

The Influence of The QRIS Payment Method on Purchase Decisions in Bandung State Polytechnic Students
Pengaruh Metode Pembayaran QRIS Terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung

Fahira Nur Pratiwi

Politeknik Negeri Bandung, Indonesia
Email: fahira.nur.abs420@polban.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to test and prove the effect of the QRIS payment method on student purchasing decisions. The population in this study were all active students at the Bandung State Polytechnic, Indonesia who had used QRIS with a sample of 110 respondents. The research method used is a quantitative descriptive method and several statistical tests, namely validity and reliability tests, normality tests, and simple linear regression analysis. Data collection was carried out by distributing questionnaires through the google form media. The results showed that the QRIS payment method had an effect on student purchasing decisions.

Keywords: QRIS Payment Method, Purchasing Decisions

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk menguji dan membuktikan mengenai pengaruh metode pembayaran QRIS terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Politeknik Negeri Bandung, Indonesia yang pernah menggunakan QRIS dengan sampel sebanyak 110 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dan beberapa uji statistik yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, dan analisis regresi linear sederhana. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui media google formulir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode pembayaran QRIS berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa.

Kata Kunci: Metode Pembayaran QRIS, Keputusan Pembelian

Received: 07.05.2023

Accepted: 28.12.2023

DOI: 10.61242/ijabo.23.279

JEL Classifications: M15, L11



License

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

LATAR BELAKANG

Uang merupakan benda yang digunakan oleh masyarakat sebagai alat tukar menukar yang sah atas pembelian suatu barang atau jasa. Seiring dengan perkembangan zaman, alat pembayaran mengalami perubahan yang berawal dari sistem barter hingga dijadikannya uang sebagai alat transaksi. Perkembangan teknologi menjadi salah satu penyebab adanya perubahan alat pembayaran tersebut. Kemajuan teknologi dan informasi telah memaksa orang untuk bereksperimen dengan sistem pembayaran saat ini. Pengenalan sistem pembayaran digital atau transaksi non-tunai merupakan salah satu perkembangan tersebut.

Pembayaran secara non-tunai akan dilakukan tanpa menggunakan uang melainkan dengan cara transfer melalui bank ataupun menggunakan kartu. Hal ini didukung oleh Bank Indonesia dengan menyuarakan kampanye. Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Gerakan ini dilakukan untuk menjawab tantangan era digital dengan tujuan untuk mengedukasi masyarakat bahwa metode transaksi digital memiliki banyak manfaat yakni efisien, cepat, nyaman, mudah, dan aman (Muzdalifa, et al, 2018).

Istilah “dompet digital” (atau “*e-wallet*”) mengacu pada layanan baru di bidang pembayaran digital yang digunakan untuk menyimpan sejumlah uang tertentu dalam berbagai aplikasi dompet digital yang dapat diakses melalui ponsel penggunanya. Di Indonesia, terdapat beberapa *e-wallet* yang menjadi pilihan masyarakat yaitu GoPay, OVO, Dana, ShopiPay, LinkAja, Doku, dan lainnya. Pembayaran dengan *e-wallet* dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen karena hanya melalui beberapa tahapan sederhana mulai dari *scan* kode QR yang disediakan pihak *merchant* hingga akhirnya transaksi dapat dinyatakan berhasil. Selain itu, konsumen juga dapat menerima bukti transaksi di masing-masing aplikasi *e-wallet*. Namun, bagi pihak *merchant* terdapat kesulitan karena banyaknya kode QR yang dikeluarkan aplikasi *e-wallet* menyebabkan pihak *merchant* harus menyediakan berbagai kode QR sebanyak aplikasi *e-wallet* yang tersedia. Hal tersebut juga memberikan kendala terhadap konsumen, dimana mereka harus mempunyai berbagai macam aplikasi *e-wallet* agar dapat melakukan pembayaran dan hal ini dianggap kurang efisien. Untuk mengatasi persoalan tersebut, pihak Bank Indonesia (BI) menetapkan standar Kode Nasional yang disebut dengan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*).

QRIS diluncurkan oleh Bank Indonesia (BI) dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) pada 17 Agustus 2019. Seluruh penyelenggara layanan pembayaran non-tunai wajib menggunakan sistem QRIS, dompet digital, atau *mobile banking* per 1 Januari 2020, sesuai ketentuan Bank Indonesia. Hal tersebut agar transaksi lebih terjangkau atau efisien, mempercepat inklusi keuangan Indonesia, memajukan UMKM, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi (Bank Indonesia, 2019). Dengan adanya QRIS, seluruh aplikasi pembayaran dari penyelenggara manapun baik bank dan non-bank yang digunakan masyarakat, dapat digunakan di seluruh toko, warung, tiket wisata, dan donasi yang telah bekerja sama dengan QRIS. Sejak diresmikan tanggal 1 Januari 2020 hingga 3 Juli 2020, Bank Indonesia sudah mencatat penggunaan QRIS pada *merchant* besar mencapai 190.706 alias naik 47% dari 22 Maret lalu, *merchant* sedang mencapai 333.992 alias naik 26%, usaha kecil menengah (UKM) mencapai 685.328 alias naik 125%, usaha mikro kecil menengah (UMKM) mencapai 2.603.516 alias naik 9%, dan *merchant* donasi mencapai 9.288 alias naik 132% (databoks.katadata.co.id, 2020).

Berdasarkan kenaikan penggunaan QRIS tersebut, tentunya akan berdampak terhadap beberapa hal salah satunya terhadap keputusan pembelian. Keputusan yang diambil sebelum melakukan pembelian dapat dilihat sebagai langkah-langkah dalam

proses pengambilan keputusan. Konsumen akan memiliki berbagai pilihan saat memasuki level ini. Konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor saat melakukan pembelian, termasuk faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Unsur-unsur tersebut dapat mempengaruhi atau bahkan mengakibatkan penundaan atau pembatalan keputusan pembelian. Dengan adanya perubahan sistem pembayaran ini, tidak semua konsumen dapat beradaptasi dengan mudah karena akan ada sekelompok konsumen termasuk mahasiswa yang memilih menunda pembelian karena metode pembayaran QRIS ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Metode Pembayaran

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), metode diartikan sebagai suatu cara yang terdapat baik-baik untuk mencapai suatu tujuan (dalam ilmu pengetahuan dan lain sebagainya) atau dapat diartikan juga sebagai cara kerja yang terstruktur untuk memudahkan suatu kegiatan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Sedangkan, pengertian pembayaran menurut Hasibuan (dalam Rahmad, 2019) yaitu berpindahnya hak kepemilikan atas sejumlah nilai uang dari pembayar kepada penerima, baik secara langsung maupun melalui jasa perbankan. Metode pembayaran merupakan cara dimana kita biasa melakukan pembayaran baik barang ataupun jasa (Handayani, et al, 2022). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa metode pembayaran adalah suatu mekanisme yang dipilih seseorang dengan menunjukkan adanya aliran nilai dari pembayar ke penerima terhadap pembelian barang atau jasa.

Jenis-Jenis Metode Pembayaran

Berdasarkan sumber dari laman resmi Bank Indonesia (BI), dalam sistem pembayaran terdapat instrumen pembayaran tunai dan non-tunai. Dalam sistem pembayaran tunai terdapat jenis uang kartal yang berbentuk uang kertas dan uang logam yang memiliki nilai dan merupakan alat pembayaran yang sah di dalam suatu negara. Sedangkan instrumen pembayaran non-tunai adalah kartu kredit dan debit yang diterbitkan perbankan serta uang elektronik.

Pengertian QRIS

QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) merupakan standar kode QR Nasional untuk memfasilitasi masyarakat dalam pembayaran kode QR di Indonesia yang diluncurkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) pada 17 Agustus 2019 dan resmi diaktifkan sejak 1 Januari 2020. QRIS memiliki tujuan agar pembayaran digital menjadi lebih mudah dan cepat bagi masyarakat serta dapat diawasi oleh regulator. Hal ini terbukti dengan saat ini pihak *merchant* tidak perlu mempersiapkan banyak aplikasi pembayaran atau *e-wallet*, tetapi hanya menyediakan satu QR Code di toko dan QR Code dapat di-*scan* oleh konsumen dengan berbagai aplikasi *e-wallet* di ponsel nya (Sihaloho, 2020).

Manfaat QRIS

Adanya standarisasi kode QR melalui QRIS tentu memberikan banyak manfaat baik kepada pengguna maupun pihak *merchant*, antara lain:

1. Bagi Pengguna Aplikasi
 - a) Cepat, karena menggunakan teknologi QR Code
 - b) Praktis, karena tidak repot untuk membawa uang tunai
 - c) Efektif, karena dapat digunakan di semua *merchant*

- d) Aman, karena terlindungi dan diawasi oleh Bank Indonesia.
- 2. Bagi Merchant
 - a) Menjadi lebih praktis dalam proses transaksi
 - b) Memiliki potensi peningkatan penjualan
 - c) Mengurangi potensi uang palsu
 - d) Dapat melihat catatan transaksi harian
 - e) Meningkatkan *branding merchant*
 - f) Mengurangi *human error* dalam transaksi

Metode QRIS

Metode QRIS pada MPM terdiri dari dua media tampilan yang ada di *merchant*, di mana menampilkan QR Code yang akan di *scan* oleh konsumen melalui ponselnya, yaitu:

1. Metode Statis
 - Dengan memiliki beberapa karakteristik:
 - a) QR Code ditampilkan melalui stiker atau lainnya
 - b) QR Code yang sama digunakan untuk setiap transaksi
 - c) QR Code belum mengandung nominal pembayaran yang harus dibayar, sehingga memerlukan input jumlah nominal
2. Metode Dinamis
 - a) QR Code ditampilkan melalui struk yang dicetak menggunakan mesin EDC
 - b) QR Code yang berbeda dicetak untuk setiap transaksi
 - c) QR Code telah mengandung nominal pembayaran yang akan dibayar

Keputusan Pembelian

Menurut Firmansyah (dalam Rozi & Khuzaini, 2021) keputusan pembelian merupakan tahap yang dilalui pembeli dalam menentukan pilihan produk atau jasa yang ingin dibeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan (Abdillah & Sartika, 2020). Pemasar harus memahami bagaimana latar belakang seorang pembeli (ciri-ciri pembeli) dapat mempengaruhi perilaku pembeliannya dan bagaimana pembeli melewati proses pembuatan keputusannya untuk membuat pilihan dalam membeli (Chaniago & Efawati, 2022).

Berdasarkan dari berbagai definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu proses yang dilalui oleh individu, kelompok, dan organisasi dalam menentukan satu pilihan dari berbagai pilihan yang tersedia sebelum melakukan transaksi pembelian sampai terjadinya pembelian terhadap barang atau jasa.

Indikator Keputusan Pembelian

Kotler dan Armstrong (dalam Soetanto, Septina, & Febry, 2020) mengemukakan bahwa terdapat indikator dalam keputusan pembelian sebagai berikut:

1. Pilihan produk. Konsumen harus mengambil keputusan produk mana yang sesuai dengan tujuannya.
2. Pilihan merek. Konsumen harus mengambil keputusan mengenai merek mana yang akan dipilih untuk dibeli.
3. Waktu pembelian. Konsumen harus mengambil keputusan untuk pemilihan waktu yang sesuai karena tiap konsumen akan memiliki pemilihan waktu yang berbeda-beda.
4. Jumlah pembelian. Konsumen bisa mengambil keputusan mengenai seberapa banyak produk yang akan dibeli.

5. Metode pembayaran. Konsumen bisa mengambil keputusan mengenai metode pembayaran yang akan digunakan saat melakukan pembelian barang atau jasa.

Proses Keputusan Pembelian

Dalam membeli suatu produk, seorang konsumen akan memandang suatu produk dari berbagai sudut pandang. Hal inilah yang disebut dengan tahap tahap proses keputusan pembelian (Hassa, 2023). Mengutip dari Firmansyah (dalam Rozi & Khuzaini, 2021) bahwa proses keputusan pembelian terdiri atas 5 tahapan yaitu:

1. Pengenalan Kebutuhan atau Masalah. Konsumen akan menyadari perbedaan keadaan sesungguhnya dengan keadaan yang diinginkan.
2. Pencarian Informasi. Setelah mengetahui suatu masalah, konsumen akan mencari informasi lebih lanjut dan mungkin tidak. Namun jika dorongan konsumen kuat terhadap suatu produk atau jasa maka konsumen akan langsung membelinya
3. Pilihan Alternatif. Konsumen akan menghadapi sejumlah merek yang dapat dipilih. Pemilihan alternatif ini akan melalui proses evaluasi terhadap alternatif itu sendiri.
4. Keputusan Pembelian. Tahap penilaian keputusan menyebabkan konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan
5. Perilaku Pasca Pembelian. Setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau tidak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif untuk memperoleh data yang relevan dengan situasi dan kondisi yang ada. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Politeknik Negeri Bandung yang pernah menggunakan metode pembayaran QRIS dengan total sampel yang dibutuhkan yaitu 110 responden. Penelitian ini juga menggunakan metode *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Dalam mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan kuesioner melalui media Google Formulir yang disebarkan kepada seluruh mahasiswa aktif Politeknik Negeri Bandung. Teknik analisis data yang digunakan ialah statistik riset berupa analisis regresi linear sederhana mengenai pengaruh metode pembayaran QRIS terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Politeknik Negeri Bandung.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil analisis demografi responden adalah sebagai berikut:

Tabel 1: Demografi Responden

Keterangan	Demografi	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	44	40%
	Perempuan	66	60%
Usia	< 20 tahun	14	12,7%
	20 – 22 tahun	81	73,6%
	> 22 tahun	15	13,6%
Jurusan	Teknik Mesin	8	7,3%
	Teknik Konversi Energi	6	5,5%
	Teknik Refrigerasi dan Tata Udara	5	4,5%
	Teknik Elektro	9	8,2%

	Teknik Komputer dan Informatika	10	9,1%
	Teknik Sipil	7	6,4%
	Teknik Kimia	5	4,5%
	Administrasi Niaga	44	40%
	Akuntansi	10	9,1%
	Bahasa Inggris	6	5,5%
Frekuensi menggunakan QRIS	2 kali	6	5,5%
	3 – 10 kali	26	23,6%
	Lebih dari 10 kali	78	70,9%
Aplikasi pembayaran digital yang sering digunakan	GoPay	39	35,5%
	OVO	20	18,2%
	ShopiPay	68	61,8%
	Dana	52	47,3%
	LinkAja	3	2,7%
	Mobile Banking	92	83,6%
	Lainnya	1	0,9%

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebuah alat ukur dinyatakan valid dan reliabel jika nilai r hitung lebih besar 0,3 dan Cronbach Alpha $> 0,6$ (Chaniago, et al., 2023). Berikut hasil uji validitas dan reliabilitas:

Tabel 2: Hasil Uji Validitas Variabel X

Item Pertanyaan	r hitung	keterangan
X1	0,755	Valid
X2	0,578	Valid
X3	0,748	Valid
X4	0,729	Valid
X5	0,614	Valid
X6	0,628	Valid
X7	0,722	Valid
X8	0,684	Valid
X9	0,792	Valid
X10	0,630	Valid
X11	0,702	Valid

Berdasarkan tabel di atas, semua item pertanyaan pada variabel X memiliki nilai r hitung $> 0,3$ sehingga dapat dinyatakan valid.

Tabel 3: Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item Pertanyaan	r hitung	keterangan
X1	0,508	Valid
X2	0,369	Valid
X3	0,714	Valid
X4	0,819	Valid
X5	0,790	Valid
X6	0,507	Valid

Berdasarkan tabel di atas, semua item pertanyaan pada variabel X memiliki nilai r hitung $> 0,3$ sehingga dapat dinyatakan valid.

Tabel 4: Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Metode Pembayaran QRIS	0,875	Reliabilitas Baik
Keputusan Pembelian	0,664	Reliabilitas Baik

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa data memiliki reliabilitas yang baik.

Hasil Uji Normalitas

Tabel 5: Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.95067533
Most Extreme Differences	Absolute	.044
	Positive	.041
	Negative	-.044
Test Statistic		.044
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas di atas, di dapat nilai signifikansi $0,20 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 6: Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.419 ^a	.175	.168	2.964

a. Predictors: (Constant), QRIS

Berdasarkan tabel di atas, di dapat bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,175 sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh metode pembayaran QRIS sebesar 17,5% sedangkan sebesar 82,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 7: Koefisien Regresi Linear Sederhana

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	201.684	1	201.684	22.952	.000 ^b
	Residual	949.007	108	8.787		
	Total	1150.691	109			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), QRIS

Berdasarkan tabel di atas, di dapat bahwa nilai F hitung sebesar 22,952 dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$ nilai probabilitas sehingga dapat disimpulkan bahwa

terdapat pengaruh antara variabel bebas yaitu metode pembayaran QRIS (X) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	9.867	2.695		3.660	.000
	QRIS	.265	.055	.419	4.791	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel di atas, di dapat bahwa nilai konstanta positif sebesar 9,867 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,419 sehingga didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 9,867 + 0,419X$$

PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh metode pembayaran QRIS terhadap keputusan pembelian dikalangan mahasiswa Politeknik Negeri Bandung dengan sampel sebanyak 110 responden. Selain itu, berdasarkan data demografi yang diambil dari hasil kuesioner dapat ditarik kesimpulan bahwa mahasiswa Politeknik Negeri Bandung telah menggunakan metode pembayaran QRIS dengan frekuensi penggunaan lebih dari 10 kali (70,9%) dan menggunakan aplikasi pembayaran digital mobile banking (83,6%).

Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa metode pembayaran QRIS memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai r_{square} sebesar 0,175. Meskipun nilai $r_{square} < 0.33$ dikategorikan lemah akan tetapi korelasi yang positif dan signifikan memiliki arti bahwa terdapat keterkaitan antara metode pembayaran QRIS dengan keputusan pembelian mahasiswa Politeknik Negeri Bandung.

Pada penelitian ini nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan signifikan memenuhi syarat $< 0,05$, yang mana terdapat pengaruh yang signifikan antara metode pembayaran QRIS sebagai variabel X dengan keputusan pembelian sebagai variabel Y. Adapun nilai t hitung sebesar 4,791 lebih besar dari t tabel sebesar 3,660. Berdasarkan metode regresi sederhana pada penelitian ini dihasilkan bahwa sebesar 17,5% metode pembayaran QRIS berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Politeknik Negeri Bandung dan sisanya sebesar 82,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil tersebut relevan dengan penelitian Rahman & Supriyanto (2022) bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan pembayaran *digital* sebesar 54,2 %. Penelitian beliau menunjukkan bahwa informasi mengenai sistem QRIS mudah didapatkan, mudah dipelajari dan dipahami, hal tersebut membuat mahasiswa memutuskan untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran, selain itu banyaknya aplikasi pembayaran yang terhubung dengan QRIS juga membuat minat pengguna semakin meningkat karena merasa lebih mudah. Dengan demikian, adanya pengaruh antara metode pembayaran QRIS dengan keputusan pembelian ini selaras dengan penelitian terdahulu, yang mana mengatakan bahwa adanya kemudahan dalam mengakses QRIS membuat mahasiswa memutuskan untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Oleh karena itu, para pemilik usaha secara keseluruhan diharapkan dapat memperhatikan dan meningkatkan metode

pembayaran yaitu dengan menyediakan QRIS di toko mereka karena akan cukup mempengaruhi keputusan pembelian oleh calon konsumen.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh metode pembayaran QRIS terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Politeknik Negeri Bandung dengan sampel sebanyak 110 responden yang pernah menggunakan QRIS. Penelitian ini dinyatakan bahwa metode pembayaran QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. Penelitian ini menghasilkan bahwa sebesar 17,5% penggunaan metode pembayaran QRIS memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. Sedangkan sebesar 82,5% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Sehingga hal tersebut memberikan tantangan dan peluang besar bagi peneliti untuk mencari tahu variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa Politeknik Negeri Bandung selain penggunaan metode pembayaran QRIS.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L., & Sartika, F. (2020). Identifikasi Segmentasi Demografi, Psikografis dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *International Journal Administration, Business & Organization*, 1(3), 47–53
- Bank Indonesia. (2020). Retrieved from bi.go.id: <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/>
- Chaniago, Harmon., Muharam, Hari., Efawati, Yen. (2023). Metode Riset Bisnis dan Permodelan. Bandung: Edukasi Riset Digital, PT
- Handayani, F., Khairunisa, M., & Muir, S. (2022). Pengaruh Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa di Marketplace Shopee. *Journal of Sharia and Law*, 1(1), 51-60.
- Harmon Chaniago and Yen Efawati. (2022). The implementation of integrated marketing communication on retail business: Moslem consumers' perceptions. *International Journal of Business and Globalisation*, Vol. 30, No. 2. pp 187-206. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2022.122664>
- Hassa, R. S. (2023). Analisis Pengaruh Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Donat Madu di Bandung, Indonesia. *International Journal Administration, Business & Organization*. 4(1), 4-5.
- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., & Novalia, B. G. (2018). Peran Fintech dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Masharif al-Syariah*. 3(1).
- Rahmad, A. S. (2019). Aplikasi Sistem Pembayaran Administrasi Kuliah di Universitas Islam Majapahit Mojokerto (Doctoral dissertation, Universitas Islam Majapahit Mojokerto).
- Rahman, A. F. S. K., & Supriyanto, S. (2022). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan QRIS Sebagai Metode Pembayaran pada Masa Pandemi. *Indonesian Scientific Journal of Islamic Finance*, 1(1), 1-21.
- Rozi, I. A., & Khuzaini, K. (2021). Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(5).
- Sihaloho, J. E. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 17(2).
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 5(1), 64.
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D. Bandung: ALFABETA.