BAB

IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai hubungan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan QRIS dengan *impulse buying* pada anggota organisasi Miss Bantul, dapat ditarik kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Hasil uji korelasi spearman rank menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan dengan *impulse buying* pada anggota organisasi Miss Bantul. Nilai koefisien korelasi sebesar -0,313 dengan hasil uji korelasi spearman rank menunjukkan hasil signifikansi sebesar 0,043 (<0,05), sehingga hipotesis pertama diterima. Hasil temuan ini dapat menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan QRIS, maka kecenderungan *impulse buying* cenderung rendah. penelitian ini hanya fokus menunjukkan adanya hubungan pendekatan korelasional, dan tidak dapat diartikan sebagai hubungan sebab-akibat.
2. Hasil uji korelasi spearman rank menunjukkan tidak terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi kemanfaatan QRIS dengan *impulse buying* pada anggota organisasi Miss Bantul. Dengan hasil uji korelasi spearman rank menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar -0,225 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,153 (>0,05), sehingga hipotesis kedua tidak diterima. Hasil temuan ini dapat menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan oleh pengguna QRIS tidak memiliki keterkaitan yang signifikan dengan *impulse buying* pada anggota organisasi Miss Bantul.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti akan memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi penguna QRIS

   Pengguna QRIS diharapkan untuk dapat menggunakan dan memanfaatkan adanya kemudahan yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital pada saat ini, namun tetap mengontrol diri agar tidak terjebak pada *impulse buying* karena adanya kemudahan transaksi digital pada saat ini. Selain itu, pengguna QRIS juga dapat meningkatkan literasi digital agar meningkatkan pengelolaan keuangan yang baik.

2. Bagi peneliti selanjutnya

   Peneliti selanjutnya disarankan dapat memperluas subjek penelitian pada komunitas yang lebih besar dengan karakteristik dan kelompok masyarakat yang berbeda. Selain itu, dapat menambahkan item variabel lainnya secara teoritis yang berkaitan dengan *impulse buying* seperti potongan harga, gaya hidup, dan literasi keuangan. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan analisis yang berbeda seperti pendekatan kualitatif agar dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam.

3. Bagi penyedia layanan

   Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi kemudahan penggunaan dan kemanfaatan QRIS telah diterima dan digunakan dengan baik oleh pengguna. Oleh karena itu, penyedia layanan diharapkan dapat meningkatkan kualitas, keamanan, dan menciptakan kenyamanan pengguna agar sistem terus digunakan dan terus dipercaya oleh pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

Akhmal, A., & Lutviani, M. (2024). MODEL PERILAKU PENGGUNA APLIKASI QRIS DAN HUBUNGANNYA TERHADAP IMPULSIVE BUYING. *JURNAL LENTERA BISNIS*, *13*(3), 1592–1606. https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i3.1207

Amelia, P., Ahdianti, F., Shakila, A. R., & Muhammad, A. F. (2025). Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital (QRIS) Terhadap Tingkat Pengeluaran Konsumsi Generasi Z. *Jurnal Interdisipliner*, *1*(6), 128–140.

Hapsari, D. A. (2024). *Pengaruh Financial Literacy, Gaya Hidup, Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Perilaku Konsumtif Gen-Z Sebagai Pengguna Quick Response Code Indonesia Standard (Qris) Sebagai Alat Pembayaran Digital Di Yogyakarta* [Jurnal, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta]. http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/2476/

Mardhiyah, A., & Mirati, E. (2025). Pengaruh Kemanfaatan dan Kemudahan Penggunaan QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Depok. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ*, *6*(1). https://prosiding.pnj.ac.id/index.php/SNAM/article/view/5663

Zahra, N., Pardede, A., & Budi, A. (2026). *Pengaruh Kemudahan Transaksi, Promosi Digital, dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Impulsive Buying Pengguna QRIS di Kalangan Mahasiswa*. *4*.

Zed, E. Z., Hanifah, N. N., Fera, C. Z., Prihayanti, E., & Bayhaqi, B. (2025). Pengaruh Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Terhadap Perilaku Konsumen di Era Cashless Society. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pendidikan | E-ISSN : 3062-7788*, *2*(2), 615–620.

Muniarty, L., dkk. (2023). Efektivitas penggunaan QRIS sebagai alat transaksi digital di Kota Bima. *Jurnal Ilmiah*.

Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189–199.

Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi ke-2). Bandung: Alfabeta.

LAMPIRAN

1. Data Profil Responden

a. Status penggunaan QRIS
   a. Ya
   b. Tidak
b. Usia
   a. <20 tahun
   b. 20-25 tahun
   c. 26-30 tahun
   d. >30 tahun
c. Frekuensi penggunaan QRIS
   a. Kurang dari 3 bulan
   b. 3-6 bulan
   c. 6-12 bulan
   d. Lebih dari 12 bulan
d. Tujuan penggunaan QRIS
   a. Belanja harian
   b. Makan/minum
   c. Transportasi
   d. Donasi

2. Kuesioner

A. Persepsi Kemudahan Penggunaan QRIS

Tabel 4. 1 pernyataan kuesioner persepsi kemudahan penggunaan

No	Pernyataan
$X_1.1$	QRIS mudah dipelajari.
$X_1.2$	Saya merasa QRIS mudah digunakan saat melakukan transaksi.
$X_1.3$	Saya merasa penggunaan QRIS tidak menyulitkan saat melakukan transaksi.
$X_1.4$	Saya cepat memahami cara melakukan pembayaran menggunakan QRIS.

B. Persepsi Kemanfaatan QRIS

Tabel 4. 2 pernyataan kuesioner persepsi kemanfaatan

No	Pernyataan
$X_2.1$	Saya merasa pembayaran menggunakan QRIS menjadi lebih cepat.
$X_2.2$	Saya merasa QRIS memberikan manfaat dalam aktivitas pembayaran sehari-hari.

$X_2.3$	Pembayaran mrnggunakan QRIS membantu menghemat waktu saat bertransaksi.
$X_2.4$	Saya merasa QRIS membantu transaksi menjadi lebih efisien.

C. Impulse buying

Tabel 4. 3 pernyataan kuesioner impulse buying

No	Pernyataan
Y1	Saya sering membeli sesuatu dengan spontan tanpa adanya perencanaan sebelumnya.
Y2	Saya sering membeli suatu barang tanpa berpikir Panjang.
Y3	Saya sulit menahan keinginan membeli barang yang menarik perhatian saya.
Y4	Terkadang saya membeli barang secara tiba-tiba saat ada promosi.

Hasil uji validitas persepsi kemudahan

Correlations

		QRIS mudah dipelajari	Saya merasa QRIS mudah digunakan saat melakukan transaksi	Saya merasa penggunaan QRIS tidak menyulitkan saat melakukan transaksi	Saya cepat memahami cara melakukan pembayaran menggunakan QRIS	Langkah pembayaran QRIS jelas dan mudah dipahami	total_x1
QRIS mudah dipelajari	Pearson Correlation	1	.400*	.765**	.736**	.777**	.917**
	Sig. (2-tailed)		.031	.000	.000	.000	.000
	N	29	29	29	29	29	29
Saya merasa QRIS mudah digunakan saat melakukan transaksi	Pearson Correlation	.400*	1	.321	.510**	.450*	.603**
	Sig. (2-tailed)	.031		.090	.005	.014	.001
	N	29	29	29	29	29	29

Saya merasa penggunaan QRIS tidak menyulitkan saat melakukan transaksi	Pearson Correlation	.765**	.321	1	.565**	.649**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.090		.001	.000	.000
	N	29	29	29	29	29	29
Saya cepat memahami cara melakukan pembayaran menggunakan QRIS	Pearson Correlation	.736**	.510**	.565**	1	.627**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.001		.000	.000
	N	29	29	29	29	29	29
Langkah pembayaran QRIS jelas dan mudah dipahami	Pearson Correlation	.777**	.450*	.649**	.627**	1	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.014	.000	.000		.000
	N	29	29	29	29	29	29
total_x1	Pearson Correlation	.917**	.603**	.869**	.803**	.855**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	29	29	29	29	29	29

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji validitas persepsi kemanfaatan

Correlations

		Saya merasa pembayaran menggunakan QRIS menjadi lebih cepat	Pembayaran menggunakan QRIS membantu menghemat waktu saat bertransaksi	Saya merasa QRIS memberikan manfaat dalam aktivitas pembayaran sehari-hari	Saya merasa QRIS membuat transaksi pembayaran menjadi lebih lancar	Saya merasa QRIS membantu transaksi menjadi lebih efisien	total_x2
Saya merasa pembayaran menggunakan QRIS menjadi lebih cepat	Pearson Correlation	1	.631**	.726**	.643**	.590**	.835**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.000
	N	29	29	29	29	29	29
Pembayaran menggunakan QRIS membantu menghemat waktu saat bertransaksi	Pearson Correlation	.631**	1	.642**	.734**	.681**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	29	29	29	29	29	29
Saya merasa QRIS memberikan manfaat dalam aktivitas pembayaran sehari-hari	Pearson Correlation	.726**	.642**	1	.717**	.679**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	29	29	29	29	29	29
Saya merasa QRIS	Pearson Correlation	.643**	.734**	.717**	1	.686**	.879**

membuat transaksi pembayaran menjadi lebih lancar	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	29	29	29	29	29	29
Saya merasa QRIS membantu transaksi menjadi lebih efisien	Pearson Correlation	.590**	.681**	.679**	.686**	1	.845**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000
	N	29	29	29	29	29	29
total_x2	Pearson Correlation	.835**	.856**	.881**	.879**	.845**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	29	29	29	29	29	29

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil uji validitas *impilse buying*

Correlations

		Saya sering membeli sesuatu dengan spontan tanpa adanya perencanaan sebelumnya	Saya sering membeli suatu barang tanpa pikir panjang	Saya membeli barang yang saya inginkan tanpa mempertimbangkan kebutuhan	Saya sulit menahan keinginan membeli barang yang menarik perhatian saya	Terkadang saya membeli barang secara tiba-tiba saat ada promosi	total_y
Saya sering membeli sesuatu dengan spontan tanpa adanya perencanaan sebelumnya	Pearson Correlation	1	.581**	.679**	.608**	.551**	.796**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.002	.000
	N	29	29	29	29	29	29

Saya sering membeli suatu barang tanpa pikir panjang	Pearson Correlation	.581**	1	.793**	.699**	.722**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000	.000
	N	29	29	29	29	29	29
Saya membeli barang yang saya inginkan tanpa mempertimbangkan kebutuhan	Pearson Correlation	.679**	.793**	1	.765**	.743**	.927**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	29	29	29	29	29	29
Saya sulit menahan keinginan membeli barang yang menarik perhatian saya	Pearson Correlation	.608**	.699**	.765**	1	.618**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	29	29	29	29	29	29
Terkadang saya membeli barang secara tiba-tiba saat ada promosi	Pearson Correlation	.551**	.722**	.743**	.618**	1	.839**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000		.000
	N	29	29	29	29	29	29
total_y	Pearson Correlation	.796**	.886**	.927**	.855**	.839**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	29	29	29	29	29	29

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil uji reliabilitas X_1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	5

Hasil uji reliabilitas X_2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	5

Hasil uji reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	5

Hasil pengumpulan data

Timestamp	Apakah anda pengguna QRIS?	Usia	lama penggunaan	frekuensi penggunaan	fungsi QRIS	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Y1	Y2	Y3	Y4	Mengikuti UKM / komunitas/ organisasi	
5/28/2026 10:51:05	Ya	20-25 tahun	>12 bulan	>15 kali	Belanja harian, Makan / minum, Transportasi, Donasi	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4	4		
5/28/2026 11:05:12	Ya	20-25 tahun	>12 bulan	>15 kali	Belanja harian, Makan / minum, Transportasi, Donasi	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	2	4		
5/28/2026 11:07:31	Ya	20-25 tahun	>12 bulan	>15 kali	Belanja harian, Makan / minum	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4		
5/28/202	Ya	20-2	>12	>15 kali	Belanja harian, Makan /	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3		

6 11:17:22		5 tahun	bulan		minum, Transportasi														
5/28/2026 11:19:06	Ya	20-25 tahun	<3 bulan	>15 kali	Belanja harian, Makan / minum, Donasi	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
5/28/2026 11:46:58	Ya	< 20 tahun	<3 bulan	4-7 kali	Belanja harian, Makan / minum, Transportasi	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4		
5/28/2026 11:52:27	Ya	< 20 tahun	6-12 bulan	>15 kali	Belanja harian, Makan / minum	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5		
5/28/2026 12:35:47	Ya	< 20 tahun	6-12 bulan	4-7 kali	Belanja harian, Makan / minum, Transportasi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
5/28/2026 15:15:44	Ya	< 20 tahun	3-6 bulan	8-15 kali	Belanja harian	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
5/28/2026 15:28:12	Ya	20-25 tahun	>12 bulan	8-15 kali	Belanja harian, Makan / minum, Donasi	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	2		
5/28/2026 16:35:24	Ya	20-25 tahun	6-12 bulan	>15 kali	Belanja harian, Makan / minum, Transportasi, Donasi	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5		

5/28/2026 18:28:57	Ya	20-25 tahun	>12 bulan	>15 kali	Belanja harian, Makan / minum, Transportasi, Donasi	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5		
5/28/2026 18:59:47	Ya	20-25 tahun	3-6 bulan	>15 kali	Belanja harian, Makan / minum	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4		
5/28/2026 20:04:08	Ya	20-25 tahun	>12 bulan	8-15 kali	Makan / minum	5	5	5	4	4	4	4	4	3	2	2	3		
5/28/2026 20:04:16	Ya	20-25 tahun	6-12 bulan	>15 kali	Belanja harian, Makan / minum, Transportasi, Donasi	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5		
5/28/2026 21:25:35	Ya	< 20 tahun	>12 bulan	8-15 kali	Belanja harian, Makan / minum, Transportasi, Donasi	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	5		
5/28/2026 21:35:10	Ya	26-30 tahun	>12 bulan	>15 kali	Belanja harian	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	3	2		
5/28/2026 21:38:58	Ya	20-25 tahun	>12 bulan	8-15 kali	Belanja harian, Makan / minum, Transportasi, Donasi	5	5	5	5	3	4	3	5	2	3	2	3		
5/28/202	Ya	20-2	>12	8-15 kali	Belanja harian, Makan /	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		

6 21:41:05		5 tahun	bulan		minum, Transportasi, Donasi														
5/28/2026 21:43:45	Ya	20-25 tahun	>12 bulan	8-15 kali	Belanja harian	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	2		
5/28/2026 21:49:33	Ya	26-30 tahun	>12 bulan	>15 kali	Belanja harian	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5		
5/28/2026 21:49:46	Ya	26-30 tahun	>12 bulan	>15 kali	Belanja harian	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	2	3		
5/28/2026 21:54:23	Ya	20-25 tahun	>12 bulan	>15 kali	Belanja harian	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4		
5/28/2026 21:57:49	Ya	26-30 tahun	>12 bulan	>15 kali	Belanja harian	5	4	4	4	5	5	5	5	4	2	2	3		
5/28/2026 22:12:28	Ya	20-25 tahun	>12 bulan	>15 kali	Belanja harian, Makan / minum, Transportasi, Donasi	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3		
5/28/2026 22:	Ya	20-25 ta	>12 bulan	>15 kali	Belanja harian	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3		

56:41		hun																	
5/28/2026 23:00:37	Ya	20-25 tahun	>12 bulan	4-7 kali	Belanja harian, Makan / minum, Donasi	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	1	1		
5/29/2026 4:45:19	Ya	< 20 tahun	3-6 bulan	8-15 kali	Belanja harian, Makan / minum, Transportasi, Donasi	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	3	3		
5/29/2026 4:59:18	Ya	26-30 tahun	>12 bulan	>15 kali	Belanja harian, Makan / minum, Transportasi, Donasi	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2		
5/29/2026 6:24:25	Ya	< 20 tahun	>12 bulan	1-3 kali	Belanja harian	4	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	2		
5/29/2026 6:29:23	Ya	20-25 tahun	>12 bulan	>15 kali	Belanja harian, Makan / minum	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	3	3		
5/29/2026 6:49:46	Ya	26-30 tahun	>12 bulan	>15 kali	Belanja harian, Makan / minum, Donasi	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	5		
5/29/2026 7:59:14	Ya	20-25 tahun	>12 bulan	4-7 kali	Makan / minum	5	5	5	5	4	4	4	4	2	3	2	2		

5/29/2026 8:03:39	Ya	20-25 tahun	>12 bulan	>15 kali	Belanja harian, Makan / minum, Transportasi	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
5/29/2026 9:26:24	Ya	20-25 tahun	>12 bulan	>15 kali	Belanja harian, Makan / minum, Transportasi, Donasi	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5		
5/29/2026 10:39:26	Ya	26-30 tahun	>12 bulan	4-7 kali	Belanja harian, Makan / minum	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5		
5/29/2026 11:14:56	Ya	20-25 tahun	>12 bulan	>15 kali	Belanja harian	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
5/29/2026 11:41:34	Ya	20-25 tahun	>12 bulan	>15 kali	Belanja harian, Makan / minum	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4		
5/29/2026 12:03:04	Ya	20-25 tahun	>12 bulan	>15 kali	Belanja harian	5	5	5	5	5	3	3	4	5	3	5	5		
5/29/2026 14:37:52	Ya	26-30 tahun	>12 bulan	8-15 kali	Makan / minum	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5		

5/29/2026 14:39:35	Ya	20-25 tahun	>12 bulan	>15 kali	Belanja harian, Makan / minum, Transportasi	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5		
5/29/2026 14:40:25	Ya	20-25 tahun	6-12 bulan	8-15 kali	Belanja harian, Makan / minum	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5		

