Jurnal Manajemen dan Teknologi
https://journal.stmiki.ac.id

E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November

OPEN ACCESS

https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2199

Pengaruh Pengalaman Pengguna dan Persepsi Keamanan terhadap Kepuasan Pengguna QRIS dengan Frekuensi Penggunaan sebagai Variabel Moderasi pada Kedai Kopi Langit Society Medan

Amelia [1*], Robin [2], Leony Hoki [3]

[1*,2,3] Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis Multi Sarana Manajemen Administrasi dan Rekayasa Teknologi, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia.

Email: amellniii.08@gmail.com [1*], robinzheng84@gmail.com [2], leony.hoki@gmail.com [3]

Histori Artikel:
Dikirim 16 Oktober 2026; *Diterima dalam bentuk revisi* 20 Oktober 2026; *Diterima* 30 Oktober 2026; *Diterbitkan* 25 November 2026. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengevaluasi pengaruh Pengalaman Pengguna dan Persepsi Keamanan terhadap Kepuasan Pengguna layanan pembayaran digital QRIS, dengan Frekuensi Penggunaan sebagai variabel moderasi, di Kedai Kopi Langit Society Medan. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan survei terhadap 150 responden yang dipilih melalui purposive sampling. Data dianalisis menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan nilai R-Square sebesar 0,536, yang berarti 53,6% variasi Kepuasan Pengguna dapat dijelaskan oleh model. Pengalaman Pengguna (β = 0,465; t = 8,374), Persepsi Keamanan (β = 0,364; t = 6,106), dan Frekuensi Penggunaan (β = 0,190; t = 3,538) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna. Frekuensi Penggunaan juga terbukti memoderasi hubungan Pengalaman Pengguna (β = 0,123) dan Persepsi Keamanan (β = 0,215) terhadap Kepuasan Pengguna. Temuan ini menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan memperkuat keterkaitan tersebut. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan wawasan bagi manajemen Kedai Kopi Langit Society dan penyedia layanan pembayaran digital untuk meningkatkan kepuasan pengguna melalui proses transaksi yang efisien, cepat, nyaman, dan aman, serta menjaga keandalan sistem QRIS.

Kata Kunci: Pengalaman; Keamanan; Kepuasan; Frekuensi; Pengguna.

Abstract

This study aims to evaluate the effects of User Experience and Perceived Security on User Satisfaction with the QRIS digital payment service, with Frequency of Use as a moderating variable, at Kedai Kopi Langit Society Medan. The research employs a quantitative method using a survey of 150 respondents selected through purposive sampling. The data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the assistance of SmartPLS 4. The results show an R-Square value of 0.536, meaning that 53.6% of the variance in User Satisfaction can be explained by the model. User Experience (β = 0.465; t = 8.374), Perceived Security (β = 0.364; t = 6.106), and Frequency of Use (β = 0.190; t = 3.538) each have a positive and significant effect on User Satisfaction. Frequency of Use was also found to moderate the relationship between User Experience (β = 0.123) and Perceived Security (β = 0.215) and User Satisfaction. These findings indicate that frequency of use strengthens these relationships. From a practical perspective, the results provide insights for the management of Kedai Kopi Langit Society and digital payment service providers to enhance user satisfaction through efficient, fast, convenient, and secure transaction processes, while maintaining the reliability of the QRIS system.

Keyword: Experience; Security; Satisfaction; Frequency; User.

Jurnal Manajemen dan Teknologi
https://journal.stmiki.ac.id

E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November

OPEN ACCESS

https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2199

1. Pendahuluan

Sistem pembayaran terus mengalami perubahan seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, beralih dari transaksi berbasis tunai menuju sistem pembayaran digital. Perkembangan ini merupakan dampak dari meningkatnya penggunaan internet, pemanfaatan perangkat digital, serta perubahan cara masyarakat umum dalam menggunakan layanan keuangan digital (Anjeli *et al*., 2025). Dibandingkan dengan cara pembayaran tradisional, sistem pembayaran digital memberikan pengalaman transaksi yang lebih cepat, efektif, dan nyaman, sekaligus menciptakan data transaksi yang bisa digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan serta membantu dalam pengambilan keputusan bisnis (Sihotang & Nasution, 2025). Di Indonesia, perubahan pada sistem pembayaran digital didorong oleh Bank Indonesia melalui peluncuran *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) yang berfungsi sebagai standar nasional untuk pembayaran berbasis kode QR. QRIS memungkinkan pengguna untuk melaksanakan pembayaran melalui berbagai aplikasi dompet digital dan perbankan seluler dengan menggunakan satu kode QR. Tren penggunaannya menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Berdasarkan informasi dari Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia pada tahun 2025, jumlah transaksi QRIS melonjak dari 124,11 juta transaksi pada 2020 menjadi 6,24 miliar transaksi pada 2024, dengan total nilai transaksi mencapai Rp659,93 triliun. Meningkatnya angka tersebut menandakan semakin diterimanya QRIS sebagai pilihan dalam pembayaran digital di Indonesia. Salah satu sektor yang memanfaatkan QRIS adalah industri makanan dan minuman (F&B), terutama kafe. Penggunaan QRIS dalam sektor ini mempermudah proses pembayaran, mempercepat transaksi, serta meningkatkan efisiensi operasional. Contoh pelaku usaha yang menerapkan metode pembayaran ini adalah Kedai Kopi Langit Society di Medan. Namun, peningkatan penggunaan QRIS tidak selalu berbanding lurus dengan kepuasan pengguna. Keberhasilan dalam menerapkan pembayaran digital tidak hanya tergantung pada seberapa banyak teknologi diadopsi, tetapi juga pada kualitas pengalaman transaksi dan keyakinan pengguna mengenai keamanan sistem. Maka dari itu, pengalaman pengguna dan persepsi tentang keamanan menjadi aspek krusial yang perlu diperhatikan untuk menjelaskan kepuasan pengguna QRIS.

Dalam perspektif *Expectation Confirmation Theory* (ECT), kepuasan pengguna terbentuk ketika pengalaman aktual yang dirasakan sesuai atau melampaui ekspektasi awal pengguna (Bhattacherjee, 2001). Dengan demikian, pengalaman pengguna menjadi salah satu elemen kunci yang berkontribusi pada tingkat kepuasan terhadap layanan pembayaran digital. Pengalaman yang menguntungkan, seperti kemudahan dalam penggunaan, kecepatan dalam melakukan transaksi, navigasi yang intuitif, dan kenyamanan saat bertransaksi, dapat memperbaiki evaluasi pengguna terkait kualitas layanan QRIS. Ini sejalan dengan Model Penerimaan Teknologi (TAM), yang menjelaskan bahwa persepsi terhadap kemudahan dan manfaat teknologi berpengaruh pada sejauh mana pengguna menerima teknologi tersebut. Semakin positif pengalaman yang diperoleh saat menggunakan QRIS, semakin tinggi kemungkinan pengguna memberikan umpan balik yang baik mengenai layanan tersebut. Selain dari pengalaman pengguna, persepsi keamanan juga merupakan aspek penting dalam menentukan kepuasan pengguna QRIS. Pengguna tidak hanya mencari transaksi yang cepat dan mudah, tetapi juga mengharapkan adanya perlindungan terhadap data pribadi, informasi keuangan, serta dana yang terlibat dalam transaksi. Berdasarkan Teori Risiko Persepsi, persepsi terhadap risiko dapat mempengaruhi penilaian pengguna terhadap suatu layanan. Dalam bidang pembayaran digital, pandangan positif mengenai keamanan dapat mengurangi kekhawatiran atas potensi risiko transaksi, sehingga meningkatkan tingkat kepercayaan dan kenyamanan bagi pengguna. Oleh karena itu, semakin baik pandangan pengguna mengenai keamanan sistem pembayaran QRIS, semakin positif juga penilaian mereka terhadap layanan tersebut. Hubungan antara pengalaman pengguna dan sudut pandang keamanan terhadap kepuasan pengguna mungkin terpengaruh oleh seberapa sering mereka menggunakan layanan tersebut. Pengguna yang menggunakan QRIS lebih sering memiliki peluang yang lebih tinggi untuk merasakan pengalaman transaksi yang berulang serta menilai konsistensi mutu layanan. Penggunaan berulang memberi ruang bagi pengguna untuk mengakrabkan diri dengan kemudahan, kecepatan,

Jurnal Manajemen dan Teknologi
https://journal.stmiki.ac.id
E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS
https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2199

dan keandalan sistem melalui pengalaman yang nyata. Selain itu, semakin banyak transaksi yang dilakukan, semakin besar kemungkinan bagi pengguna untuk mengevaluasi konsistensi sistem perlindungan keamanan saat melakukan pembayaran. Dengan demikian, tingkat frekuensi penggunaan diperkirakan bisa memperkuat keterkaitan antara pengalaman pengguna dan pandangan keamanan terhadap kepuasan pengguna QRIS. Beberapa penelitian sebelumnya telah menyoroti pentingnya pengalaman pengguna serta persepsi tentang keamanan dalam konteks pembayaran digital. Fauzi *et al.* (2023) menganalisis pengalaman pengguna layanan QRIS melalui enam dimensi User Experience Questionnaire (UEQ), yaitu daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan, yang menunjukkan pentingnya kualitas pengalaman dalam penggunaan layanan digital. Wicaksono *et al.* (2024) menemukan bahwa kepraktisan, kemanfaatan, dan keamanan layanan berhubungan dengan kepuasan pengguna QRIS. Selanjutnya, Supiati & Rinova (2025) menunjukkan bahwa aspek keamanan dan kemudahan penggunaan QRIS berperan dalam meningkatkan kepuasan pengguna. Dari aspek keamanan transaksi, Mulyana & Asri (2025) menjabarkan bahwa perlindungan dalam pembayaran elektronik berkaitan dengan penerapan identitas, kerahasiaan data, keandalan transaksi, serta privasi individu. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pengguna dan pandangan mengenai keamanan adalah faktor penting dalam mendefinisikan kepuasan pengguna terhadap layanan pembayaran digital.

Meskipun demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian yang perlu dikembangkan. Penelitian Fauzi *et al.* (2023), Wicaksono *et al.* (2024), serta Supiati & Rinova (2025) memberikan perhatian terhadap aspek pengalaman, kemudahan, kemanfaatan, dan keamanan dalam penggunaan QRIS, sedangkan Mulyana & Asri (2025) Lebih memfokuskan pada aspek keamanan dalam transaksi digital. Dengan mengacu pada penelitian ini, analisis mengenai peranan frekuensi penggunaan dalam memengaruhi hubungan antara pengalaman pengguna dan persepsi keamanan terhadap kepuasan masih perlu ditelaah lebih dalam. Selain itu, studi yang secara khusus menyelidiki hubungan ini dalam sektor makanan dan minuman, khususnya bagi pelanggan kedai kopi, masih memerlukan pengembangan. Sebenarnya, sifat transaksi di sektor kedai kopi yang sering kali berulang, memiliki nilai yang relatif kecil, serta membutuhkan kecepatan dalam pembayaran memberikan konteks yang penting untuk memahami perbedaan dalam pengalaman dan penilaian pengguna terhadap layanan QRIS. Menyusul kesenjangan yang ada, penelitian ini merancang model dengan menempatkan frekuensi penggunaan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara pengalaman pengguna dan persepsi keamanan terhadap kepuasan pengguna QRIS. Keunikan dari penelitian ini terletak pada pengujian kedua hubungan moderasi tersebut secara bersamaan dalam konteks penggunaan QRIS di Kedai Kopi Langit Society Medan. Penelitian ini juga menggabungkan *Expectation Confirmation Theory* (ECT), *Technology Acceptance Model* (TAM), dan Perceived Risk Theory untuk menjelaskan kepuasan pengguna melalui keselarasan pengalaman dengan harapan, penerimaan teknologi, serta penilaian terhadap keamanan dalam transaksi. Studi ini memiliki tujuan untuk mengeksplorasi dampak dari pengalaman pengguna serta pandangan terhadap keamanan terhadap kepuasan pengguna QRIS dan juga menguji bagaimana frekuensi penggunaan dapat mempengaruhi kedua hubungan tersebut di Kedai Kopi Langit Society Medan. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman perilaku pengguna dalam konteks pembayaran digital sambil memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku bisnis dan penyedia layanan pembayaran digital dalam meningkatkan pengalaman transaksi, memperkuat keamanan sistem, dan mendorong penggunaan QRIS secara berlanjut.

2. Landasan Teori

2.1 Pengalaman Pengguna

Pengalaman pengguna adalah keseluruhan pandangan, penilaian, dan reaksi yang timbul dari interaksi seseorang dengan produk, sistem, atau layanan tertentu. Dalam dunia pembayaran digital, pengalaman pengguna berhubungan dengan perasaan individu terhadap keseluruhan proses transaksinya, mulai dari menavigasi sistem, melakukan pembayaran, hingga menerima konfirmasi

E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS
https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2199

atas keberhasilan transaksi tersebut. Saat menggunakan QRIS, pengalaman pengguna terlihat melalui seberapa mudah pemahaman prosedur pembayaran, kecepatan dalam bertransaksi, kenyamanan saat menggunakan, keandalan sistem, dan sejauh mana layanan memenuhi kebutuhan pengguna. Pengalaman yang baik dapat menghasilkan penilaian positif terhadap layanan, karena pengguna merasakan bahwa teknologi yang diterapkan mampu menyediakan kemudahan dan keuntungan dalam proses pembayaran. Konsep pengalaman pengguna memiliki keterkaitan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis 1989) . TAM menjelaskan bahwa penerimaan individu terhadap teknologi dipengaruhi oleh dua aspek utama, yaitu *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) dan *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan). Dalam penggunaan QRIS, kemudahan melakukan transaksi dan manfaat yang diperoleh dapat membentuk pengalaman positif selama menggunakan layanan. Ketika pengguna merasakan bahwa QRIS mudah digunakan, mempercepat pembayaran, dan memberikan manfaat dalam aktivitas transaksi, pengguna cenderung memberikan penilaian yang lebih positif terhadap layanan tersebut. Dengan demikian, kualitas pengalaman pengguna menjadi salah satu aspek yang berperan dalam membentuk kepuasan pengguna QRIS. Hubungan antara pengalaman pengguna dan kepuasan juga didukung oleh penelitian terdahulu. Wicaksono *et al.* (2024) pada pengguna QRIS di Jawa Tengah menemukan bahwa *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *service security* merupakan aspek yang berperan dalam membentuk *user satisfaction*. Selanjutnya, Fauzi *et al.* (2023) mengevaluasi pengalaman pengguna pada website QRIS.id menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ) melalui enam dimensi, yaitu *attractiveness, perspicuity, efficiency, dependability, stimulation*, dan *novelty*. Penelitian tersebut memberikan gambaran bahwa pengalaman pengguna dapat dievaluasi melalui berbagai aspek yang berkaitan dengan kualitas interaksi pengguna dengan layanan digital. Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu tersebut, pengalaman pengguna dalam penelitian ini diposisikan sebagai faktor yang diduga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna QRIS.

2.2 Persepsi Keamanan

Persepsi terhadap keamanan adalah kepercayaan individu bahwa suatu sistem dapat memberikan perlindungan bagi data pribadi, informasi transaksi, akun, serta dana yang terlibat selama proses pembayaran. Dalam konteks QRIS, persepsi mengenai keamanan berhubungan dengan keyakinan bahwa suatu transaksi bisa dilakukan tanpa adanya akses ilegal, penyalahgunaan data, atau risiko kehilangan dana akibat gangguan atau tindakan yang merugikan bagi pengguna. Aspek keamanan sangat krusial karena transaksi digital mencakup pertukaran informasi dan pengolahan data keuangan melalui sistem elektronik. Dengan demikian, kepercayaan terhadap perlindungan dari sistem dapat mengurangi rasa khawatir pengguna dan menciptakan penilaian yang lebih baik terhadap layanan pembayaran digital. Pemahaman ini dapat diterangkan melalui Teori Risiko yang Dipersepsikan yang diusung oleh Bauer (1960) , yang menyatakan bahwa konsumen mempertimbangkan berbagai kemungkinan resiko saat membuat keputusan. Dalam dunia pembayaran digital, pengguna dapat menghadapi ketidakpastian terkait dengan keamanan data, penyalahgunaan akun, serta keberhasilan suatu transaksi. Semakin tinggi risiko yang dirasakan, semakin besar kemungkinan pengguna merasa khawatir ketika menggunakan layanan tersebut. Di sisi lain, sistem yang dianggap memiliki keamanan yang baik dapat mengurangi ketidakpastian tersebut, sehingga pengguna merasa lebih tenang saat bertransaksi. Oleh karena itu, persepsi tentang keamanan menjadi salah satu elemen penting yang dapat mempengaruhi penilaian dan kepuasan pengguna terhadap layanan QRIS. Penelitian terdahulu mendukung pentingnya persepsi keamanan dalam penggunaan pembayaran digital. Supiati & Rinova (2025) menemukan bahwa persepsi keamanan berperan dalam meningkatkan kepuasan pengguna QRIS. Wicaksono *et al.* (2024) juga mengemukakan bahwa *service security* merupakan salah satu aspek yang berkaitan dengan kepuasan pengguna QRIS. Sementara itu, Mulyana & Asri (2025) menjelaskan bahwa keamanan transaksi pada layanan *mobile payment* berkaitan dengan autentikasi, kerahasiaan informasi, integritas transaksi, dan privasi pengguna. Berdasarkan konsep tersebut dan disesuaikan dengan karakteristik transaksi QRIS, penelitian ini mengukur persepsi keamanan melalui empat indikator yang diadaptasi dari Prastiwi *et al.* (2026) , yaitu keamanan autentikasi, privasi transaksi, perlindungan data atau akun, dan

Jurnal Manajemen dan Teknologi
https://journal.stmiki.ac.id
E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS
https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2199

perlindungan dana. Keempat indikator tersebut digunakan untuk menggambarkan keyakinan pengguna terhadap perlindungan yang diberikan selama melakukan transaksi menggunakan QRIS.

2.3 Frekuensi Penggunaan

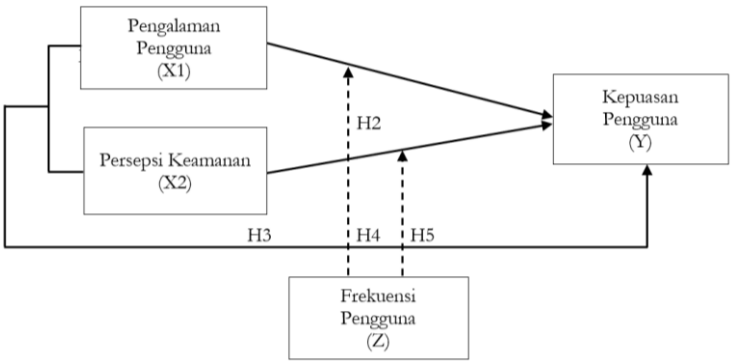
Frekuensi penggunaan (usage frequency) adalah ukuran seberapa sering seseorang memanfaatkan suatu produk, sistem, atau layanan dalam jangka waktu tertentu. Dalam konteks QRIS, frekuensi penggunaan mencerminkan seberapa aktif pengguna melakukan transaksi menggunakan QRIS sebagai cara pembayaran. Penggunaan yang berulang kali memberi individu kesempatan untuk mengalami langsung dan menilai kinerja layanan berdasarkan interaksi yang telah dilakukan. Pengguna yang lebih rutin bertransaksi lewat QRIS cenderung lebih sadar akan proses pembayaran, sehingga berpotensi memiliki pemahaman yang lebih dalam tentang kemudahan, kecepatan, kenyamanan, dan keamanan sistem. Frekuensi penggunaan dapat disambungkan dengan Teori Konfirmasi Ekspektasi (ECT) yang diperkenalkan oleh Bhattacherjee pada tahun 2001. Teori ini menjelaskan bahwa tingkat kepuasan muncul dari proses penilaian antara ekspektasi awal dan kinerja nyata yang dirasakan saat memakai sebuah layanan. Dalam konteks QRIS, penggunaan secara berulang memberi kesempatan kepada pengguna untuk membandingkan harapan dengan pengalaman transaksi yang sebenarnya. Jika pengalaman nyata secara konsisten sesuai atau melebihi harapan, pengguna akan cenderung memberikan penilaian yang lebih baik terhadap layanan tersebut. Oleh karena itu, frekuensi penggunaan dapat mencerminkan seberapa banyak pengguna terpapar pada pengalaman nyata saat memanfaatkan QRIS. Dalam studi ini, frekuensi penggunaan tidak hanya dijelaskan sebagai intensitas dalam melakukan transaksi, tetapi juga diperankan sebagai variabel moderasi yang dapat mempengaruhi kekuatan hubungan antara pengalaman pengguna dan kepuasan serta antara perasaan aman dan kepuasan. Pengguna yang melakukan transaksi lebih sering memiliki lebih banyak kesempatan untuk merasakan dan menilai kualitas pengalaman menggunakan QRIS. Oleh karena itu, pengalaman positif berpotensi memberikan dampak yang lebih kuat terhadap kepuasan bagi pengguna yang lebih sering melakukan transaksi. Demikian pula, penggunaan yang berulang memberi peluang lebih besar bagi pengguna untuk menilai konsistensi dari keamanan sistem. Ketika pengguna yang sering bertransaksi memiliki persepsi keamanan yang positif, penilaian tersebut bisa memperkuat hubungan antara persepsi keamanan dengan kepuasan. Sebaliknya, bagi pengguna yang jarang menggunakan, penilaian terhadap pengalaman dan keamanan sistem mungkin belum terbangun dengan baik melalui paparan transaksi yang serupa. Dukungan empiris mengenai penggunaan frekuensi sebagai variabel moderasi ditunjukkan oleh penelitian Lubis *et al.* (2026) , yang menempatkan frekuensi penggunaan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pembeli pada layanan Shopee. Meskipun memiliki konteks layanan yang berbeda dengan penelitian QRIS, kajian tersebut memberikan gambaran bahwa frekuensi penggunaan dapat dipertimbangkan sebagai faktor yang memengaruhi kekuatan hubungan antarvariabel. Berdasarkan landasan tersebut, penelitian ini menguji peran frekuensi penggunaan dalam memoderasi pengaruh pengalaman pengguna dan persepsi keamanan terhadap kepuasan pengguna QRIS. Pengukuran frekuensi penggunaan dalam penelitian ini menggunakan lima indikator, yaitu intensitas penggunaan, kebiasaan menggunakan QRIS, konsistensi penggunaan, preferensi menggunakan QRIS dibandingkan metode pembayaran lainnya, dan penggunaan berulang (*repeat usage*). Kelima indikator tersebut digunakan untuk menggambarkan tingkat keterlibatan dan kebiasaan pengguna dalam memanfaatkan QRIS sebagai metode pembayaran.

2.4 Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna adalah penilaian seseorang terhadap sebuah produk atau layanan setelah membandingkan harapan yang dimiliki sebelumnya dengan performa yang dirasakan saat menggunakan. Dalam kasus QRIS, kepuasan pengguna mencerminkan sejauh mana layanan pembayaran dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengguna saat melakukan transaksi. Perasaan puas muncul ketika proses pembayaran menawarkan kemudahan, kecepatan, kenyamanan, dan keamanan sesuai dengan harapan yang sudah ditetapkan pengguna. Sebaliknya, jika performa layanan tidak memenuhi harapan, pengguna mungkin memberikan penilaian yang kurang baik

Jurnal Manajemen dan Teknologi
https://journal.stmiki.ac.id
E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS
https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2199

terhadap layanan tersebut. Konsep kepuasan pengguna terkait erat dengan Teori Konfirmasi Ekspektasi (*Expectation Confirmation Theory*/ECT) yang diciptakan oleh Bhattacherjee pada tahun 2001. Teori ini menunjukkan bahwa kepuasan adalah hasil dari evaluasi yang dilakukan individu setelah membandingkan ekspektasi awal dengan kinerja nyata yang diperoleh saat menggunakan suatu sistem. Ketika pengalaman dalam penggunaan sesuai atau lebih baik dari harapan, pengguna cenderung akan merasa puas dan memberikan penilaian positif terhadap layanan. Dalam konteks pemakaian QRIS, pengalaman transaksi yang memuaskan dan keyakinan akan keamanan sistem menjadi aspek krusial dalam menentukan penilaian pengguna. Oleh karena itu, kepuasan pengguna tidak hanya berkaitan dengan suksesnya penyelesaian transaksi, tetapi juga mencakup kualitas keseluruhan dari layanan yang dirasakan. Penelitian terdahulu turut mendukung faktor-faktor yang berkaitan dengan kepuasan pengguna QRIS. Wicaksono *et al.* (2024) menemukan bahwa *perceived ease of use, perceived usefulness*, dan *service security* secara bersama-sama berperan dalam membentuk *user satisfaction* pada pengguna QRIS. Penelitian tersebut juga menunjukkan keterkaitan kepuasan dengan penggunaan QRIS secara berkelanjutan. Selanjutnya, Supiati & Rinova (2025) mengkaji pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap kepuasan pengguna QRIS, sehingga memperkuat relevansi kedua aspek tersebut dalam menjelaskan kepuasan pengguna pembayaran digital. Berdasarkan gagasan mengenai kepuasan pelanggan yang diusulkan oleh Fornell dan rekan-rekan pada tahun 1996, pengukuran kepuasan yang dilakukan oleh *American Customer Satisfaction Index* (ACSI) dapat diperoleh melalui tiga elemen kunci, yaitu ekspektasi pelanggan, kualitas yang dirasakan, dan nilai yang dirasakan. Ketiga elemen ini mencerminkan bagaimana pengguna menilai kesesuaian layanan dengan harapan mereka, kualitas layanan yang dirasakan, serta keuntungan atau nilai yang didapatkan selama penggunaan. Dengan menerapkan konsep ini dalam konteks pembayaran digital, studi ini bertujuan untuk menilai kepuasan pengguna QRIS berdasarkan tiga indikator, yakni ekspektasi pelanggan, kualitas yang dirasakan, dan nilai yang dirasakan. Indikator-indikator ini berfungsi untuk mengevaluasi seberapa baik layanan QRIS memenuhi ekspektasi, menyediakan kualitas transaksi yang memadai, serta memberikan manfaat yang dirasakan oleh pengguna.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

3. Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi metode kuantitatif dengan rancangan penelitian eksplanatori untuk menganalisis dampak pengalaman pengguna serta pandangan mengenai keamanan terhadap tingkat kepuasan pengguna QRIS, di mana frekuensi penggunaan berfungsi sebagai variabel yang memoderasi. Metode ini diambil karena memberikan kesempatan bagi peneliti untuk memaparkan hubungan antar variabel melalui pengujian hipotesis yang didasarkan pada data nyata yang ada. Studi ini dilakukan di Kedai Kopi Langit Society, yang terletak di Kota Medan, Sumatera Utara. Fokus penelitian ini adalah pada para pengguna QRIS yang melakukan pembayaran di kedai kopi tersebut dengan menggunakan aplikasi pembayaran digital, baik melalui layanan perbankan mobile

E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS
https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2199

atau dompet elektronik. Proses pengumpulan data berlangsung antara bulan September dan Oktober 2026. Target populasi dalam penelitian ini adalah semua individu yang pernah memanfaatkan QRIS untuk bertransaksi di Kedai Kopi Langit Society Medan. Mengingat jumlah populasi tidak bisa ditentukan dengan pasti, penetapan sampel mengacu pada rekomendasi Hair *et al.* (2022), yang menganjurkan pengambilan sampel sebesar 5 hingga 10 kali jumlah indikator penelitian. Dengan total 17 indikator yang digunakan, maka jumlah sampel yang dianjurkan berkisar antara 85 hingga 170 responden. Berdasarkan pertimbangan tersebut, penelitian ini melibatkan 150 responden guna mendapatkan data yang cukup dalam pengujian model penelitian. Metode pengambilan sampel dilakukan melalui purposive sampling, yaitu proses pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria untuk responden adalah: (1) berusia minimal 17 tahun; (2) telah melakukan transaksi menggunakan QRIS di Kedai Kopi Langit Society setidaknya tiga kali dalam tiga bulan terakhir; dan (3) bersedia untuk mengisi kuesioner penelitian dengan lengkap. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Forms. Setiap pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala Likert lima poin, dengan skor 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan skor 5 menunjukkan sangat setuju. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari pengalaman pengguna yang berfungsi sebagai variabel independen pertama (X1), persepsi mengenai keamanan sebagai variabel independen kedua (X2), kepuasan pengguna sebagai variabel dependen (Y), dan frekuensi penggunaan yang berperan sebagai variabel moderasi (Z).

Pengalaman pengguna dievaluasi berdasarkan enam indikator yang merujuk pada dimensi dari User Experience Questionnaire (UEQ), yang mencakup daya tarik, kejelasan, efisiensi, keandalan, stimulasi, dan kebaruan. Persepsi keamanan dinilai melalui empat indikator, yang meliputi keamanan autentikasi, privasi dalam transaksi, perlindungan terhadap data atau akun, serta perlindungan dana. Kepuasan pengguna diukur berdasarkan tiga dimensi, yaitu harapan dari pelanggan, kualitas yang dirasakan, dan nilai yang dirasakan. Di sisi lain, frekuensi penggunaan sebagai variabel moderasi ditentukan dengan empat indikator, termasuk intensitas penggunaan, konsistensi penggunaan dalam waktu tertentu, preferensi untuk menggunakan QRIS dibandingkan dengan metode pembayaran lain, dan penggunaan yang dilakukan berulang kali. Dengan cara ini, total variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan 17 indikator. Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) yang didukung oleh perangkat lunak SmartPLS versi 4. Pemilihan metode SEM-PLS dilakukan karena kemampuannya untuk menguji relasi antarvariabel sekaligus menilai model pengukuran dan model struktural, yang mencakup pengujian efek moderasi. Proses analisis dilakukan melalui dua fase, yaitu evaluasi model pengukuran (outer model) dan evaluasi model struktural (inner model). Evaluasi outer model bertujuan untuk menilai validitas serta reliabilitas alat penelitian. Validitas konvergen diukur berdasarkan nilai outer loading yang diharapkan melebihi 0,70 dan nilai Average Variance Extracted (AVE) harus lebih dari 0,50. Sedangkan untuk validitas diskriminan, evaluasi dilakukan dengan menggunakan Fornell-Larcker Criterion dan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT). Selanjutnya, reliabilitas konstruk dinilai dengan melihat nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha yang diinginkan lebih dari 0,70. Evaluasi model internal dilakukan dengan mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan dan meramalkan hubungan antara variabel. Proses pengujian ini mencakup koefisien determinasi (R^2), ukuran efek (f^2), dan relevansi prediktif (Q^2). Uji hipotesis dikerjakan dengan prosedur bootstrapping yang melibatkan 5.000 subsampel. Suatu hipotesis dianggap diterima jika t-statistiknya melebihi 1,96 dan p-value-nya lebih kecil dari 0,05 pada tingkat signifikansi 5%. Pengujian efek moderasi dilakukan dengan menciptakan variabel interaksi antara pengalaman pengguna dan frekuensi penggunaan (X1 × Z), serta antara persepsi keamanan dan frekuensi penggunaan (X2 × Z). Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menentukan apakah frekuensi penggunaan memperkuat atau melemahkan dampak dari pengalaman pengguna dan persepsi keamanan terhadap kepuasan pengguna QRIS. Efek moderasi dinyatakan signifikan apabila nilai p-value dari koefisien jalur variabel interaksi kurang dari 0,05. Arah moderasi ditentukan melalui tanda koefisien jalur interaksi, di mana positif menunjukkan penguatan hubungan, sedangkan negatif menunjukkan pelemahan hubungan.

Jurnal Manajemen dan Teknologi
https://journal.stmiki.ac.id
E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS
https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2199

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil

4.1.1 *Construct Reliability and Validity*

Reliabilitas konstruk digunakan guna menilai konsistensi internal indikator dalam mengukur konstruk yang dimaksud. Pengujian ini lazimnya mengenakan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.

Tabel 1. *Construct Reliability and Validity*

	Cronbach's Alpha	rho_A	*Composite Reliability*	*Average Variance Extracted* (AVE)
Frekuensi Penggunaan	0.926	0.948	0.939	0.658
Kepuasan Pengguna	0.872	0.877	0.904	0.611
Moderating Effect 1	1.000	1.000	1.000	1.000
Moderating Effect 2	1.000	1.000	1.000	1.000
Pengalaman Pengguna	0.943	0.946	0.950	0.615
Persepsi Keamanan	0.928	0.934	0.941	0.665

Berdasarkan hasil evaluasi model luar, secara keseluruhan, semua konstruk penelitian telah memenuhi kriteria dalam hal reliabilitas serta validitas konvergen. Semua nilai Cronbach's Alpha konstruk menunjukkan angka 0,70, dengan rentang nilai 0,872 hingga 1,000, meskipun nilai rho_A berada pada kisaran 0,877 hingga 1,000 dan *Composite Reliability* antara 0,904 hingga 1,000, yang mengindikasikan bahwa semua konstruk memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk semua konstruk melebihi 0,50, berada dalam rentang 0,611 hingga 1,000, yang menunjukkan bahwa semua konstruk telah mencapai standar validitas konvergen. Oleh karena itu, konstruk Frekuensi Penggunaan, Kepuasan Pengguna, Pengalaman Pengguna, Persepsi Keamanan, Moderating Effect 1, dan Moderating Effect 2 dapat disimpulkan sebagai reliabel dan valid, yang mendukung kelanjutan analisis.

4.1.2 *Fornell-Larcker Criterion*

Pengujian validitas diskriminan berfungsi untuk menegaskan bahwa setiap konstruk memiliki perbedaan yang menonjol dengan konstruk lainnya dalam model kajian. Pengujian dapat dilihat melalui *Fornell-Larcker Criterion*.

Tabel 2. Uji *Fornell-Larcker Criterion*

	Frekuensi Penggunaan	Kepuasan Pengguna	Moderating Effect 1	Moderating Effect 2	Pengalaman Pengguna	Persepsi Keamanan
Frekuensi Penggunaan	0.811					
Kepuasan Pengguna	0.349	0.782				
Moderating Effect 1	-0.248	-0.073	1.000			
Moderating Effect 2	-0.058	-0.108	0.373	1.000		
Pengalaman Pengguna	0.340	0.617	-0.224	-0.114	0.784	
Persepsi Keamanan	0.084	0.515	-0.099	-0.124	0.305	0.816

Jurnal Manajemen dan Teknologi
https://journal.stmiki.ac.id
E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS
https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2199

Berdasarkan kriteria Fornell-Larcker, validitas diskriminan dapat dianggap terpenuhi jika nilai akar kuadrat dari AVE setiap konstruk lebih besar dibandingkan dengan nilai keterkaitannya dengan konstruk lainnya. Kriteria Fornell-Larcker dianggap telah dipenuhi, terbukti dari nilai diagonal setiap konstruk yang melebihi nilai korelasinya dengan konstruk lain, yaitu Frekuensi Penggunaan (0,811), Kepuasan Pengguna (0,782), Moderating Effect 1 (1,000), Pengalaman Pengguna (0,784), dan Persepsi Keamanan (0,816). Berdasarkan hasil tersebut, secara keseluruhan, konstruk dinyatakan memenuhi standar validitas diskriminan karena tiap konstruk memiliki karakteristik yang berbeda dan dengan tepat mencerminkan gagasan yang ingin diukur dalam penelitian ini.

4.1.3 *Outer Loadings*

Uji validitas konvergen dimaksudkan guna mengetahui keberpengaruhan indikator-indikator dalam sebuah konstruk berhubungan kuat dalam menakar konsep yang sama. Pengujian umumnya dilihat dari nilai outer loading.

Tabel 3. Uji Outer Loadings

	Frekuensi Penggunaan	Kepuasan Pengguna	Moderating Effect 1	Moderating Effect 2	Pengalaman Pengguna	Persepsi Keamanan
Pengalaman Pengguna * Frekuensi Penggunaan			1.075			
Persepsi Keamanan * Frekuensi Penggunaan				0.932		
X1.10					0.726	
X1.11					0.818	
X1.12					0.779	
X1.2					0.830	
X1.3					0.804	
X1.4					0.801	
X1.5					0.794	
X1.6					0.772	
X1.7					0.786	
X1.8					0.775	
X1.9					0.769	
X2.1						0.773
X2.2						0.832
X2.3						0.834
X2.4						0.801
X2.5						0.787
X2.6						0.822
X2.7						0.858
X2.8						0.816
Y.1		0.830				
Y.2		0.814				
Y.3		0.750				
Y.4		0.783				
Y.5		0.725				
Y.6		0.782				

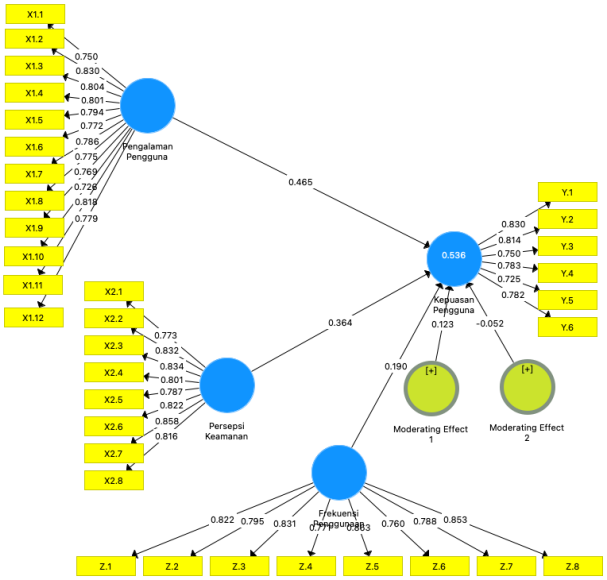
Jurnal Manajemen dan Teknologi
https://journal.stmiki.ac.id

E - ISSN: 3047-8251 | P - ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November

OPEN ACCESS

https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2199

Z.1	0.822	
Z.2	0.795	
Z.3	0.831	
Z.4	0.771	
Z.5	0.863	
Z.6	0.760	
Z.7	0.788	
Z.8	0.853	
X1.1		0.750



Gambar 2. Output Outer Model

4.1.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi melalui tahap pengujian guna menilai sejauh mana variable independen mampu menerangkan keragaman variable dependen dalam model penelitian.

Tabel 4. Koefisien Determinasi (R2)

	R Square	R Square Adjusted
Kepuasan Pengguna	0,536	0,520

Tabulasi di atas menyajikan nilai R Square (R^2) dan R Square Adjusted (R^2 Adjusted) untuk variabel endogen (terikat), yakni Kepuasan Pengguna**.** Berikut adalah penjelasan naratif mengenai makna nilai-nilai tersebut: Variable Kepuasan Pengguna memperoleh nilai R Square (0,536)**.** Angka tersebut bermakna bahwa variabel-variabel independen dalam model penelitian Anda (yaitu Pengalaman Pengguna, Persepsi Keamanan, Frekuensi Penggunaan, serta pengaruh moderasi) mampu saling memperjelas atau memprediksi variasi dari Kepuasan Pengguna sebesar 53,6%**.** Dengan kata lain, model yang Anda buat mampu menjelaskan lebih banyak faktor yang menentukan tingkat Kepuasan Pengguna dalam penelitian ini. Meskipun demikian, 46,4% variabilitas sisanya disebabkan oleh faktor-faktor eksternal di luar model ini, seperti kualitas layanan, biaya, fitur-fitur spesifik, serta variabel lain yang belum diteliti. Dalam konteks ilmu sosial dan perilaku (seperti manajemen, psikologi, atau sistem informasi), nilai R-square sebesar 0,536 umumnya diklasifikasikan sebagai tingkat penjelasan yang tinggi (berkisar antara moderat hingga substansial), yang menunjukkan bahwa perilaku manusia sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor yang kompleks dan tidak kentara.

Jurnal Manajemen dan Teknologi
https://journal.stmiki.ac.id
E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS
https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2199

3.1.5 Uji Hipotesis

Signifikansi hubungan antarvariabel dalam model SEM_PLS diuji melalui prosedur boostripping, dengan penekanan pada nilai t-statistic, p-value, dan path coefficient.

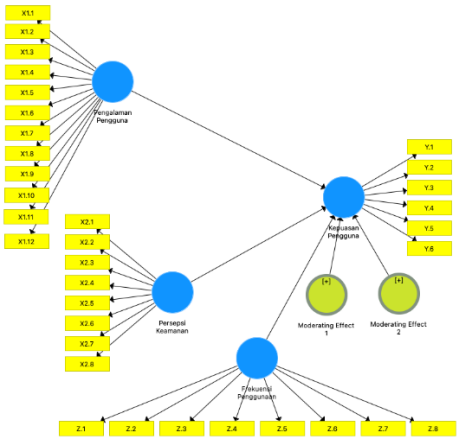
Tabel 5. Bootsrapping

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
Pengalaman Pengguna -> Kepuasan Pengguna	0,465	0,459	0,056	8,374	0,000
Persepsi Keamanan -> Kepuasan Pengguna	0,364	0,371	0,060	6,106	0,000
Frekuensi Penggunaan -> Kepuasan Pengguna	0,190	0,202	0,054	3,538	0,000
Moderating Effect 1 -> Kepuasan Pengguna	0,123	0,116	0,058	2,096	0,037
Moderating Effect 2 -> Kepuasan Pengguna	0,215	0,119	0,075	2,784	0,006

Berdasarkan Tabel diatas, hasil pengujian hipotesis menggunakan prosedur *bootstrapping* dalam metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) menunjukkan bahwa setiap hubungan antarvariabel memiliki dampak positif dan signifikan secara statistik. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *t-statistics* yang lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-value* yang lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut memperlihatkan pengaruh dari pengalaman langsung pengguna, persepsi keamanan, dan frekuensi penggunaan terhadap kepuasan pengguna, serta interaksi antara dua variabel independen dengan frekuensi penggunaan dalam kaitannya dengan kepuasan pengguna. Secara lebih spesifik, pengalaman pengguna memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan koefisien jalur sebesar 0,465, statistik-t sebesar 8,374, dan nilai p (p-value) yang sedikit di bawah 0,001. Jika dibandingkan dengan variabel langsung lainnya, koefisien ini merupakan yang paling signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa ketika pengguna melakukan transaksi menggunakan QRIS, tingkat kepuasan mereka akan meningkat. Kemudahan dalam melakukan pembayaran, efisiensi proses transaksi, kejelasan penggunaan, serta kenyamanan selama bertransaksi, semuanya dapat berkontribusi pada respons positif yang mendorong penggunaan layanan tersebut. Dengan demikian, pengalaman pengguna merupakan faktor yang memberikan dampak paling kuat terhadap kepuasan pengguna QRIS di Kedai Kopi Langit Society Medan. Lebih lanjut, persepsi keamanan juga menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan koefisien jalur sebesar 0,364, statistik-t sebesar 6,106, dan nilai p (p-value) yang sedikit di bawah 0,001. Hal ini mengindikasikan bahwa ketika persepsi pengguna mengenai keamanan transaksi QRIS meningkat, tingkat kepuasan pun turut meningkat. Keyakinan bahwa informasi pribadi, data transaksi, akun, dan dana terlindungi dapat meningkatkan kepercayaan pengguna serta memberikan rasa aman saat melakukan pembayaran. Oleh karena itu, keamanan transaksi menjadi faktor krusial dalam menentukan kepuasan pengguna, meskipun sebagian besar pengaruh langsungnya tetap berada pada variabel kepuasan pengguna tersebut. Frekuensi penggunaan juga memengaruhi kepuasan pengguna secara positif dan signifikan, dengan koefisien jalur sebesar 0,190, nilai t-statistik 3,538, dan p-value di bawah 0,001. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin sering QRIS digunakan, semakin besar pula rasa puas pengguna. Penggunaan berulang kali membuat pengguna lebih terbiasa dengan cara pembayaran, memahami langkah-langkah dalam transaksi, serta mengenal manfaat yang didapatkan dari menggunakan QRIS. Kondisi tersebut bisa menciptakan pengalaman yang lebih akrab, sehingga membantu meningkatkan rasa puas pengguna. Meskipun begitu, jika dibandingkan dengan pengalaman pengguna dan persepsi tentang keamanan, frekuensi penggunaan memiliki pengaruh langsung dengan koefisien yang lebih rendah.

Jurnal Manajemen dan Teknologi
https://journal.stmiki.ac.id
E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS
https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2199

Uji selanjutnya dilakukan untuk mengetahui peran frekuensi penggunaan dalam memengaruhi hubungan antara pengalaman pengguna dan tingkat kepuasan pengguna. Hasil uji menunjukkan bahwa interaksi antara pengalaman pengguna dan frekuensi penggunaan (Pengalaman Pengguna × Frekuensi Penggunaan) memiliki koefisien sebesar 0,123, nilai t-statistik sebesar 2,096, dan nilai p sebesar 0,037. Oleh karena koefisien interaksi tersebut terdapat pada tingkat nilai positif dan signifikan, dapat disimpulkan bahwa frekuensi penggunaan secara empiris mempertegas dampak pengalaman pengguna terhadap tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Sebagah tinggi bisa menalitas menggunakan QRIS, sebenerikan antara pengalaman penggunaan positif dan kepuasan yang terpercaya sebenar. Pengguna yang sudah terbiasa menggunakan QRIS memiliki peluang lebih besar untuk mengetahui kemudahan, efisiensi, dan kenyamanan dari sistem pembayaran tersebut. Oleh itu, pengumpulan pengalaman positif yang diakibatkan oleh penggunaan berulang mempunyai potensi untuk menyumbang secara signifikan kepada tahap kepuasan pengguna. Hasil pengujian moderasi berikutnya interaksi keaman dengan frekuensi penggunaan (Persepsi Keamanan Frekuensi Penggunaan) koefisien 0,215, t-statistics sebesar 2,784, dan p-value sebesar 0,006. Hasil tersebut menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan juga memperkuat secara positif dan signifikan hubungan antara persepsi keamanan dan rasa puas pengguna. Koefisien interaksi bernilai positif mengindikasikan bahwa pada tingkatan frekuensi penggunaan QRIS yang lebih tinggi, dampak persepsi keamanan terhadap tingkat kepuasan pengguna menjadi semakin intens dan signifikan. Menggunaan QRIS secara berulang memberikan kesempatan kepada pengguna untuk mengalami dan mengevaluasi keamanan transaksi secara langsung. Ketika pengguna merasa bahwa transaksi, data pribadi, dan dana mereka aman, rasa percaya terhadap sistem akan semakin meningkat, sehingga membuat kepuasan pengguna juga semakin bertambah. Secara umum, hasil tes menunjukkan bahwa pengalaman pengguna dan persepsi tentang keamanan berdampak positif dan nyata terhadap kepuasan pengguna QRIS. Frekuensi penggunaan juga terbukti memengaruhi secara langsung dan berperan sebagai variabel yang memperkuat kedua hubungan tersebut. Temuan ini dipercaya berbercayan kepuasan terpercayan terpercayan terpercayan terpercayan terpercayan terpercayan terpercayan terpercayan terpercayan terpercaya sebenar dan terpercayan terpercayan terpercayan terpercayan berber berber berber berber ber Oleh karena itu, agar kepuasan pengguna meningkat, diperlukan pengalaman bertransaksi yang mudah dan nyaman, perlindungan keamanan yang cukup, serta penggunaan sistem pembayaran yang tetap konsisten.



Gambar 3. Output Inner Model

4.2 Pembahasan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengalaman pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna QRIS, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,465, T-statistics sebesar 8,374, dan p-value kurang dari 0,001. Nilai tersebut menunjukkan bahwa semakin baik pengalaman pengguna selama melakukan transaksi menggunakan QRIS, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa pengalaman pengguna berpengaruh

E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS
https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2199

positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dapat diterima. Di antara seluruh pengaruh langsung dalam model penelitian, pengalaman pengguna memiliki koefisien paling besar. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman selama proses transaksi merupakan faktor yang paling kuat dalam menjelaskan kepuasan pengguna QRIS di Kedai Kopi Langit Society Medan. Secara teoretis, temuan ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan Davis (1989), khususnya konsep persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Ketika pengguna merasakan bahwa QRIS mudah digunakan, memberikan manfaat, serta mendukung proses pembayaran secara efisien, pengguna cenderung memberikan evaluasi yang lebih positif terhadap layanan tersebut. Dalam konteks transaksi di kedai kopi, pengalaman yang praktis, cepat, jelas, dan dapat diandalkan dapat mengurangi hambatan selama pembayaran sehingga mendorong terbentuknya kepuasan. Temuan penelitian ini sejalan dengan Fauzi *et al.* (2023) yang menganalisis pengalaman pengguna pada layanan QRIS.id melalui enam dimensi *User Experience Questionnaire* (UEQ), yaitu daya tarik, kejelasan, efisiensi, keandalan, stimulasi, dan kebaruan. Selain itu, Sholihah & Nurhapsari (2023) serta Ekaputra *et al.* (2024) juga menunjukkan bahwa pengalaman penggunaan yang positif berkaitan dengan peningkatan kepuasan pengguna. Keselarasan tersebut memperkuat pemahaman bahwa kualitas interaksi pengguna dengan layanan digital menjadi salah satu aspek penting dalam membentuk evaluasi terhadap layanan. Dengan demikian, pengalaman transaksi QRIS yang mudah, efisien, nyaman, dan dapat diandalkan berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pengguna. Frekuensi penggunaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,190, T-statistics sebesar 3,538, dan p-value kurang dari 0,001. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi frekuensi penggunaan QRIS, semakin tinggi pula kecenderungan kepuasan pengguna. Meskipun memiliki koefisien paling kecil dibandingkan pengalaman pengguna dan persepsi keamanan, pengaruh frekuensi penggunaan tetap signifikan secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan turut berkontribusi dalam membentuk kepuasan, meskipun bukan merupakan faktor dengan pengaruh langsung terbesar dalam model penelitian.

Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui *Expectation-Confirmation Theory* (ECT) yang dikemukakan (Bhattacherjee, 2001). Dalam teori ini, pengalaman penggunaan aktual menjadi dasar bagi pengguna untuk mengevaluasi kesesuaian antara harapan awal dan kinerja layanan yang dirasakan. Penggunaan QRIS secara berulang memberikan kesempatan kepada pengguna untuk mengenali alur transaksi, memahami manfaat layanan, serta mengevaluasi kinerjanya berdasarkan pengalaman aktual. Apabila pengalaman tersebut sesuai atau melampaui harapan, pengguna cenderung memberikan penilaian yang lebih positif terhadap layanan. Meskipun demikian, frekuensi penggunaan yang tinggi tidak selalu menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi karena penggunaan berulang juga dapat dipengaruhi oleh kebutuhan transaksi, kebiasaan, maupun keterbatasan alternatif pembayaran. Oleh karena itu, frekuensi penggunaan dalam penelitian ini dipahami sebagai faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan, bukan sebagai ukuran tunggal kepuasan pengguna. Temuan ini sejalan dengan Lubis *et al.* (2026) yang menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan dapat berperan dalam hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan pada konteks layanan Shopee. Meskipun objek penelitian tersebut berbeda dengan penggunaan QRIS, hasilnya memberikan gambaran bahwa intensitas penggunaan layanan digital berkaitan dengan evaluasi pengguna terhadap layanan yang dimanfaatkan. Dalam konteks Kedai Kopi Langit Society Medan, penggunaan QRIS secara berulang memungkinkan pengguna memperoleh pengalaman transaksi yang lebih banyak sehingga memiliki dasar yang lebih kuat untuk mengevaluasi kinerja layanan. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan memiliki hubungan positif dengan kepuasan pengguna QRIS. Hasil pengujian menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna QRIS, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,364, T-statistics sebesar 6,106, dan p-value kurang dari 0,001. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik persepsi pengguna terhadap keamanan transaksi, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dapat diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa keamanan bukan hanya berkaitan dengan perlindungan teknis dalam

E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS
https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2199

transaksi, tetapi juga berhubungan dengan rasa aman yang dirasakan pengguna ketika memanfaatkan QRIS sebagai metode pembayaran. Secara konseptual, temuan ini dapat dijelaskan melalui *Perceived Risk Theory* yang dikemukakan (Bauer, 1960). Teori tersebut menjelaskan bahwa persepsi terhadap risiko dapat memengaruhi penilaian dan keputusan seseorang dalam menggunakan suatu produk atau layanan. Dalam konteks pembayaran digital, kekhawatiran mengenai penyalahgunaan data pribadi, akses tidak sah terhadap akun, kegagalan transaksi, maupun kehilangan dana dapat menimbulkan persepsi risiko. Sebaliknya, ketika pengguna meyakini bahwa proses autentikasi, kerahasiaan informasi, dan perlindungan dana telah berjalan dengan baik, ketidakpastian selama transaksi dapat berkurang. Kondisi tersebut mendorong terbentuknya rasa aman yang selanjutnya berkontribusi terhadap kepuasan pengguna. Temuan penelitian ini sejalan dengan Marhaendra & Mahyuzar (2023) serta Yuniarti & Herlina (2025) yang menunjukkan keterkaitan aspek keamanan dengan kepercayaan dan kepuasan pengguna layanan daring. Hasil ini juga konsisten dengan penelitian Wicaksono *et al.* (2024) yang menjelaskan bahwa keamanan layanan merupakan salah satu aspek yang berkaitan dengan kepuasan pengguna QRIS, serta Supiati & Rinova (2025) yang mengindikasikan pentingnya aspek keamanan dalam penggunaan QRIS. Selain itu, Mulyana & Asri (2025) menjelaskan bahwa keamanan transaksi pada layanan pembayaran digital berkaitan dengan autentikasi, kerahasiaan informasi, integritas transaksi, dan privasi pengguna. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan terdahulu bahwa persepsi keamanan merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk kepuasan pengguna QRIS. Hasil pengujian moderasi menunjukkan bahwa interaksi antara pengalaman pengguna dan frekuensi penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan koefisien interaksi sebesar 0,123, T-statistics sebesar 2,096, dan p-value sebesar 0,037. Karena nilai p-value lebih kecil dari 0,05 dan koefisien interaksi bernilai positif, frekuensi penggunaan terbukti memperkuat pengaruh pengalaman pengguna terhadap kepuasan pengguna. Artinya, hubungan positif antara pengalaman pengguna dan kepuasan cenderung semakin kuat pada pengguna yang memiliki frekuensi penggunaan QRIS lebih tinggi. Dengan demikian, hipotesis mengenai peran moderasi frekuensi penggunaan pada hubungan pengalaman pengguna dan kepuasan pengguna dapat diterima.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui ECT (Bhattacherjee, 2001), yang menempatkan pengalaman aktual sebagai dasar evaluasi pengguna terhadap kinerja layanan. Penggunaan QRIS secara berulang memungkinkan pengguna memperoleh lebih banyak pengalaman dalam menilai kemudahan, efisiensi, keandalan, dan kenyamanan proses transaksi. Pada pengguna dengan frekuensi penggunaan tinggi, pengalaman positif yang diperoleh secara berulang dapat memberikan dasar evaluasi yang lebih kuat terhadap layanan. Sebaliknya, pada pengguna dengan frekuensi penggunaan lebih rendah, kesempatan untuk mengalami dan mengevaluasi berbagai aspek layanan relatif lebih terbatas. Kondisi tersebut dapat menjelaskan mengapa frekuensi penggunaan memperkuat hubungan antara pengalaman pengguna dan kepuasan pengguna. Penjelasan tersebut juga dapat dikaitkan dengan Chen *et al.* (2026), yang membahas intensitas penggunaan dalam kaitannya dengan pembentukan kebiasaan pada pemanfaatan aplikasi kebugaran seluler. Meskipun konteks penelitian tersebut berbeda, pembahasannya memberikan perspektif bahwa penggunaan berulang dapat membentuk familiaritas pengguna terhadap suatu sistem. Dalam konteks QRIS, familiaritas terhadap tahapan dan fitur pembayaran dapat membuat pengalaman positif lebih mudah dirasakan dan dievaluasi oleh pengguna. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan tidak hanya berhubungan langsung dengan kepuasan, tetapi juga memperkuat hubungan antara pengalaman pengguna dan kepuasan pengguna QRIS. Hasil pengujian menunjukkan bahwa interaksi antara persepsi keamanan dan frekuensi penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan koefisien interaksi sebesar 0,215, T-statistics sebesar 2,784, dan p-value sebesar 0,006. Koefisien interaksi yang positif dan signifikan menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan memperkuat hubungan antara persepsi keamanan dan kepuasan pengguna. Artinya, pengaruh positif persepsi keamanan terhadap kepuasan cenderung lebih kuat pada pengguna yang memiliki frekuensi penggunaan QRIS lebih tinggi.

Jurnal Manajemen dan Teknologi
https://journal.stmiki.ac.id
E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS
https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2199

Dengan demikian, hipotesis mengenai peran moderasi frekuensi penggunaan pada hubungan persepsi keamanan dan kepuasan pengguna dapat diterima. Temuan ini dapat dipahami melalui konsep structural assurance dalam teori kepercayaan, yaitu keyakinan bahwa terdapat mekanisme, prosedur, dan perlindungan yang dapat menjamin keamanan suatu transaksi. Dalam penggunaan QRIS, persepsi terhadap keamanan dapat terbentuk melalui penilaian pengguna atas perlindungan data pribadi, keamanan akun, proses autentikasi, dan perlindungan dana. Penggunaan QRIS secara berulang memberikan kesempatan kepada pengguna untuk mengalami proses transaksi dalam berbagai kesempatan sehingga mereka dapat mengevaluasi konsistensi perlindungan yang dirasakan. Ketika penggunaan berulang tersebut disertai persepsi keamanan yang positif, keyakinan pengguna terhadap layanan dapat semakin kuat dan berkontribusi terhadap kepuasan. Temuan ini memiliki keterkaitan dengan penelitian Che *et al.* (2023) mengenai layanan mobile banking, yang membahas perbedaan pengaruh structural assurance terhadap kepercayaan berdasarkan frekuensi penggunaan. Meskipun penelitian tersebut tidak secara langsung menguji moderasi persepsi keamanan terhadap kepuasan pengguna QRIS, hasilnya memberikan perspektif bahwa frekuensi penggunaan dapat berkaitan dengan perbedaan respons pengguna terhadap mekanisme perlindungan layanan digital. Dalam penelitian ini, penggunaan QRIS secara berulang dapat memberikan kesempatan bagi pengguna untuk menilai keamanan transaksi berdasarkan pengalaman yang dialami. Oleh karena itu, ketika persepsi keamanan semakin positif, frekuensi penggunaan yang lebih tinggi dapat memperkuat hubungan persepsi keamanan dengan kepuasan pengguna. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pengguna, persepsi keamanan, dan frekuensi penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna QRIS. Selain itu, frekuensi penggunaan terbukti memperkuat pengaruh pengalaman pengguna maupun persepsi keamanan terhadap kepuasan pengguna. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna QRIS tidak hanya berkaitan dengan kemudahan dan kenyamanan transaksi serta keyakinan terhadap keamanan sistem, tetapi juga dengan intensitas pengguna dalam memanfaatkan layanan tersebut. Oleh karena itu, penyedia layanan pembayaran dan pihak Kedai Kopi Langit Society perlu memperhatikan kualitas pengalaman transaksi, menjaga keamanan pembayaran, serta memastikan proses penggunaan QRIS berjalan konsisten agar kepuasan pengguna dapat dipertahankan.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pengguna, persepsi keamanan, dan frekuensi penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna QRIS di Kedai Kopi Langit Society Medan. Pengalaman pengguna memiliki pengaruh langsung terbesar dengan koefisien sebesar 0,465, disusul persepsi keselamatan sebesar 0,364 dan frekuensi penggunaan sebesar 0,190. Nilai koefisien determinasi (R2) lagi 0,536 menunjukkan bahwa 53,6% variasi kepuasan pengguna, sedangkan 46,4% sisanya dijelaskan oleh faktor lain model penelitian. Selain efek langsung, frekuensi penggunaan terbukti memoderasi secara positif dan signifikan hubungan antara pengalaman pengguna dan kepuasan pengguna, dengan koefisien interaksi sebesar 0,123 ($p = 0,037$), serta hubungan antara persepsi keamanan dan kepuasan pengguna, dengan koefisien interaksi sebesar 0,215 ($p = 0,006$). Temuan ini menunjukkan frekuensi berbagai pengalaman pengguna dan persepsi keamanan dengan kepuasan pengguna QRIS. Oleh karena itu, Kedai Kopi Langit Society dan penyedia layanan pembayaran digital perlu meningkatkan kemudahan, kenyamanan, dan keandalan proses transaksi, sekaligus memastikan perlindungan data pengguna, keamanan akun, dan dana. Upaya penting untuk membangun pengalaman transaksi yang sangan memuaskan pengguna. Meskipun penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, namun penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain pengumpulan data satu periode (*cross-sectional*). Hasilnya, temuan menunjukkan adanya hubungan statistik antar variabel namun tidak dapat membuktikan hubungan sebab akibat secara pasti.

Jurnal Manajemen dan Teknologi
https://journal.stmiki.ac.id

E - ISSN: 3047-8251 | P - ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November

OPEN ACCESS

https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2199

6. Daftar Pustaka

Anjeli, R., Putri, D. C. S., Perengki, M., & Soleh, E. (2025). *Penggunaan cashless di lingkungan mahasiswa*. Penerbit Widina.

Bauer, R. A. (1960). Consumer behavior as risk taking. In R. S. Hancock (Ed.), *Dynamic marketing for a changing world*. American Marketing Association.

Bhattacherjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model. *MIS Quarterly*, *25*(3), 351–370. https://doi.org/10.2307/3250921.

Che, M., Say, S. Y. A., Yu, H., Zhou, Q., Shu, J., Sun, W., Luo, X., & Xu, H. (2023). Investigating customers' continuous trust towards mobile banking apps. *Humanities and Social Sciences Communications*, *10*(1), Article 960. https://doi.org/10.1057/s41599-023-02483-3.

Chen, M., Carl, K. V., & Hinz, O. (2026). Continued usage of mobile fitness applications: A systematic literature review. *Management Review Quarterly*, *76*(3), 2533–2584. https://doi.org/10.1007/s11301-025-00537-1.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, *13*(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008.

Ekaputra, P. S., Ciptosari, F., & Halim, T. (2024). Adopsi teknologi pembayaran digital QRIS di kalangan UMKM Labuan Bajo: Tantangan dan peluang. *Jurnal Akademisi Vokasi*, *3*(2), 1–13. https://doi.org/10.63604/javok.v3i2.138.

Fauzi, A. I., Ananta, M. T., & Fanani, L. (2023). Evaluasi user experience pada website QRIS.id dengan menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, *7*(1), 446–450.

Lubis, K. A., Mulyati, E., & Lestiani, M. E. (2026). Peran moderasi frekuensi penggunaan pada pengaruh service quality dan service recovery terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, *7*(4), 2898–2907. https://doi.org/10.38035/jmpis.v7i4.8431.

Marhaendra, A. N., & Mahyuzar, H. (2023). Analisis pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap kepuasan pada pengguna e-wallet Dana di Kebumen. *Journal of Digital Business and Management*, *2*(2), 84–90. https://doi.org/10.32639/jdbm.v2i2.400.

Mulyana, S. L., & Asri, T. P. (2025). Implementasi cyber security pada sistem transaksi keuangan digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, *2*(4), 27–289.

Prastiwi, T. P., Ardani, A. M., & Hanif, A. (2026). Pengaruh keamanan siber, kepercayaan digital, dan persepsi kemudahan terhadap keputusan adopsi layanan keuangan digital pada pelaku UMKM. *Jurnal Arsitektur, Kota, dan Lingkungan Binaan (JAKLB)*, *1*(1), 19–29.

Sholihah, E., & Nurhapsari, R. (2023). Percepatan implementasi digital payment pada UMKM: Intensi pengguna QRIS berdasarkan technology acceptance model. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, *12*(1), 1–12. https://doi.org/10.21831/nominal.v12i1.52480.

Sihotang, H. T. M., & Nasution, M. I. P. (2025). Perbandingan efisiensi transaksi uang digital dan uang tunai di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen (JIEM)*, *3*(1), 245–252.

E-ISSN: 3047-8251 | P-ISSN: 3047-826X
Vol. 3 No. 2 (2026) | November
OPEN ACCESS
https://doi.org/ 10.63447/jmt.v3i2.2199

Supiati, T., & Rinova, D. (2025). The influence of perceived ease of use and perceived security on customer satisfaction using QRIS (Case study: Bank BRI Unit Bandar Lampung). *International Journal of Economics (IJEC)*, *4*(1), 396–403. https://doi.org/10.55299/ijec.v4i1.1250.

Wicaksono, A. O., Yuniawan, F. F., & Dirgantara, I. M. B. (2024). User satisfaction to continuous usage on QRIS payment: Role of QRIS contactless payment quality. *Media Ekonomi dan Manajemen*, *39*(2), 300. https://doi.org/10.56444/mem.v39i2.4804.

Yuniarti, Y., & Herlina, L. (2025). Analisis persepsi kemudahan dan keamanan penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran digital terhadap minat Gen Z dalam menggunakan QRIS di Kota Bandung. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, *3*(3), 3025–3027.