Jurnal
Pemasaran Bisnis

https://journalversa.com/s/index.php/jpb Vol 7, No. 1 Februari 2025

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN QRIS PADA MAHASISWA JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA POLITEKNIK NEGERI MEDAN

Raul Immanuel H[1], Irwan Musriza Harahap[2], Dewi Comala Sari[3], Agus Mariani Saragih[4]
[1,2,3,4]Politeknik Negeri Medan
raulimmanuelh@students.polmed.ac.id[1], irwanharahap@polmed.ac.id[2], dewicomalasari@polmed.ac.id[3], agusmariani@polmed.ac.id[4]

Abstract
This research aims to determine the effect of the quality of service provided by QRIS on customer satisfaction among students department in business administration at the Medan State Polytechnic who use it. The method used in this research is quantitative with a simple linear regression analysis technique. The sample consisted of 89 respondents. The results obtained in this research are that service quality influences QRIS customer satisfaction among students department in Business Administration, Medan State Polytechnic. Suggestions for QRIS service providers, namely Bank Indonesia, to further improve the quality of their services through the QRIS feature to maintain and increase user satisfaction, because according to research results, if service quality is improved, customer satisfaction will also increase positively.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, QRIS.*

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang disediakan QRIS terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa jurusan administrasi niaga politeknik negeri medan yang menggunakannya. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan Teknik analisis regresi linear sederhana. Sampel berjumlah 89 responden. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan QRIS Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan. Saran untuk penyedia jasa QRIS yaitu Bank Indonesia untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanannya melalui fitur QRIS untuk mempertahankan serta menambah kepuasan para penggunanya, karena menurut hasil penelitian jika kualitas pelayanan ditingkatkan, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat secara positif.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, QRIS.

I. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini sangat memudahkan aktivitas yang dilakukan oleh sekelompok orang. Salah satu bentuk kemajuan teknologi internet adalah penggunaan teknologi keuangan dalam sistem pembayaran dimana metode pembayarannya didukung oleh

fenomena sosial non-tunai atau pembayaran digital. Adanya fenomena tersebut menciptakan kondisi yang menguntungkan bagi terlaksananya transaksi jual beli kegiatan ekonomi. Dunia usaha juga mengalami perubahan, khususnya dunia usaha saat ini harus mampu beradaptasi dengan perubahan dan harus mampu menguasai pemanfaatan Internet (Siti Aisyah et al., 2023). Kemajuan teknologi memberikan pengaruh yang besar terhadap sistem pembayaran, salah satunya adalah transaksi bisnis yang digunakan untuk menjalin hubungan antara dua pihak. Sistem pembayaran merupakan salah satu pilar yang dapat menunjang keberadaan sistem pelaporan keuangan, sistem yang semula menggunakan uang fisik kini telah beralih menggunakan sistem pembayaran teknis bernomor disebut juga dengan uang elektronik (Siti Aisyah et al., 2023). Pandemi Covid-19 menjadi salah satu faktor yang mendorong pemerintah untuk terus berupaya mengembangkan sistem pembayaran nontunai. Oleh karena itu, sejak tahun 2019, pemerintah telah melakukan percobaan penggunaan uang beredar melalui pasar pembayaran digital di unit kerja dengan tujuan mengembangkan sistem pembayaran pembayaran dengan menggunakan pengembangan teknologi informasi sehingga keseluruhan Proses pembayaran pendapatan dan pengeluaran ABPN dilakukan lebih cepat, akurat, transparan dan akuntabel (Mubarak et al., 2022). Uang elektronik diharapkan dapat memudahkan dalam melakukan segala jenis transaksi ekonomi, terutama transaksi bernilai rendah namun sering dilakukan. Keuntungan yang ditawarkan antara lain keamanan yang lebih baik, kenyamanan dan aksesibilitas yang lebih luas. Penggunaan mata uang kripto selain mengatasi inefisiensi waktu juga mengurangi risiko pencurian yang dapat terjadi jika transaksi dilakukan dengan uang fisik atau mata uang (Febrinda & Ningsih, 2022). Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 dan No.16/8/PBI/2014 merupakan salah satu dari pendukung program Bank Indonesia untuk mengurangi penggunaan uang tunai (kecuali perusahaan kas) di Republik Indonesia. Inilah awal mula munculnya cryptocurrency yang memenuhi kebutuhan akan alat pembayaran yang cepat, mudah dan dapat diakses dimana saja serta dapat ditempatkan di sejumlah media tertentu dapat diakses secara offline dengan cepat, aman dan hemat biaya (Aryawati et al., 2022).

Untuk sistem pembayaran Indonesia, QRIS (Quick Responses Indonesia Standard) adalah standar pembayaran QR Code yang dibuat oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). QRIS disahkan oleh BI dalam PADG No.18/21/2019 tentang penerapan standar QRIS sistem pembayaran internasional bagi seluruh Penyelenggara Jasa

Sistem Pembayaran (PJSP) berbasis QR (Bank Indonesia, 2018). Menurut Gubernur Bank Indonesia, QRIS berupaya berpegang pada prinsip UNGGUL (Universal, Mudah, Menguntungkan dan Langsung). Fungsi QRIS memungkinkan penggunaan satu kode untuk beberapa penyedia layanan pembayaran (Mulia, 2019). Kemudian QRIS tersebut akan dipindai oleh pelanggan dengan berbagai jenis aplikasi pembayaran, dan merchant hanya menyediakan satu kode QR di personalnya sehingga semua aplikasi pembayaran dapat memindai kode QR tersebut saat bertransaksi. Dengan sistem pembayaran QRIS yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia, sebagai alat alternatif dalam sistem pembayaran untuk memudahkan segala bentuk transaksi. Penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena memiliki kualitas terhadap pelayanannya sebagai jasa alat pembayaran. Fenomena berkembangnya alat pembayaran ini menjadikan semua orang beralih menjadi pengguna digital seiring dengan berkembangnya teknologi. Semakin baik kualitas pelayanan yang di berikan, maka pelanggan akan merasa puas dan merasa nyaman menggunakan jasa tersebut sebaliknya apabila kualitas pelayanan yang diberikan buruk maka pelanggan tidak puas dan tidak nyaman menggunakan jasa tersebut. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan sangat penting dalam mempertahankan pelanggan, sehingga sebuah perusahaan harus senantiasa memperbaiki atau mempertahankan kualitas pelayanan mereka.

Kemudahan penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran non-tunai juga dirasakan oleh kalangan mahasiswa. Dimana dengan hadirnya QRIS, dapat memudahkan mahasiswa dalam membayar dan melakukan transaksi di beberapa minimarket dan UMKM yang menyediakan layanan pembayaran QRIS. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi para mahasiswa untuk menggunaka QRIS, salah satunya adalah pemenuhan lifestyle untuk nongkrong dan berkumpul bersama teman-teman di suatu tempat usaha dan menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran atas transaksi yang mereka lakukan. Secara tidak langsung, mahasiswa mengikuti perkembangan sistem pembayaran digital itu sendiri. Hal ini menyebabkan mahasiswa menjadi lebih sering menggunakan pembayaran non tunai QRIS dari pada menggunakan uang tunai. Pernyataan ini diperkuat melalui hasil pra survey (survey awal). Dimana menurut hasil pra survey yang telah dilakukan penulis terhadap Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan, terdapat 137 mahasiswa yang menjadi responden dari survey awal, dimana sebanyak 114 mahasiswa pernah melakukan transaksi menggunakan QRIS. Hal ini terjadi karena mahasiswa merasakan kepuasan dalam penggunaan QRIS untuk menyelesaikan

permasalahan transaksi. Sebanyak 23 mahasiswa lainnya tidak pernah menggunakan QRIS, dikarenakan faktor adanya permasalahan dalam menggunakan QRIS bagi E-wallet maupun M-banking yang mereka miliki. Maka dari itu, dalam penelitian ini akan diteliti faktor Kepuasan Pelanggan dalam mempengaruhi seseorang.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Indrasari (2019:54), Kualitas Pelayanan tidak bersifat kaku dan permanen, sehingga dapat berubah seiring dengan dilakukannya upaya dalam peningkatan kualitas pelayanan tersebut. Hal yang dapat dilakukan adalah melakukan survey atau wawancara kepada pelanggan, seperti meminta pendapat atau respon terhadap pelayanan yang sudah diberikan.

Kasmir (2023:47) juga berpendapat bahwa pelayanan adalah suatu perbuatan atau tindakan yang dilakukan oleh suatu organisasi dan perusahaan dalam memberikan kepuasa kepada pelanggan atau konsumen. Memberiakan pelayanan tidak hanya kepada pelanggan yang menggunakan produk atau jasa mereka saja, tetapi juga pelanggan internal seperti karyawan atau pimpinan di dalam suatu perusahaan.

Adhari (2019 :15), ada beberapa indikator yang menjadi pengukuran kualitas pelayanan:

1. Daya Tanggap (Responsivenesss)

   Yaitu suatu tindakan untuk memberikan bantuan dan memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen tanpa menimbulkarn persepsi negatif dalam kualitas pelayanan. Contoh: Pelanggan cukup melakukan scan terhadap kode Qr yang memuat nominal pembayarannya, maka aka terdata secara otomatis pada Smartphone pelanggan.

2. Keandalan (Reliability)

   Yaitu suatu kemampuan dalam kecepatan pemenuhan kebutuhan konsumen. Meliputi kecepatan waktu dan konsistensi. Contoh: pembayaran dengan Qris dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, dengan menggunaka jaringan internet pada Smartphone pelanggan.

3. Jaminan (Assurance),

   Yaitu pengetahuan dalam melakukan tugas untuk menjamin kinerja yang baik dan optimal dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Contoh: Qris akan tidak

berfungsi jika masa waktu yag ditentukan dalam melakukan pembayaran telah berakhir, atau jika ada kesalahan, Qris tidak dapat terbaca oleh aplikasi dan pembayara tidak dapat diproses.

4. Bukti Fisik (Tangibles)

   Yaitu kualitas pelayanan dalam bentuk fisik seperti peralatan kantor, karyawan, administrasi dan tempat informasi. Contoh: gambar kode Qr di setiap meja kasih atau mesin EDC merchant, dan juga kode Qr pada Smarphone pelanggan yang hendak melakukan transaksi.

5. Empati (Empathy)

   Yaitu melakukan pelayanan dengan penuh perhatian dari perusahaan atau pegawai kepada konsumen. Contoh: Qris selalu melakukan pembaharuan, yaitu kode Qr dapat diunduh terlebih dahulu (dapat juga dilakukan Screenshoot) pada perangkat, lalu gambar tersebut bisa digunakan untuk pembayaran.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kasmir (2023:236) menyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan merupakan keinginan atau ekspektasi seseorang atas barang dan jasa yang dibelinya. Artinya, apa yang diharapkan oleh pelanggan akan sesuai dengan kenyataannya. Hal ini yang dapat dijadikan tolak ukur dalam kepuasan pelanggan.

Menurut Rosnaini Daga, (2019 :78), Kepuasan konsumen atau pelanggan merupakan sikap timbal balik yang diberikan oleh pelanggan terhadap pelayanan yang didapat, dengan pelayanan yang diharapkan. Jika sesuai, maka akan timbul kepuasan, sebaliknya apabila tidak sesuai, maka dianggap tidak ada kepuasan dari pelanggan.

Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019 : 92), Indikator Kepuasan Pelanggan dapat dilihat dari :

1. Kesesuaian Harapan

   Meliputi kesesuaian terhadap kinerja suatu produk atau jasa yang digunakan oleh konsumen terhadap kinerja yang sebenarnya, meliputi promosi dan kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan

2. Melakukan Penggunaan Ulang

Kesediaan konsumen untuk menggunakan secara berulang terhadap produk atau jasa dari perusahaan.

3. Kesediaan Merekomendasikan

Konsumen bersedia untuk merekomendasikan penggunaan produk atau jasa dari perusahaan kepada orang lain, baik itu kerabat atau keluarga

III. METODE PENELITIAN

Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:126) Populasi adalah daerah umum yang terdiri ataas objek/subjek yang memiliki jumlah atau sifat tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian akan didapatkan kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan T.A 2023/2024 yang menggunakan QRIS sebagai transaksi mereka lebih dari sekali. Jumlah populasi tersebut sebanyak 114 orang.

Sampel

Dalam penelitian ini, perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin dengan perhitungan sebagai berikut :

n=N/(1+N〖(e)〗^2)

Keterangan:

n =Jumlah Sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan maksimal dalam pengambilan sampel (5%)

berdasarkan rumus slovin diatas, maka ukuran sampel yang harus dicapai dalam penelitian ini sebanyak :

n= N/(1+N〖(e)〗^2)

n=114/(1+114〖(0,05)〗^2)

n=114/(1+114 (0,0025))

n=114/(1+0,285)

n=114/1,285

n=88,7159533 atau dibulatkan menjadi 89

Perhitungan menggunakan rumus slovin dengan itngkat toleransi kesalahan 5% didapatkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 89 dari 114 Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan T.A 2023/2024 yang menggunakan QRIS sebagai transaksi sekali atau lebih.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22, dengan nilai rtabel adalah 0,2084 (N = 89 dan tarif signifikan 5%), sehingga nilai Df adalah 87, maka hasil dari uji validitas dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas.

Variabel	Perny-ataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Ket
Kualitas Pelayanan	1	0,754	0,2084	*Valid*
	2	0,706	0,2084	*Valid*
	3	0,738	0,2084	*Valid*
	4	0,674	0,2084	*Valid*
	5	0,624	0,2084	*Valid*
	6	0,649	0,2084	*Valid*
	7	0,652	0,2084	*Valid*
	8	0,720	0,2084	*Valid*
	9	0,605	0,2084	*Valid*
	10	0,475	0,2084	*Valid*
Kepuasan Pelanggan	11	0,523	0,2084	*Valid*
	12	0,627	0,2084	*Valid*
	13	0,612	0,2084	*Valid*
	14	0,612	0,2084	*Valid*
	15	0,586	0,2084	*Valid*
	16	0,612	0,2084	*Valid*

Sumber : hasil pengolahan data SPSS 22, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan adalah valid karena hasil rhitung > rtabel.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk menentukan apakah pernyataan pada setiap item kuesioner yang telah dinyatakan valid dapat diandalkan dan dapat dipercaya dalam penelitian. Berikut adalah hasil uji reliabilitas :

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Ket
Kualitas Pelayanan (X)	**0,855**	10	*Reliabel*
Kepuasan Pelanggan (Y)	**0,635**	6	*Reliabel*

Sumber: hasil pengolahan data SPSS 22, 2024

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa nilai alpha pada variabel X dan Y >0,60 sehingga data tersebut dapat dipercaya kehandalannya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan Kolmogorov Smirnov. Data dapat dikatakan memiliki distribusi normal jika nilai signifikan lebih dari 0,05.

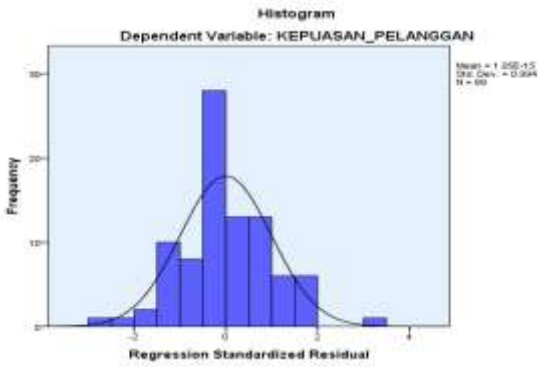
Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters[a, b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.74990589
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.076
	Negative	-.069
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		**.200[c,d]**
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: hasil pengolahan data SPSS 22, 2024

Berdasarkan pada tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.200 (> 0,05). Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan pada uji Kolmogorov-Smirnov, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.



Gambar 1. Histogram Normalitas Data

Pada gambar 1 dapat dilihat dalam histogram bahwa diagram batang memiliki posisi di tengah yang artinya berdistribusi normal.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mendeteksi adanya gejala heterokedastisitas atau mendeteksi efisiensi dan keakuratan model regresi linear sederhana.

Tabel 4. Uji heterokedastisitas

Correlations				
			X	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X	Correlation Coefficient	1.000	.014
		Sig. (2-tailed)	.	**.900**
		N	89	89
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.014	1.000
		Sig. (2-tailed)	.900	.
		N	89	89

Sumber: hasil pengolahan data SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji diatas, didapatkan bahwa tidak ditemukannya masalah heterokedastisitas dikarenakan nilai hitung atau nilai signifikannya lebih besar daripada 0,05 (0,900 > 0,05).

Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Berikut adalah hasil analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan program SPSS versi 22.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14.213	1.831		7.764	000
Kualitas Pelayanan	.258	.043	.541	**6.003**	**000**

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber: hasil pengolahan data SPSS 22, 2024

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai konstanta (α) sebesar 14,213 dan nilai keofisien regresi variabel kualitas pelayanan (βX) bernilai positif sebesar 0,258 dan dapat dilihat persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

Y = 14,213 + 0,258X

Dari persamaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif atau searah terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kata lain jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat, sebaliknya jika kualitas pelayanan menurun, maka kepuasan pelanggan juga akan menurun.

Uji Hipotesis

Uji t

Dalam pengujian hipotesis, jika nilai signifikansi pada uji parsial (uji T) < 0,05, maka terdapat pengaruh signifikan. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :
H0 : b=0 (tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan)
H1 : b≠0 (ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan).

Pada penelitian ini diketahui bahwa sampel sebanyak 89 responden dan jumlah variabel terikat dan bebas (k) sebanyak 2 dan nilai signifikansi sebesar 0,05. Sehingga dapat dilihat ttabel dengan rumus ttabel = α/2 ; n-k, maka ttabel= 0,025; 89- 2 = 87. Dapat diketahui bahwa ttabel dari 87 adalah 1,98761.

Pada tabel 5, nilai keofisien regresi adalah tidak sama dengan 0 (b ≠ 0), artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sehingga hipotesis dapat diterima. t hitung > t tabel (6,003>1,98761). Maka kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan QRIS Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan**.

Pembahasan

Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini berdasarkan dari data analisa yang telah dilakukan dengan bantuan software statistic SPSS 22 dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan penguna QRIS pada mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diberikan, sehingga hipotesis dapat diterima.

Kualitas pelayanan merupakan suatu ukuran seberapa baik pelayanan yang diberikan agar mampu memenuhi ekspektasi dan kepuasan pelanggan. Harapan pelanggan yang terpenuhi dengan baik melalui kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu barang atau jasa kepada pelanggan selanjutnya akan menimbulkan kepuasan pelanggan.

Dilihat dari hasil analisis linier sederhana pada penelitian ini, didapatkan nilai persamaan yaitu Y=14,213 + 0,258 X. Artinya kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan jika kualitas pelayanan ditingkatkan, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat secara positif terhadap penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan.

Berdasarkan uji parsial (uji t) yang dilakukan dalam penelitian ini, didapat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan QRIS Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan. Dengan nilai t hitung sebesar 0,000 kurang dari 0,005 yang artinya ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisi dan pembahasan diatas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Pelanggan setuju bahwa kualitas pelayanan yang dimiliki oleh QRIS sudah sangat baik yang dilihat dari persentase jawaban pelanggan mengenai kualitas pelayanan rata rata sebanyak 89,54%.

3. Pelanggan merasa puas atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh QRIS dalam memenuhi kebutuhan transaksi mereka dibuktikan dengan persentase jawaban mengenai kepuasan pelanggan rata rata sebanyak 88,37%.
4. Jika dilihat dari jawaban responden terhadap 2 variabel pada penelitian ini, ditemukan bahwa indikator yang paling berpengaruh pada penelitian ini adalah:
   a. Indikator "Daya Tanggap" pada variabel kualitas pelayanan, dimana total tingkat persentase setuju oleh responden sebesar 92,1%. Hal ini membuktikan bahwa QRIS memiliki daya tanggap yang tinggi terhadap pemenuhan kebutuhan para masyarakat khususnya responden dalam penelitian ini terhadap alat dan fitur transaksi digital.
   b. Indikator "Kesesuaian Harapan" pada variabel kepuasan pelanggan, dimana total tingkat persentase setuju oleh responden sebesar 90,5%. Hal ini membuktikan bahwa QRIS sesuai dengan harapan Bank Indonesia yaitu untuk membrantas inflasi keuangan dan pengurangan penggunaan uang kertas, serta sesuai dengan harapan para pelanggan dalam menyelesaikan kebutuhan transaksi digital mereka.
5. Masih ada beberapa kekurangan Bank Indonesia dalam membuat QRIS menjadi alat pembayaran yang universal, sehingga rata-rata jawaban responden dari beberapa pernyataan pada penelitian ini mencapai lebih dari 10%. Ini menjadi penyebab mengapa masih banyak penelitian yang meneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan QRIS di Indonesia.
6. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dimana kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diajukan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Mengenai Kualitas pelayanan, QRIS menerima persentase kurang setuju dalam penelitian ini oleh responden sebesar 10,4% dari total kseluruhan jawaban. Dalam hal ini QRIS masih memiliki kekurangan dalam kualitas pelayanannya. Hal yang mungkin dapat dilakukan oleh Bank Indonesia sebagai penyedia jasa layanan QRIS adalah melakukan survei pada merchant yang terdaftar pada QRIS ketika konsumen sudah melakukan suatu transaksi dengan QRIS.

Dalam hal tersebut bisa dilihat apa yang menjadi keluhan pelanggan mengenai penggunaan QRIS tersebut, dan juga Bank Indonesia dapat melakukan promosi atau kampanye mengenai edukasi penggunaan QRIS agar masyarakat luas mengetahui kemudahan menggunakan QRIS sebagai metode transaksi digital.

2. Mengenai Kepuasan pelanggan, QRIS menerima persentase kurang puas dalam penelitian ini sebanyak 11,6%. Dalam hal ini QRIS belum mampu mempertahankan kepuasan pelanggan sehingga tingkat ketidakpuasan mereka melebihi 10%. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurangnya mendapat rekomendasi akan penggunaan QRIS sehingga mereka menggunakan metode pembayaran lain atau bahkan tidak pernah menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital mereka. Hal yang dapat dilakukan oleh Bank Indonesia sebagai penyedia layanan QRIS adalah dengan membuat logo "AYO GUNAKAN QRIS UNTUK KEMUDAHAN TRANSAKSI ANDA" pada pusat perbelanjaan yang ramai dikunjungi masyarakat, serta memberikan promo harga ketika konsumen atau pelanggan menggunakan QRIS pada transaksi berbelanja mereka.

   Dengan hal tersebut, mungkin akan menjadi daya tarik masyarakat untuk menggunakan QRIS sebagai metode transaksi mereka. Hal lain yang bisa menjadi saran untuk Bank Indonesia dalam meningkatkan persentase kepuasan pelanggan adalah dengan memanfaatkan seluruh fasilitas promosi pada kota kota besar di Indonesia seperti reklame digital di pusat kota. Hal ini menjadi pusat perhatian para pengendara dan masyarakat umum untuk melihat promosi atau kampanye tersebut.

3. Untuk Bank maupun dompet digital lainnya yang memiliki fitur QRIS pada aplikasinya, penelitian ini bisa menjadi referensi untuk meningkatkan keuntungan dengan memanfaatkan metode QRIS sebagai salah satu fitur pembayaran. Penelitian ini juga menjadi dasar untuk mengetahui apa saja yang harus diperbaiki dalam layanannya agar pelanggan semakin menggunakan bank atau dompet digital tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Adhari. (2020). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (T. Q. Media (ed.); Cetakan Pertama. CV Penerbit Qiara Media, Pasuruan.

Daga, R. (2019). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (H. Upu (ed.); 2019 th ed., Issue November). Global Research and Consulting Institude (Global-RCI).

Fatihudin, M. A. firmansyah; D. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)* (D. Publisher (ed.); Cetakan pe, Vol. 01). CV Budi Utama.

Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Staregy). In Q. Media (Ed.), *Manajemen Pemasaran* (2019th ed.). CV Penerbit Qiara Media, Pasuruan.

Hermanto. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan* (D. Wandana (ed.); Cetakan pertama. CV Jakad Publishing Surabaya 2019.

Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Pertama, O). Unitomo Press.

Kasmir. (2023). *Customer Service Excellence* (Octaviena (ed.); Cetakan Ke). PT Rajagrafindo Persada.

Rahmadana, M. F. (2021). *Ekonomi Digital* (Hamdan (ed.); Cetakan Pertama. Anggota IKAPI.

Rifa'i. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan* (K. Rifai'i (ed.); Cetakan Pertama, Vol. 7, Issue 2). Zifarama Publisher.

Simatupang, B. M. (2022). *Perbankan Digital : Menuju Bank 4.0* (I. F. Febrianto (ed.)). PT Gramedika Pustaka Utama.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); Edisi Kedua. Alfabeta.

Adhari. (2020). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (T. Q. Media (ed.); Cetakan Pertama. CV Penerbit Qiara Media, Pasuruan.

Daga, R. (2019). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (H. Upu (ed.); 2019 th ed., Issue November). Global Research and Consulting Institude (Global-RCI).

Fatihudin, M. A. firmansyah; D. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)* (D. Publisher (ed.); Cetakan pe, Vol. 01). CV Budi Utama.

Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Staregy). In Q. Media (Ed.), *Manajemen Pemasaran* (2019th ed.). CV Penerbit Qiara Media, Pasuruan.

Hermanto. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan* (D. Wandana (ed.); Cetakan pertama. CV Jakad Publishing Surabaya 2019.

Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Pertama, O). Unitomo Press.

Kasmir. (2023). *Customer Service Excellence* (Octaviena (ed.); Cetakan Ke). PT Rajagrafindo Persada.

Rahmadana, M. F. (2021). *Ekonomi Digital* (Hamdan (ed.); Cetakan Pertama. Anggota IKAPI.

Rifa'i. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan* (K. Rifai'i (ed.); Cetakan Pertama, Vol. 7, Issue 2). Zifarama Publisher.

Simatupang, B. M. (2022). *Perbankan Digital : Menuju Bank 4.0* (I. F. Febrianto (ed.)). PT Gramedika Pustaka Utama.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); Edisi Kedua. Alfabeta.

Ajis Setiawan; Nurul Qomariah (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Applied Business and Administration Journal*, *2*(2), 1–9. https://doi.org/10.62201/abaj.v2i2.49

Ardista, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor. *Parameter*, *6*(1), 38–49. https://doi.org/10.37751/parameter.v6i1.160

Febrinda, R. R., & Ningsih, R. (2022). Kesiapan Digitalisasi Sistem Pembayaran Non Tunai Di Pasar Rakyat (Readiness of Digitalization Non-Cash Payment System in Public Market). *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, *13*(1), 1–12. https://doi.org/10.22212/jekp.v13i1.2095

Jalaludin, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Bina Sejahtera Bangun Persada Serang Banten. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, *1*(2), 40–48. https://doi.org/10.37481/jmeb.v1i2.212

Malik Ibrahim;Sitti Marijam. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis(JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, *4*(1), 175–182.

Siti Aisyah, Nia Andriani, Niken Rahmadyah, Deby Novriansyah, Amelia Putri, & Elsa Mayori. (2023). Implementasi Teknologi Financial Dalam Qris Sebagai Sistem Pembayaran Digital Pada Sektor Umkm Di Kota Binjai. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia (JPKMI)*, *3*(1), 12–18.