoni, Idham; Safrianti, Sintia. (2023). PENGARUH LITERASI	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, kemudahan, dan kepercayaan diuji terhadap keputusan bertransaksi	1. Sama-sama meneliti keputusan penggunaan/adopsi QRIS (Y). 2. 3. Sama-sama	1. Variabel utama penelitian terdahulu: literasi keuangan, kemudahan,

No	Nama, Tahun, Judul, dan Sumber Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
	KEUANGAN, KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN QRIS PADA UMKM DI KOTA BENGKULU. E-BISNIS: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis; 16(2); 356–364.	menggunakan QRIS pada UMKM di Kota Bengkulu (n=120). Uji t dan uji F (SPSS) menunjukkan ketiganya berpengaruh signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan bertransaksi menggunakan QRIS pada konteks UMKM.	berfokus pada konteks UMKM/merchant.	kepercayaan; 2. Lokasi penelitian berbeda
11	Rahmawati, S.; Arfiansyah, M. A. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan QRIS Pada UMKM Kota Surakarta. MBIA; 22(3); 435–449.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penelitian menguji sejumlah faktor penentu terhadap keputusan penggunaan QRIS pada UMKM Kota Surakarta melalui pendekatan kuantitatif. Ringkasan artikel menegaskan adanya pengaruh faktor-faktor yang diuji terhadap keputusan penggunaan QRIS pada UMKM; namun detail arah/koeffisien per variabel tidak tercantum pada ringkasan yang tersedia.	1. Sama-sama meneliti keputusan penggunaan QRIS (Y). 2. Sama-sama menggunakan konteks UMKM sebagai objek penelitian. 3. Sama-sama mengkaji faktor yang mendorong penggunaan pembayaran digital.	1. Lokasi penelitian berbeda
12	Ramadhan, Dina; Asri, Hendri Rahmayani; Gisijanto, Hantoro Arief; Hartanti, Nenik Diah; Setyarini, Ekaning. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, gaya hidup, dan literasi keuangan digital diuji terhadap keputusan penggunaan QRIS pada generasi muda di Jabodetabek (n=115). Analisis regresi	1. Sama-sama meneliti keputusan penggunaan QRIS (Y). 2. Sama-sama menguji faktor perilaku (gaya hidup/kebiasaan) sebagai determinan keputusan. 3. Sama-sama meneliti pembayaran non tunai/digital payment.	1. Variabel: artikel meneliti kemudahan, manfaat, gaya hidup, literasi; penelitian 2. Objek: generasi muda Jabodetabek

No	Nama, Tahun, Judul, dan Sumber Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
	Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda. Revenue: Lentera Bisnis Manajemen; 1(4).	berganda (SPSS) menyimpulkan keempat variabel tersebut berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS pada responden yang pernah/masih menggunakan QRIS.		
13	Rachmawati, S., & Wahyudi, T. N. (2024). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Z. Jurnal Akademi Akuntansi, 7(2), 1–16.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup, manfaat, dan keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan QRIS pada Generasi Z. Sementara itu, literasi keuangan, kemudahan, dan kepercayaan dilaporkan tidak berpengaruh (arah negatif) terhadap keputusan penggunaan QRIS pada Generasi Z. Analisis dilakukan menggunakan regresi dan uji t/F pada responden Gen Z.	1. Sama-sama meneliti keputusan penggunaan QRIS (Y). 2. Sama-sama memasukkan aspek keamanan (security perception) sebagai determinan. 3. Sama-sama konteks perilaku penggunaan pembayaran non tunai.	1. Variabel utama gaya hidup, manfaat, literasi, kemudahan, dan kepercayaan. 2. Objek generasi Z
14	Sari, Laila Ramadya; Anggraini, Reni; Kencanawati, Mella Sri; Sularto, Lana. (2022). Dampak Keamanan, Manfaat, Kepercayaan, Promosi, serta Kemudahan pada Keputusan Pemanfaatan Dompot Elektronik Shopeepay.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan, manfaat, kepercayaan, promosi, dan kemudahan diuji terhadap keputusan penggunaan e-wallet ShopeePay (n=100). Uji t menyatakan hanya kemudahan yang tidak mempengaruhi keputusan, sedangkan keamanan, kepercayaan, manfaat, dan promosi berpengaruh. Uji F menunjukkan seluruh	1. Sama-sama membahas pembayaran non tunai/digital payment. 2. Sama-sama menguji persepsi keamanan sebagai determinan keputusan penggunaan. 3. Sama-sama menilai kebiasaan/kemudahan penggunaan sebagai faktor perilaku pembayaran digital.	1. Objek penelitian berbeda 2. Variabel: menambahkan manfaat, promosi, kepercayaan; 3. Unit analisis tidak spesifik

No	Nama, Tahun, Judul, dan Sumber Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
	METIK Jurnal; 6(1); 59–69.	variabel secara simultan memengaruhi keputusan penggunaan e-wallet.		
15	Chang, V., Chen, W., Xu, Q., & Xiong, C. (2021) <i>Towards the Customers' Intention to Use QR Codes in Mobile Payments.</i> <i>Journal of Global Information Management, 29(6)</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa model UTAUT yang diperluas menguji <i>perceived security, perceived benefits, perceived usefulness, subjective norms, dan attitude</i> terhadap <i>intention</i> menggunakan QR code payment. Analisis PLS-SEM pada 424 responden menemukan <i>attitude, perceived usefulness, dan subjective norms</i> berkontribusi kuat pada <i>intention</i> (R^2 tinggi), sedangkan <i>perceived security</i> berperan melalui pembentukan sikap.	1. Sama-sama membahas pembayaran QR/QR code payment. 2. Sama-sama memasukkan dimensi keamanan (<i>perceived security</i>). 3. Sama-sama meneliti keputusan/intensi penggunaan pembayaran digital.	1. Objek konsumen umum (bukan UMKM Tamansari Bandung).
16	Suo, W.-J., Goi, C.-L., Goi, M.-T., & Sim, A. K. S. (2022) <i>Factors Influencing Behavioural Intention to Adopt the QR-Code Payment: Extending UTAUT2 Model International</i> <i>Journal of Asian Business and Information Management, 13(2), 1–22</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa UTAUT2 dan personal <i>innovativeness</i> diuji terhadap <i>behavioural intention</i> adopsi QR-code mobile payment. Hasil SEM menyatakan <i>performance expectancy, social influence, habit, price value</i> , dan personal <i>innovativeness</i> berpengaruh positif signifikan, sedangkan <i>effort expectancy, facilitating conditions</i> , dan <i>hedonic motivation</i> tidak signifikan.	1. Sama-sama membahas adopsi pembayaran QR. 2. Sama-sama memasukkan konstruk habit/kebiasaan. 3. Sama-sama menilai keputusan/intensi penggunaan sebagai variabel dependen.	1. Tidak menguji <i>perceived security</i> sebagai variabel utama. 2. Tidak spesifik. 3. Outcome berupa <i>behavioural intention</i>

No	Nama, Tahun, Judul, dan Sumber Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
		Konteks: konsumen Sarawak.		
17	Martinez, B. M., & McAndrews, L. E. (2023) <i>Do you take...? The effect of mobile payment solutions on use intention: an application of UTAUT2</i> <i>Journal of Marketing Analytics</i>, 11, 458–469	Hasil penelitian menunjukkan bahwa UTAUT2 diuji untuk membandingkan <i>intention</i> dan <i>use behavior</i> pada beberapa tipe <i>mobile payment</i>. Dengan SEM pada sampel survei di AS, <i>performance expectancy</i> dan <i>habit</i> menjadi prediktor kuat <i>intention</i> dan <i>use behavior</i>. <i>Social influence</i> dan <i>effort expectancy</i> lemah terhadap <i>intention</i>, serta <i>facilitating conditions</i> tidak berpengaruh pada <i>use behavior</i>. Konteks: pengguna <i>mobile payment</i> ritel.	1. Sama-sama menilai keputusan/penggunaan (<i>intention</i> dan <i>use behavior</i>). 2. Relevan sebagai dasar teoritis variabel kebiasaan.	1. Tidak spesifik QRIS/QR payment Indonesia. 2. Tidak menguji <i>perceived security</i>. 3. Objek bukan UMKM sektor kuliner.
18	Ong, M. H. A., Yusri, M. Y., & Ibrahim, N. S. (2023) <i>Use and behavioural intention using digital payment systems among rural residents: Extending the UTAUT-2 model Technology in Society</i>, 74, 102305	Hasil penelitian menunjukkan bahwa UTAUT2 yang diperluas dengan <i>perceived security</i> dan <i>epistemic value</i> diuji terhadap <i>behavioural intention</i> penggunaan digital payment. PLS-SEM pada 402 responden rural Malaysia menemukan konstruk-konstruk signifikan memengaruhi <i>intention</i>; <i>social influence</i>, <i>facilitating condition</i>, <i>habit</i>, <i>effort expectancy</i>, dan <i>epistemic value</i> merupakan penentu utama, serta <i>perceived security</i> juga berkontribusi signifikan pada	1. Sama-sama membahas pembayaran digital non-tunai. 2. Sama-sama memasukkan <i>perceived security</i> dan <i>habit</i>. 3. Sama-sama menilai keputusan/intensi penggunaan sebagai outcome.	1. Fokus digital payment umum (bukan QRIS UMKM kuliner). 3. Lokasi peneliti berbeda

No	Nama, Tahun, Judul, dan Sumber Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
		<i>intention</i> . Konteks: rural residents Malaysia.		
19	Islam, M., Tamanna, A. K., & Islam, S. (2024) <i>The path to cashless transaction: A study of user intention and attitudes towards quick response mobile payments</i> Heliyon, 10(15), e35302	Hasil penelitian menunjukkan bahwa UTAUT yang diperluas menguji faktor-faktor terhadap <i>attitude, behavioural intention, dan actual use QR mobile payment</i> . PLS pada 412 responden Bangladesh menunjukkan <i>performance expectancy, effort expectancy, dan social influence</i> berpengaruh positif signifikan pada <i>intention</i> ; habit memengaruhi <i>attitude</i> . <i>Attitude</i> berpengaruh pada <i>intention</i> dan <i>actual use</i> , dan <i>intention</i> berpengaruh signifikan pada <i>actual use</i> . Konteks: pengguna QR mobile payment Bangladesh.	1. Sama-sama membahas pembayaran QR dan penggunaan aktual. 2. Sama-sama memasukkan habit/kebiasaan. 3. Sama-sama menguji perilaku penggunaan (/keputusan).	1. Lokasi peneliti berbeda 2. Tidak spesifik objek peneliti. 3, studi ini fokus <i>attitude-intention-use</i> .
20	Ramayanti, R., Azhar, Z., & Nik Azman, N. H. (2025) <i>Factors influencing intentions to use QRIS: A two-staged PLS-SEM and ANN approach</i> Telematics and Informatics Reports, 17, 100185	Hasil penelitian menunjukkan bahwa UTAUT2 diuji terhadap <i>intention</i> dan penggunaan QRIS di Indonesia. Dengan SEM-ANN pada 996 pengguna QRIS, habit, <i>hedonic motivation, social influence, dan price value</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>intention</i> , sedangkan <i>performance expectancy, effort expectancy, dan facilitating conditions</i> tidak signifikan. <i>Intention</i> berpengaruh	1. Sama-sama meneliti QRIS di Indonesia. 2. Sama-sama memasukkan habit/kebiasaan. 3. Sama-sama relevan untuk keputusan penggunaan QRIS (Y).	1.Objek pengguna umum, bukan UMKM kuliner Tamansari.

No	Nama, Tahun, Judul, dan Sumber Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
		signifikan terhadap <i>actual usage</i> QRIS. Konteks: pengguna QRIS Indonesia.		

Sumber: Diolah Peneliti, Januari 2026

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, kebiasaan dan persepsi keamanan banyak digunakan untuk menjelaskan niat, keputusan, maupun keberlanjutan penggunaan pembayaran digital, baik pada e-wallet, mobile payment, maupun QRIS. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada pengguna umum atau konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini berbeda karena menguji kebiasaan pembayaran non tunai dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan QRIS pada UMKM sektor kuliner.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur konseptual yang menjelaskan hubungan logis antarvariabel berdasarkan kajian pustaka dan penelitian terdahulu. Kerangka ini digunakan untuk menggambarkan bagaimana kebiasaan pembayaran non tunai dan persepsi keamanan diperkirakan memengaruhi keputusan penggunaan QRIS pada transaksi UMKM sektor kuliner di Kelurahan Tamansari, Kota Bandung. Dalam penelitian ini, kajian teori digunakan untuk menjelaskan konsep dan dimensi variabel, sedangkan penelitian terdahulu digunakan untuk memperkuat arah hubungan antarvariabel. Dengan demikian, kerangka pemikiran menjadi dasar penyusunan paradigma dan hipotesis penelitian agar alur analisis lebih terarah, jelas, dan sesuai dengan tujuan penelitian.

2.3.1 Pengaruh Kebiasaan Pembayaran Non Tunai terhadap keputusan penggunaan QRIS

Kebiasaan pembayaran non tunai merupakan pola perilaku transaksi yang dilakukan secara berulang tanpa melibatkan uang fisik, melainkan menggunakan media digital atau elektronik. Pembayaran non tunai dipahami sebagai metode pembayaran yang menggunakan instrumen seperti cek, giro, alat pembayaran kartu, maupun uang elektronik sebagai alat pembayaran (Rositasari, 2022). Kebiasaan juga dapat dipahami sebagai kecenderungan perilaku yang menetap dan dapat berlangsung hampir tanpa disadari (Lampo, 2023), serta sebagai keadaan ketika seseorang melakukan suatu tindakan secara otomatis karena telah menjadi kebiasaan (Fauziah dkk., 2024). Dengan demikian, kebiasaan pembayaran non tunai menunjukkan kecenderungan UMKM untuk menerima, menyediakan, atau memproses pembayaran digital secara berulang dalam transaksi usaha.

Dalam konteks QRIS, kebiasaan pembayaran non tunai diperkirakan dapat mendorong keputusan penggunaan QRIS karena QRIS selaras dengan pola transaksi yang dilakukan secara berulang. Kebiasaan tersebut dapat tercermin melalui pengulangan perilaku, konteks atau isyarat transaksi, dan otomatisitas sebagaimana diadaptasi dari konsep habit Verplanken dan Orbell (2022). Ketika UMKM semakin sering menerima atau menyediakan pembayaran non tunai dalam situasi transaksi yang berulang, maka penggunaan QRIS dapat menjadi pilihan yang lebih mudah, biasa, dan cenderung dilakukan tanpa banyak pertimbangan ulang.

Secara empiris, hubungan kebiasaan dengan penggunaan pembayaran digital didukung oleh beberapa penelitian terdahulu. Suo dkk. (2022) menunjukkan bahwa habit berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intention*

dalam penggunaan QR-code payment. Pada konteks QRIS di Indonesia, Ramayanti dkk. (2025) menemukan bahwa habit berpengaruh signifikan terhadap *intention*, dan *intention* berpengaruh terhadap *actual usage* QRIS. Ariel dan Iriyanti (2023) juga menunjukkan bahwa habit berpengaruh positif terhadap niat penggunaan berkelanjutan e-wallet. Berdasarkan uraian tersebut, semakin kuat kebiasaan pembayaran non tunai, maka semakin besar kecenderungan UMKM dalam memutuskan menggunakan atau menyediakan QRIS pada transaksi usaha.

2.3.2 Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS

Persepsi keamanan merupakan penilaian subjektif mengenai sejauh mana informasi pribadi, data transaksi, dan proses pembayaran terlindungi ketika sistem pembayaran digital digunakan. Saraswati dan Mardhiyah (2022) menjelaskan bahwa persepsi keamanan berkaitan dengan kepercayaan bahwa informasi pribadi tidak dapat dilihat atau dimanipulasi oleh pihak lain. Almaiah et al. (2023) mendefinisikan *perceived security* sebagai derajat ketika pengguna merasa aplikasi aman dari berbagai risiko. Halim dan Santoso (2024) juga menegaskan bahwa *perceived security* merupakan tingkat keyakinan terhadap teknologi keuangan dalam melakukan pengiriman atau pertukaran informasi secara aman. Dengan demikian, persepsi keamanan menekankan rasa aman terhadap perlindungan data, proses transaksi, dan risiko penggunaan pembayaran digital.

Dalam penelitian ini, persepsi keamanan dihubungkan dengan keamanan transaksi QRIS. Tsai et al. (2022) menjelaskan bahwa keamanan transaksi pada mobile payment berkaitan dengan *confidentiality*, *integrity*, *authentication*,

transaction non-repudiation, dan *privacy*. Kelima aspek tersebut disesuaikan dengan konteks QRIS sebagai kerahasiaan data, integritas transaksi, autentikasi, kepastian transaksi, dan perlindungan privasi. Ketika UMKM menilai QRIS mampu menjaga data transaksi, memberikan proses verifikasi, menyediakan bukti pembayaran, serta melindungi informasi dari penyalahgunaan, maka rasa aman terhadap penggunaan QRIS akan semakin meningkat.

Secara empiris, persepsi keamanan terbukti relevan dalam menjelaskan keputusan atau niat penggunaan pembayaran digital. Linggi dkk. (2024) menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS pada UMKM. Safitri dan Fihartini (2024) juga menemukan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat menggunakan QRIS. Selain itu, Ong dkk. (2023) menunjukkan bahwa *perceived security* berkontribusi terhadap *behavioural intention* dalam penggunaan digital *payment*. Berdasarkan uraian tersebut, semakin tinggi persepsi keamanan yang dirasakan, maka semakin besar kecenderungan UMKM dalam memutuskan menggunakan atau menyediakan QRIS pada transaksi usaha.

2.3.3 Pengaruh Kebiasaan Pembayaran Non Tunai dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan penggunaan QRIS

Keputusan penggunaan QRIS merupakan hasil pertimbangan setelah menilai alternatif metode pembayaran yang tersedia. Pengambilan keputusan dipahami sebagai proses melakukan penilaian dan menjatuhkan pilihan setelah melalui berbagai pertimbangan alternatif (Haudi, 2021). Dalam konteks adopsi teknologi, keputusan penggunaan juga berkaitan dengan *intention to use*, yaitu kecenderungan perilaku individu untuk tetap menggunakan teknologi setelah

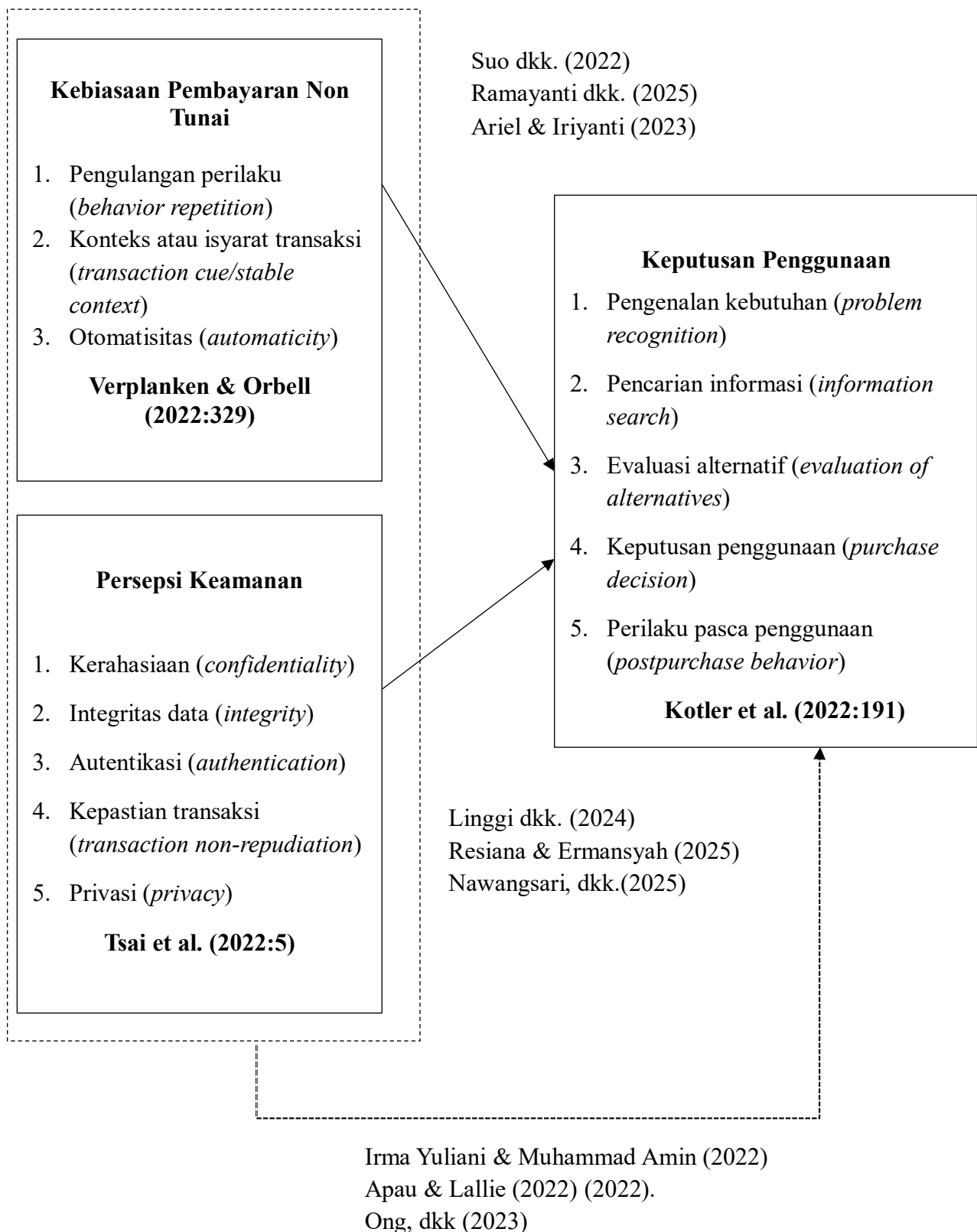
merasakan manfaat dan kemudahan (Wicaksono, 2022). Sejalan dengan itu, *behavioral intention* menggambarkan kemungkinan keinginan konsumen untuk menggunakan *mobile payment* sebagaimana dijelaskan Zarmou et al. (2012) dalam Puspitasari dan Salehudin (2022). Dalam penelitian ini, keputusan penggunaan QRIS dipahami sebagai keputusan UMKM dalam menggunakan atau menyediakan QRIS sebagai metode pembayaran non tunai pada transaksi usaha.

Secara simultan, kebiasaan pembayaran non tunai dan persepsi keamanan diperkirakan bersama-sama membentuk keputusan penggunaan QRIS. Kebiasaan pembayaran non tunai menciptakan kecenderungan penggunaan yang berulang, terbiasa, dan semakin otomatis dalam transaksi usaha. Sementara itu, persepsi keamanan memperkuat keyakinan UMKM karena transaksi QRIS dipersepsikan aman, data terlindungi, dan proses pembayaran memiliki bukti yang jelas. Kombinasi keduanya membuat UMKM tidak hanya terbiasa dengan pembayaran non tunai, tetapi juga memiliki rasa aman untuk mempertahankan QRIS sebagai pilihan pembayaran dalam kegiatan usaha kuliner yang cepat dan berulang.

Berdasarkan penelitian terdahulu, kebiasaan dan persepsi keamanan terbukti memengaruhi penggunaan layanan pembayaran digital. Irma Yuliani dan Muhammad Amin (2022), Ong dkk. (2023), serta Apau dan Lallie (2022) menunjukkan bahwa *habit* dan *perceived security* berpengaruh positif terhadap niat maupun perilaku penggunaan layanan pembayaran digital. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kebiasaan penggunaan yang berulang dan persepsi keamanan yang baik dapat meningkatkan keputusan penggunaan teknologi pembayaran digital, termasuk QRIS pada UMKM.

2.4 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah kerangka pikir yang mengarahkan peneliti memahami objek kajian, menentukan pendekatan, metode, dan cara menganalisis data secara konsisten dari awal hingga akhir penelitian. Paradigma membantu memastikan rancangan penelitian selaras dengan tujuan dan pertanyaan penelitian. Menurut Ardiantoro dan Maulana (2025:41), paradigma penelitian merupakan pandangan terhadap objek penelitian yang berimplikasi terhadap metodologi penelitian atau juga dapat disebut langkah pertama yang menjadi dasar pilihan untuk selanjutnya membentuk desain penelitian yang akan dilakukan.



Gambar 2. 2
Paradigma Penelitian

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah dugaan atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang disusun berdasarkan teori dan kerangka pemikiran, lalu diuji kebenarannya melalui pengumpulan serta analisis data. Hipotesis berfungsi memberi arah pada penelitian, terutama untuk melihat ada tidaknya hubungan atau pengaruh antara variabel yang diteliti. Menurut Sahir (2021:26), hipotesis merupakan prediksi awal penelitian yang dapat berupa hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berdasarkan kerangka pemikiran dan tujuan penelitian, hipotesis yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Kebiasaan Pembayaran Non Tunai berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan QRIS.
2. Persepsi Keamanan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan QRIS.
3. Kebiasaan Pembayaran Non Tunai dan Persepsi Keamanan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan QRIS.