

**PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN *QUICK RESPONSE CODE*  
*INDONESIAN STANDARD (QRIS)* DAN PROMOSI MAKAN  
GRATIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN MATARAM  
2019-2022 PADA KEBALEN CAFÉ GOMONG MATARAM**



**OLEH**

**M INSANUL AFIF**

**NIM. 190501183**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM  
2022**

**PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN *QUICK RESPONSE CODE*  
*INDONESIAN STANDARD (QRIS)* DAN PROMOSI MAKAN  
GRATIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN MATARAM  
2019-2022 PADA KEBALEN CAFÉ GOMONG MATARAM**

**Skripsi**

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Mataram untuk  
Melengkapi Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



**OLEH**

**M INSANUL AFIF**

**NIM. 190501183**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM  
2022**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh : M. Insanul Afif, NIM : 190501183 dengan judul “Pengaruh Sistem Pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard* (QRIS) dan Promosi Makan Gratis terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2019-2022 pada Kebalen Café Gomong Mataram” telah memenuhi syarat untuk diuji.

Disetujui pada tanggal:

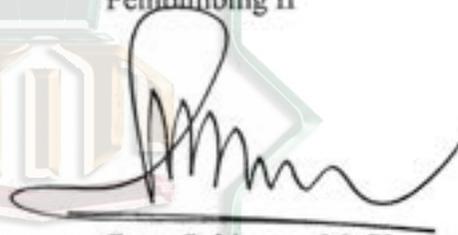
Pembimbing I



Dr. Zulkawati, M.A

NIP. 197802052008012019

Pembimbing II



UNIVERSITAS ISLAM

M A T A R A M

Gatot Suhirman, M. SI

NIP. 198712302019031005

Perpustakaan UIN Mataram

## PENGESAHAN

Skripsi oleh: M. Insanul Afif, NIM 190501183 dengan judul "Pengaruh Sistem Pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard (QRIS)* dan Promosi Makan Gratis terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2019-2022 UIN Mataram pada Kebalen Café Gomong Mataram" telah dipertahankan di depan dewan penguji Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram pada tanggal 13 Januari 2023

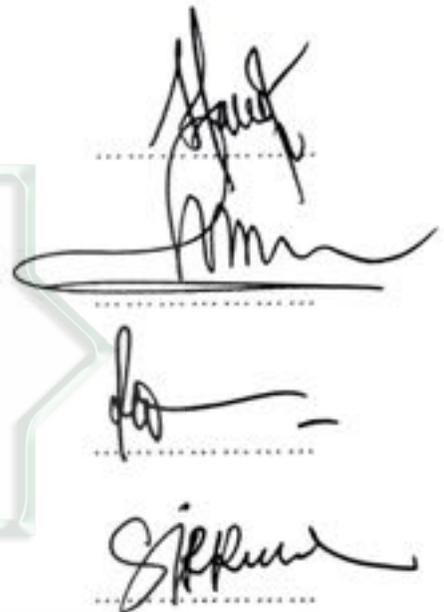
Dewan Penguji,

Dr. Hj. Zulpawati, M.A  
(Ketua Sidang/Pemb.I)

Gatot Suhirman, M. SI  
(Sekretaris Sidang/Pemb. II)

Dr. Riduan Mas'ud, M. Ag  
(Penguji I)

Sirrul Hayati, S.E., M.Ak.  
(Penguji II)



.....  
.....  
.....  
.....

Perpustakaan UIN Mataram

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



## NOTA DINAS

**Hal: Ujian Skripsi**

**Yang Terhormat**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Di Mataram**

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama Mahasiswa : M. Insanul Afif

NIM : 190501183

Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh Sistem Pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard (QRIS)* dan Promosi Makan Gratis terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2019-2022 pada Kebalen Café Gomong Mataram

Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di *munaqasyah*-kan.

*Wassalamu'alaikumi, Wr. Wb.*

Pembimbing I



**Dr. Zulfawati, M.A**  
**NIP. 197802052008012019**

Pembimbing II



**Gatot Suhirman, M. SI**  
**NIP. 198712302019031005**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : M Insanul Afif  
NIM : 190501183  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Sistem Pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard (QRIS)* dan Promosi Makan Gratis terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2019-2022” ini secara keseluruhan adalah hasil penelian/karua penulis sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika penulis terbukti melakukan plagiat tulisan/karya orang lain, siap menerima sanksi yang telah ditentukan oleh lembaga.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
M A T A R A M

Mataram,

Penulis yang menyatakan,

Perpustakaan UIN Mataram



**M. Insanul Afif**

## MOTTO

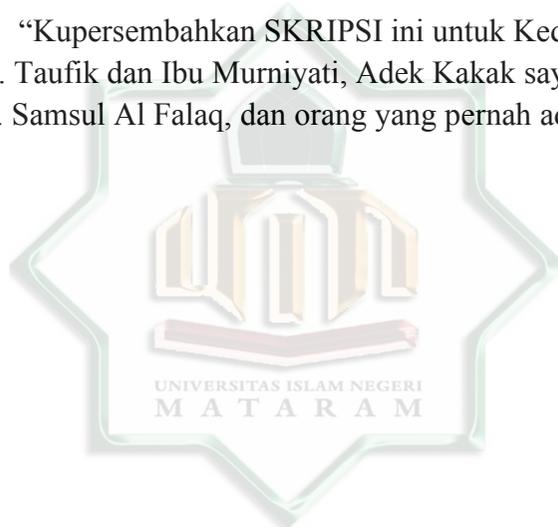
“Terlihat beda itu lebih baik, dari pada terlihat lebih baik, **Digital atau Tertinggal**”



Perpustakaan **UIN Mataram**

## PERSEMBAHAN

“Kupersembahkan SKRIPSI ini untuk Kedua orang tua saya Bapak M. Taufik dan Ibu Murniyati, Adek Kakak saya Nur Arafah dan M. Samsul Al Falaq, dan orang yang pernah ada di setiap proses yang saya lewati”



Perpustakaan UIN Mataram

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

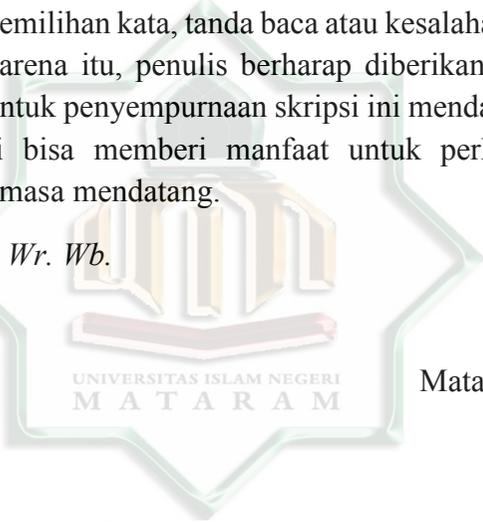
*Alhamdulillahirobbil'alamiin*, puji syukur atas tetap sama sama kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memeberikan rahmat dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Sistem Pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard* (QRIS) dan Promosi Makan Gratis terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram 2019-2022”. Sholawat bersertakan salah tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, semoga kita mendapat *syafa'at* beliau kelak. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademik dalam menyelesaikan Pendidikan Strata 1 Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram. Penyelesaian skripsi ini tidak semata-mata dari pihak penulis saja, melainkan juga berkat bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karenanya, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Semoga dengan selesainya penelian ini dapat memberikan manfaat untuk bangsa, negara dan agama.
2. Kepada kedua orang tua penulis Bapak M Taufik dan Ibu Murniyati, serta kedua saudara Nur Arafah dan Samsul Al Falaq yang tetap memberikan dukungan dan motivasi.
3. Kepada rektor Universitas Islam Negeri Mataram Prof. Dr. H. Masnun, M. Ag. Yang telah memebrikan tempat bagi penulis untuk menuntut ilmu sehingga dapat menyelesaikan pendidikan dengan baik.
4. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Bapak Dr. Riduan Mas'ud M. Ag. yang telah memberikan fasilitas, akses dan kemudahan untuk melakukan penulisan skripsi ini.
5. Untuk Ibu Dr. Zulfawati, M. A. dan Bapak Gatot Suhirman, M.SI. selaku dosen pembimbing proposal dan skripsi penulis

6. Kepada Bank Indonesia yang telah membantu meringankan untuk biaya perkuliahan di Universitas Islam Negeri Mataram
7. Tak lupa untuk teman teman Paskibra SMA N 3 Mataram 2017, GenBI NTB 2021-2022, Koperasi Mahasiswa UIN Mataram dan teman teman Ekonomi Syariah 2019 kelas D yang tetap *support* dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Serta semua pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam menyusun skripsi ini masi jauh dari kata sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Kekurangan dalam penelitian ini baik pemilihan kata, tanda baca atau kesalahan lainnya mohon dimaklumi. Oleh karena itu, penulis berharap diberikan saran dan kritik yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini bisa memberi manfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan untuk masa mendatang.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
M A T A R A M

Mataram,

Perpustakaan UIN Mataram

M. Insanul Afif

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN LOGO</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah dan Batasan Masalah .....	4
C. Tujuan dan Manfaat.....	5
D. Definisi Operasional .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN</b> .....	<b>9</b>
A. Kajian Pustaka .....	9

B. Landasan Teori .....	13
C. Kerangka Berpikir .....	23
D. Hipotesis Penelitian .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	25
B. Populasi dan Sampel.....	25
C. Waktu dan Tempat Penelitian .....	27
D. Variabel Penelitian .....	27
E. Desain Penelitian .....	27
F. Instrumen/ Alat Penelitian .....	28
G. Teknik Pengumpulan Data/ Prosedur Penelitian .....	29
H. Teknik Analisis Data .....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
A. Hasil Penelitian.....	35
B. Pembahasan .....	51
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>56</b>
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>61</b>

## DAFTAR TABEL

- Tabel 3.1 Hubungan antara Sistem Pembayaran QRIS dan Promo Makan Gratis dengan Keputusan Pembelian
- Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin
- Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Program Studi
- Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Tahun Angkatan
- Tabel 4.4 Jawaban Responden X1
- Tabel 4.5 Jawaban Responden X2
- Tabel 4.6 Jawaban Responden Y
- Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Sistem Pembayaran QRIS (X1)
- Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Promosi Makan Gratis (X2)
- Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Konsumen (Y)
- Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Sistem Pembayaran QRIS (X1)
- Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Promosi Makan Gratis (X2)
- Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Konsumen (Y)
- Tabel 4.13 Uji Normalitas
- Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas
- Tabel 4.15 Uji Heteroskedastisitas
- Tabel 4.16 Analisis Regresi Linear Berganda
- Tabel 4.17 Uji Hipotesis
- Tabel 4.18 Uji Koefisien Determinasi

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Gambar 3.1 Desain Penelitian

Gambar 4.1 Logo Kebalen Café

Gambar 4.2 Uji Normalitas

Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas



Perpustakaan UIN Mataram

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Kuesioner

Lampiran 2: Hasil Kuesioner

Lampiran 3: Hasil Uji Validitas dan Relibilitas

Lampiran 4: Hasil Asumsi Klasik

Lampiran 5: Hasil Uji Parsial (t)

Lampiran 6: Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Lampiran 7: Hasil Uji Koefisien Determinasi



Perpustakaan UIN Mataram

**Pengaruh Sistem Pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard* (QRIS) dan Promosi Makan Gratis terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2019-2022**

**Oleh:**

**M. Insanul Afif**

**190501183**

**ABSTRAK**

Mayoritas dalam keputusan pembelian bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor termasuk sistem pembayaran QRIS dan promosi makan gratis yang dilakukan oleh Kebalen Café Gomong Mataram. Tujuan penelitian ini untuk mencari pengaruh Sistem Pembayaran QRIS dan Promosi Makan Gratis terhadap keputusan pembelian secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif, dengan mengambil sampel secara acak yang disebar melalui angket dan observasi langsung. Peneliti menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini adalah, 1) Sistem pembayaran berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2019-2022 dengan nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $5,44 > 2,36$ ) menunjukkan berpengaruh. 2) Promosi makan gratis berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2019-2022 dengan hasil analisis  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $5,09 > 2,36$ ) yang menunjukkan signifikansi. 3). Sistem pembayaran QRIS dan Promosi Makan Gratis berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2019-2022, memiliki pengaruh sebesar 63,1% dan 36,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

**Kata Kunci:** Sistem Pembayaran, Promosi, Keputusan

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini banyak *trend* yang berkembang, seperti yang terjadi pada pasar saat ini. Meningkatnya konsumsi masyarakat terhadap *e-commerce* sehingga dapat memudahkan masyarakat untuk menentukan pilihan yang diinginkan ketika saat ingin melakukan transaksi jual-beli. Kemudahan yang dimaksud adalah suatu keadaan yang di mana para pengguna tidak memerlukan sesuatu hal dapat merepotkan atau ditawarkan suatu sistem yang akan memudahkan sehingga tidak memerlukan usaha apapun (*free of effort*) atau membuat lebih mudah digunakan dan dipahami oleh pengguna.<sup>1</sup> Kemudahan untuk mendapatkan informasi tentang *e-commerce* ini sehingga membuat meningkatnya pengguna dari *e-commerce*.

Perkembangan digital ekonomi yang ada, sehingga banyak bermunculan uang elektronik sebagai pendukung dari transaksi *e-commerce* yang ada. Era Industri 4.0 menunjukkan banyaknya teknologi, yang mempengaruhi sistem pembayaran dengan berbagai aplikasi yang digunakan oleh masyarakat umum sebagai alat pembayaran non tunai seperti *OVO*, *Dana*, dan *GO-PAY*.

Aplikasi digunakan untuk mempermudah transaksi dalam berbagai aktifitas seperti pembayaran ojek *online*, pesan antar makanan, pembayaran listrik/telepon, pembayaran PDAM dan masih banyak kemudahan lainnya yang dihasilkan oleh aplikasi digital.<sup>2</sup> Salah satu yang dikembangkan dari *e-money* yang ada dengan menggunakan fitur *scan QR code*. Dengan berkembangnya fitur kemudahan yang ditawarkan seperti QR code untuk membayar sehingga dapat memudahkan ketika melakukan pembayaran. Langkah serius yang dilakukan oleh Bank Indonesia sebagai

---

<sup>1</sup>Khusnul Khotimah. "Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen & kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen online-shop." (*Skripsi*, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis, Jakarta, 2018)

<sup>2</sup>Jefry Tarantang dkk "Perkembangan system pembayaran Digital pada era revolusi industry 4.0 di Indonesia", Vol. 4 Nomor 1, Juni 2019, hlm. 60

pemegang kebijakan moneter di Indonesia dalam menanggapi perkembangan sistem pembayaran yang ada sehingga Bank Indonesia menginisiasi untuk meluncurkan sistem pembayaran digital yaitu *Quick Response code Indonesia Standard* (QRIS) sejak 17 Agustus 2019 silam.<sup>3</sup>

QRIS adalah sistem pembayaran yang digunakan untuk standarisasi transaksi pembayaran menggunakan kode QR. Sistem ini dipelopori oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). Standar EMVCo (European Master Card Visa) digunakan sebagai standar dasar dalam penyusunan QRIS. Standar ini digunakan untuk mempromosikan konektivitas antara penyelenggara.<sup>4</sup>

Bank Indonesia melakukan penerapan QRIS sejak 1 Januari 2020 di Indonesia. Penerapan ini dilakukan guna terwujudnya sistem digital yang diterapkan pada pembayaran yang ada di Indonesia. Dengan digital ini juga dapat membuat transaksi yang dilakukan bisa lebih cepat, mudah, aman dan handal. Sehingga dapat mengurangi resiko penyebaran uang palsu akan berkurang.<sup>5</sup>

Dengan mengalaminya perubahan sistem pembayaran yang ada di Indonesia saat ini sehingga keputusan pembelian konsumen terdapat beberapa hal yang bisa berubah.<sup>6</sup> Tidak jarang dengan adanya perkembangan sistem pembayaran yang ada di Indonesia membuat masyarakat bisa menerima dan ada juga yang belum bisa menerima dengan perubahan yang ada. Karena dengan menggunakan pembayaran digital bisa mengurangi resiko terhadap penyebaran uang palsu dan juga tidak akan membuat para pedagang kesusahan untuk menyiapkan uang kembalian. Namun diantara keunggulan yang ada, terdapat beberapa masyarakat yang belum bisa menerima dengan perubahan sistem pembayaran digital atau penggunaan *Quick Response code Indonesian Standard* (QRIS)

---

<sup>3</sup>Philip Kotler, dkk. *Marketing 4.0*. (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2020), hlm 17

<sup>4</sup>Josef Evan Sihaloh dkk. "Implementasi Sistem Pembayaran Quick Rensponse code Indonesia Standard Bagi Perkembangan", Vol 17, Nomor 2, April 2020, hlm 287

<sup>5</sup>Ibid.,

<sup>6</sup>Dr. Nugroho J, Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Kharisma Putra Utama. 2015)

karena menganggap akan mengalami kesulitan ketika melakukan pembayaran menggunakan digital, karena kurangnya pengetahuan tentang teknologi saat ini. Selain itu, dengan kebiasaan yang telah diterapkan sejak dulu menggunakan pembayaran secara langsung/tunai membuat masyarakat tidak terlalu memberikan respon positif terhadap perkembangan sistem pembayaran yang ada.

Perkembangan sistem pembayaran di NTB sendiri mengalami perkembangan yang cukup pesat dilihat dari beberapa perbedaan yang ditunjukkan oleh konsumen, terdapat 58% konsumen tidak jadi melakukan transaksi karena UMKM yang ada tidak menyediakan sistem pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard* (QRIS) dengan hasil survey tersebut bisa berindikasi bahwa perkembangan sistem pembayaran yang ada di NTB terbilang baik.<sup>7</sup>

Penggunaan sistem pembayaran QRIS telah di terapkan di berbagai tempat seperti di Kebalen Café Gomong Mataram. Penerapan QRIS sudah dilakukan sejak 2020 silam. Penerapan ini sebagai salah satu cara yang dilakukan untuk mengikuti perkembangan zaman yang ada saat ini. Pada awal penerapan sistem pembayaran ini masih belum banyak yang bisa menggunakan karena belum pahamnya akan keberadaan sistem pembayaran QRIS yang ada, seiring berjalannya waktu bahkan ada beberapa konsumen yang tetap membayar menggunakan *e-wallet* karena dianggap dengan menggunakan QRIS pembayaran tidak akan lama.<sup>8</sup>

Selain harga yang terjangkau oleh mahasiswa, terdapat berbagai penawaran promosi yang ditawarkan oleh Kebalen Café. Promosi adalah upaya yang memberikan berbagai insentif jangka pendek untuk merangsang keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Semua promosi bertujuan untuk mempengaruhi perilaku pembelian, tetapi tujuan utama promosi adalah untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan.<sup>9</sup> Salah satu cara atau promosi yang dilakukan oleh kebalen café menggunakan promosi

---

<sup>7</sup>Heru Saptaji, *Wawancara*, 28 November 2022

<sup>8</sup>Abdul, *Wawancara*, Gomong, 18 Agustus 2022

<sup>9</sup>Jackson R.S Weenas. "Kualitas Produk, Harga, Promosis dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian". Vol. 1, Nomor 14, Desember 2013, hlm 607

makan gratis untuk hafidz Al Qur'an, puasa senin-kamis, dan usia lansia. Berdasarkan Al Qur'an Surah Fathir ayat 29 :

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَاجِزًا يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَاجِزًا يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَاجِزًا يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ

لَأَنبِيَاءَ رُجُوعًا تَجَارَةً لَّنْ تَبُورَ<sup>10</sup>

*“sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah (Al Qur'an) dan mendirikan shalat dan manafkahkan sebagian rezeki yang Kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugikan”*

Dengan melihat promosi seperti itu akan bisa membuat sebagian konsumen menganggap bahwa mereka juga bisa melakukan donasi untuk para hafidz Al Qur'an. Dengan demikian, bisa meningkatkan keinginan untuk berbelanja di kebalen café Gomong Mataram.

Dari beberapa uraian latar belakang diatas membuat penulis memilih dan tertarik menulis penelitian tentang **“Pengaruh Sistem Pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard* (QRIS) dan Promosi makan gratis terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram 2019-2022 pada Kebalen Café Gomong Mataram”**.

## **B. Rumusan dan Batasan Masalah**

### **1. Rumusan Masalah**

- a. Apakah sistem pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard* (QRIS) berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram 2019 - 2022 pada Kebalen Café Gomong Mataram?
- b. Apakah promosi makan gratis berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram 2019 - 2022 pada Kebalen Café Gomong Mataram?

---

<sup>10</sup> QS Al Fathir [35] : 29

- c. Apakah sistem pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard* (QRIS) dan promosi makan gratis berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram 2019-2022 pada Kebalen Café Gomong Mataram?
2. Batasan masalah

Batasan masalah pada penelitian ini bertujuan untuk memfokuskan penelitian agar tidak membahas yang tidak sesuai dengan judul yang diajukan. Batasannya antara lain:

    - a. Studi kasus pada Kebalen café Gomong Mataram
    - b. Responden yang digunakan adalah Mahasiswa aktif Fakultas dan Bisnis Islam UIN Mataram 2019 – 2022 yang pernah melakukan pembelian di Kebalen Café Gomong Mataram menggunakan pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard* (QRIS).

### C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mengetahui pengaruh sistem pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard* (QRIS) terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram 2019 - 2022 pada Kebalen Café Gomong Mataram.
  - b. Untuk mengetahui pengaruh promosi makan gratis terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram 2019 – 2022 pada Kebalen Café Gomong Mataram.
  - c. Untuk mengetahui pengaruh sistem pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard* (QRIS) dan Promosi makan gratis terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram 2019 - 2022 pada Kebalen Café Gomong Mataram.
2. Manfaat Penelitian
  - a. Manfaat Teoritis

Dapat digunakan sebagai referensi, bahan kajian untuk Pendidikan formal dan nonformal.

b. Manfaat Praktis

Bagi masyarakat dan UMKM dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam melakukan penjualan dan pembayaran yang tepat dengan melihat perkembangan *E – Commerce* yang ada di Indonesia saat ini. Dan bagi pemerintah dapat dijadikan sebagai acuan untuk meningkatkan perkembangan digital ekonomi yang ada saat ini. Bisa dijadikan sebagai gaya baru perekonomian yang ada saat ini.

**D. Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan pada sifat-sifat yang dapat diamati (diobservasi) dari suatu hal tertentu. Konsep yang dapat diamati penting karena konsep yang diamati membuka kemungkinan bagi orang lain, jadi yang dilakukan peneliti adalah membiarkan orang lain bereksperimen.<sup>11</sup>

1. Variabel bebas (Independent Variabel)

Variabel bebas adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya dan ditandai dengan huruf X untuk memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi. Variabel bebas yang dimaksud yaitu variabel pembayaran QRIS (*Quick Response code Indonesian Standart*) (X1) dan promo makan gratis (X2).

a. Sistem Pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard* (QRIS)

Bank Indonesia menetapkan standar QR pembayaran untuk memfasilitasi transaksi pembayaran digital di Indonesia yang di sebut QRIS (*Quick Response code Indonesian Standard*). QRIS adalah kode QR yang dikembangkan oleh Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) dan badan pengatur untuk memfasilitasi sistem pembayaran digital yang aman, efektif mendukung pemerintah dan mendorong inklusi keuangan digital yang cepat. QRIS adalah kode QR untuk setiap transaksi pembayaran digital.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup>Syahza, Almasdi, *Metodologi Penelitian*, (Pekanbaru:UR. Press, 2021) hlm 68

<sup>12</sup>Oktaviana Banda Saputri “Preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital”, Vol. 17, Nomor 2, 2020, hlm 237

Indikator dalam variabel ini antara lain:

- 1) Universal
- 2) Gampang (Mudah)
- 3) Untung
- 4) Langsung

b. Promosi Makan Gratis

Promosi makan gratis merupakan salah satu langkah yang dikeluarkan oleh Kebalen Café Gomong Mataram untuk mendapatkan pelanggan atau *customer* agar senang dan kerap untuk melakukan transaksi pembelian disana karena dengan mengeluarkan promosi tersebut akan membuat konsumen melakukan sedekah dengan melakukan belanja di Kebalen Café Gomong Mataram. Promosi apapun bisa saja dilakukan ketika tidak melakukan yang dilarang dalam prinsip promosi, disamping itu memang tidak ada dasar yang melarang tentang memuji atas barang atau jasa.<sup>13</sup>

Indikator yang terdapat pada variabel ini antara lain:

- 1) Syarat dan Ketentuan Promosi
- 2) Waktu
- 3) Kapasitas Promosi

2. Variabel terikat (Dependent variabel)

Variabel dependen adalah variabel yang dapat dipengaruhi atau diartikan sebagai dependen terhadap variabel lain dan diberi label dengan huruf (Y) untuk memudahkan peneliti dalam mengidentifikasikannya. Variabel terikat yang dimaksud adalah variabel keputusan pembelian. Pada penelitian ini memiliki variabel terikat Keputusan Pembelian Konsumen yang merupakan aktivitas pemecahan masalah yang dilakukan individu untuk Tindakan yang tepat dari dua atau pilihan tindakan, dan tindakan yang mana yang paling tepat untuk diambil dalam suatu transaksi pembelian. Terdapat beberapa

---

<sup>13</sup>Syabbul Bahrim “Hukum Promosi Produk dalam Prespektif Hukum Islam, Episteme” Vol. 8, Nomor 1, 2012, hlm. 141-142

indicator yang dapat diambil dalam keputusan pembelian antara lain:<sup>14</sup>

- a. Teknologi
- b. Sosial Budaya
- c. Kualitas Produk
- d. Harga
- e. Promosi



Perpustakaan UIN Mataram

---

<sup>14</sup>Firmansyah Anang, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Sleman: Deepublish Publisher, 2018), h. 27-30

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

#### A. Kajian Pustaka

Kajian pustakan merupakan kajian untuk mengetahui posisi penelitian yang akan dilaksanakan (*state of affairs*) diantara hasil-hasil penelitian atau buku-buku dan jurnal terdahulu yang topik pembahasannya sejalan. Bertujuan untuk menghindari praktik peniruan plagiasi terhadap penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya baik dari segi judul, latar belakang, dan data-data temuan hasil penelitian yang di dapatkan <sup>15</sup>

Terdapat beberapa penelitian yang relevan yang sesuai dengan penenlitian saat ini dan akan dijadikan sebagai sandaran dalam melakukan penelitian selanjutnya berkaitan dengan judul dan permasalahan yang digunakan antara lain:

1. Hutami A. Ningsih, Endang M Sasmita, dan Bida Sari pada penelitian yang berjudul “*Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Risiko Terhadap Keputusan menggunakan Uang Elektronik (QRIS) pada mahasiswa*”.<sup>16</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak manfaat, kemudahan penggunaan, dan risiko terhadap keputusan penggunaan uang elektronik berbasis QRIS bagi mahasiswa UPI Y.A.I Jakarta. Manfaat, kemudahan, dan risiko berkontribusi 79% terhadap keputusan mahasiswa UPI Y.A.I Jakarta untuk menggunakan uang elektronik berbasis QRIS, dengan 21,1% sisanya dijelaskan oleh variabel selain model penelitian. Hasil uji-t menyimpulkan bahwa ketiga variabel independen memiliki pengaruh parsial yang cukup signifikan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS. berdasarkan uji ALOVA diperoleh nilai F sebesar 5,836, lebih tinggi dari panel F (2,76) mahasiswa di Jakarta.

---

<sup>15</sup>Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), hlm. 12.

<sup>16</sup>Hutami. A Ningsih, Endang M Sasmita dan Bida Sari, “Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Risiko terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) pada Mahasiswa”, Vol. 4, Nomor 1, Maret 2021, hlm 1

Kesamaan pada penelitian ini adalah terdapat pada objek penelitian yang dimana fokus penelitian ini adalah QRIS sehingga bisa menjadi acuan pada penulisan penelitian ini. Perbedaan yang ada terdapat pada variabel Promosi makan gratis.

2. Oktaviana Banda Saputri pada penelitian yang berjudul “*Preferensi konsumen dalam menggunakan Quick Response code Indonesian Standard (QRIS) sebagai alat pembayaran digital*”.<sup>17</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi atau minat masyarakat terhadap penerapan *Quick Response code Indonesia Standard (QRIS)* Bank Indonesia sebagai sarana transaksi pembayaran digital pada 1 Januari 2020. Pengukuran preferensi ini menggunakan berbagai faktor, seperti sebagai kenyamanan, kepercayaan diri, manfaat, dan risiko, yang mempengaruhi pengambilan keputusan individu. metode pengumpulan data adalah kuisisioner menurut skala Likert dan pengolahan data dengan regresi logistik (regresi biner). Dari hasil pengolahan data, semua faktor yang dirasakan juga mempengaruhi preferensi konsumen untuk menggunakan QRIS sebagai alat untuk transaksi pembayaran digital dan menurut hasil pengujian terpisah, kemungkinan besar, faktor utilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi untuk menggunakannya. Faktor lain yang berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan QRIS. Hal ini dijelaskan dari Sali *single rate* bahwa persepsi manfaat atau bias peluang berdampak pada minat konsumen terhadap QRIS 99,549 kali.

Kesamaan yang ada dalam penelitian ini adalah sama sama memiliki objek penelitian yang sama yaitu QRIS dimana di penelitian ini membahas sikap konsumen terhadap QRIS pada saat menggunakan QRIS. Perbedaannya adalah jika pada

---

<sup>17</sup>Oktaviana Banda Saputri “Preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital”, Vol. 17, Nomor 2, 2020, hlm 237

variabel X2 yaitu promosi makan gratis tidak ada dibahas dalam penelitian ini.

3. Hutomo Atman Maulana & Yunelly Asra pada penelitian berjudul “*Keputusan pembelian pada E-Commerxe oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan*”.<sup>18</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif promosi gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian Generasi Z di pedesaan. jenis penelitian ini adalah penelitian deksriptif atau pengujian hipotesis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah 29 orang generasi GenZ yang berdomisili di pedesaan dan pernah melakukan transaksi *e-commerce*. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi gratis ongkos kirim berpengaruh positif dengan memeberikan kontribusi sebesar 19,3% terhadap keputusan pembelian Generasi Z di pedesaan.

Kesamaan yang ada pada penelitian ini terdapat pada pembahasan keputusan konsumen terhadap promosi gratis yang di terapkan pada tempat penelitian sehingga terdapat beberapa pembahasan yang sama. Terdapat perbedaan yaitu pada penelitian ini tidak ada membahas QRIS sebagai media pembayaran.

4. Mira Istiqomah & Novi Marlana pada penelitian yang berjudul “*Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion*”.<sup>19</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis alur promosi gratis ongkos kirim dan ulasan pelanggan online saat melakukan pembelian barang Fashion di Shopee. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah 210 orang. Teknik analisis data yang digunakan

---

<sup>18</sup>Hutomo Atman Maulana, Yunelly Asra, “Analisa Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap keputusan Pembelian pada E-commerce Oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan”, Vol 7, Nomor 2, Desember 2019

<sup>19</sup>Mira Istiqomah, Novi Marlana, “Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion”, Vol 12, Nomor 2, 2020, hlm 288

adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi gratis ongkos kirim berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Riview pelanggan online berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan promosi dengan gratis ongkos kirim dan ulasan pelanggan online secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 34,4%.

Kesamaan yang ada pada penelitian ini terdapat pada pembahasan tentang promosi gratis yang diberikan sehingga bisa mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di tempat tersebut. Terdapat perbedaan yaitu, tidak ada pembahasan tentang sistem pembayaran pada penelitian ini.

5. Jackson R.S Weenas pada penelitian yang berjudul “*Pengaruh kualitas Produk, harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Spring bed Comforta*”.<sup>20</sup>

Penelitian ini difokuskan pada 157 konsumen yang membeli Comfora di Manado. Sampel penelitian ini sebanyak 157 konsumen, menurut rumus solvin sampel yang digunakan 100 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisisioner, pengolahan data menggunakan uji validitas, uji realibitas, uji regresi berganda, uji hipotesis. Hasil eksperimen menunjukkan bahwa kualitas produk, harga promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel terikat atau keputusan pembelian. keempat variabel ini dianggap penting dalam penjualan Comforta. Sebaiknya PT Masindo Sinar Pratama lebih memperhatikan kualitas pelayanan karena mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kesamaan pada penelitian ini terdapat pada keputusan konsumen, beberapa faktor yang ada dalam keputusan konsumen bisa menjadi rujukan untuk melakukan penelitian. Terdapat perbedaan dalam penelitian ini adalah promosi dan sistem pembayaran.

---

<sup>20</sup>Jackson R. S Weenas, “Kualitas Produk Harga, Promodi dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya terhadap Keputusan Pemebelian Spring Bed Comforta”, Vol. 1, Nomor 4, Desember 2013, Hlm 607

## B. Landasan Teori

### 1. Sistem Pembayaran *Quick Response code Indonesia Standard* (QRIS)

#### a. Pengertian Sistem Pembayaran *Quick Response code Indonesia Standard* (QRIS)

Pengertian sistem menurut para ahli:

##### 1) Azhar Susanto

Sistem adalah kumpulan atau subsistem komponen atau segala sesuatu baik fisik maupun non fisik yang saling berhubungan dan dapat bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan tertentu.<sup>21</sup>

##### 2) Sutarman

Sistem adalah kumpulan dari elemen-elemen yang saling berhubungan melalui interaksi dalam satu kesatuan untuk melakukan suatu proses untuk mencapai tujuan utama.<sup>22</sup>

Pembayaran adalah sebuah kegiatan yang dilakukan untuk memindahkan dana/uang dari pihak satu ke pihak yang lain guna memenuhi keinginan atau kebutuhan yang dimiliki. Jadi, sistem pembayaran adalah beberapa elemen yang saling berkaitan satu dengan yang lain dan menjalankan suatu proses yaitu pemindahan dana/uang dari pihak yang satu ke pihak yang lainnya. Pembayaran secara umum dapat dipahami sebagai transfer sejumlah uang dari pembayar ke penerima. Pembayaran digital adalah pembayaran berbasis teknologi. Dalam pembayaran digital, uang disimpan, diproses, dan diterima sebagai informasi digital, dan transfer uang dilakukan menggunakan alat pembayaran elektronik. Sistem pembayaran digital yang menyediakan metode pembayaran untuk pembelian barang atau jasa melalui internet.

---

<sup>21</sup>Azhar Susanto, *Sistem Informasi Akuntansi*, (Bandung : Linggga Jaya, 2018)

<sup>22</sup>Sutarman, *Dasar-dasar Manajemen Logistik*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar Group, 2019)

Kemajuan teknologi mampu menciptakan kemudahan bagi manusia untuk memenuhi berbagai kebutuhan hidupnya. Kemajuan dicirikan dengan kreatifitas dan inovasi yang terus berkembang. Dalam bidang ekonomi, kemajuan dalam sistem pembayaran membuat konsumen lebih leluasa dalam memilih cara melakukan transaksi ekonomi.<sup>23</sup> Mengenai pandangan Islam terhadap pembayaran digital, beberapa ulama mengatakan uang elektronik halal berdasarkan prinsip-prinsip berikut:<sup>24</sup>

- 1) Semua transaksi dalam muamalah tersebut pada prinsipnya diperbolehkan, kecuali ada bukti yang mengharamkan hukumnya akan menjadi haram;
- 2) Uang elektronik memiliki kebutuhan manusia dan banyak manfaat di dalamnya yang perlu diperhatikan untuk *kemaslahatan* umat.

Jika aturan muamalah bertindak sebagai alat tukar dan dianggap tidak memenuhi berbagai unsur yang dilarang oleh syariah, aturan itu harus dilaksanakan menurut prinsip-prinsip syariah antara lain:

- 1) Tidak mengandung *masyir*;
- 2) Tidak menimbulkan *riba* yang berbentuk pengambilan tambahan;
- 3) Pertukaran antara nilai uang tunai dengan nilai uang elektronik harus sama jumlahnya;
- 4) Pertukaran antara nilai uang elektronik harus dilakukan secara tunai (*taqanudh*);
- 5) Tidak mendorong *israf* (pengeluaran yang berlebihan);
- 6) Tidak digunakan untuk transaksi obyek haram dan maksiat menurut hukum islam.

Bank Indonesia menetapkan standar QR pembayaran untuk memfasilitasi transaksi pembayaran digital di Indonesia yang disebut QRIS (Quick Response code

---

<sup>23</sup>Harry Susianto, *Psikologi Ekonomi dan Konsumen*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2005) hlm. 54

<sup>24</sup>Eti Jumiati, *Ekonomi Digital peluang dan tantangan*. (Jakarta : Mitra Wacana Media Penerbit 2020) hlm. 69

Indonesia Standard). Qris adalah kode QR yang dikembangkan oleh Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) dan badan pengatur untuk memfasilitasi sistem pembayaran digital yang aman yang secara efektif mendukung pemerintah dan mendorong inklusi keuangan digital yang cepat. QRIS adalah kode QR untuk setiap transaksi pembayaran digital.<sup>25</sup> Manfaat QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*)

Standarisasi kode QR dengan QRIS memberikan banyak faedah untuk semua lini, antara lain:<sup>26</sup>

1) Bagi pengguna aplikasi pembayaran:

Pembayaran yang dilakukan terasa lebih mudah oleh pengguna sehingga untuk melakukan transaksi pembayaran lebih digemari sehingga ada slogan *Just scan and pay!* dan dapat dijelaskan beberapa keunggulan antara lain:

- (a) Singkat
- (b) Tidak membawa uang tunai
- (c) Satu QR untuk semua aplikasi
- (d) Transaksi aman dan diawasi oleh Bank Indonesia karena menggunakan PJSP yang telah mendapat izin Bank Indonesia

2) Bagi merchant

- (a) Penjualan meningkat
- (b) Lebih kekinian
- (c) Lebih praktis
- (d) Lebih hemat karena tidak memerlukan biaya alur kas
- (e) Jauh dari uang palsu
- (f) Tercatat otomatis
- (g) Terpisahnya uang usaha dan personal
- (h) Mencegah tindak kecurangan dari pembukuan tunai

---

<sup>25</sup>Oktaviana Banda Saputri, "Preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital" (*Skripsi*, UINMUL, 2020)

<sup>26</sup>[www.bi.go.id](http://www.bi.go.id), Quick Response Code Indonesia Standard (Diakses 5 November 2022)

- (i) Informasi kredit profile lebih mudah untuk didapatkan.

QRIS memiliki spesifikasi tertentu yang wajib untuk diikuti oleh penyedia jasa system pembayaran yang menyediakan sarana berbasis QR. Terdapat dua metode pembayaran QRIS yaitu *merchant Presented Mode* (MPM) dan *Coustumer Presented Mode* (CPM). Pada metode QRIS MPM, merchant menampilkan kode QR pada stiker, papan informasi, atau LCD yang kemudian di-scan dengan menggunakan ponsel konsumen. Adapun pada metode kode QR *Coustumer Presented Mode*, konsumen menampilkan kode QR dari ponselnya kemudian di-scan oleh *merchant*. Saat ini penggunaan MPM sudah secara luas digunakan di Indonesia, sedangkan QRIS CPM masih dalam tahap ujicoba yang dilakukan oleh beberapa PJSP di sebagian *merchant*. QRIS MPM memiliki 2 model :

- 1) QRIS MPM Statis merupakan transaksi yang tidak membutuhkan *device* khusus oleh para merchant karena dengan menggunakan MPM ini hanya menyediakan satu lembar QR saja dan konsumen akan melakukan pembayaran yang akan di cantumkan sendiri.
  - 2) QRIS MPM dinamis merupakan transaksi pembayaran yang berbeda seperti statis karena dengan menggunakan dinamis merchant harus menggunakan mesin cetak QR dan kemudahan pada dinamis adalah konsumen tidak harus mencantumkan harga pembelian melainkan akan dilakukan secara otomatis, dengan demikian konsumen akan merasa lebih simpel untuk melakukan setiap pembayaran yang ada.<sup>27</sup>
- b. Indikator Sistem Pembayaran *Quick Response code Indonesia Standard* (QRIS)

Penggunaan QRIS yang dirasa simpel sehingga memiliki karakter yang biasa di sebut UNGGUL, UNGGUL sendiri memiliki kepanjangan yang antara lain:

---

<sup>27</sup>Ibid.,

1) Universal

Universal melambangkan bahwa untuk melakukan pembayaran menggunakan QRIS tidak harus menggunakan berbagai aplikasi untuk melakukan pembayaran melainkan bersifat universal yang dimana satu QR bisa mencakup semua aplikasi pembayaran digital.

2) GampanG

Berbagai kemudahan yang ditawarkan sehingga untuk menggunakan QRIS dirasa memiliki cara yang GampanG dan lebih simpel dari yang pernah dilakukan sebelumnya.

3) Untung

Pengguna bisa melakukan pembayaran dengan menggunakan semua PJSP dan merchant hanya membutuhkan satu kode QR yang digunakan untuk menerima pembayaran.

4) Langsung

Transaksi pembayaran bisa dilakukan dengan secara langsung dan seketika, karena setelah selesai melakukan transaksi maka konsumen dan merchant akan mendapatkan notifikasi secara langsung.

Dalam transaksi keuangan QRIS melakukan pembayaran dengan cara statis dan dinamis. Yang sistem pembayarannya sama-sama dilakukan dengan menscan QR lalu uang elektronik yang berbeda pada dompet elektronik pengguna tersebut akan masuk otomatis pada dompet elektronik penyedia QRIS bersangkutan. Setelah itu, transaksi dapat tercatat secara otomatis dan dapat dilihat kapan pun. Hal ini memudahkan penyedia QRIS tersebut untuk *rekonsiliasi* yang berpotensi mencegah tindak kecurangan dalam pembukuan transaksi secara tunai<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup>Philip Kotler, dkk. *Marketing 4.0*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama 2020), hlm 53

Integrasi dengan standar QRIS akan menguntungkan banyak pihak. Transaksi keuangan lebih efisien dan transaksi relatif mudah karena pedagang tidak perlu bergantung pada banyak PJSP untuk mengakomodasi berbagai pembayaran seluler bagi pembeli. Penjual tidak perlu lagi menghitung uang untuk membayar, memberikan kembalian, menghadapi kasus pemalsuan, dan menyetor ke bank, karena uang ditransfer ke rekening dan takan mendapatkan notifikasi ke smartphone.<sup>29</sup>

## 2. Strategi Promosi

### a. Pengertian Strategi Promosi

Pengertian strategi menurut para ahli:

#### 1) Fred R. Davis

Strategi adalah pendekatan umum untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi adalah tindakan potensial yang memerlukan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Strategi ini biasanya mempengaruhi pertumbuhan jangka panjang perusahaan selama 5 tahun ke depan dan karena itu arah masa depannya.<sup>30</sup>

#### 2) Fandy Tjiptono

Strategi didefinisikan sebagai rencana untuk penerahan dan pengarahan kekuatan dan perlengkapan material di suatu wilayah tertentu untuk mencapai tujuan bersama.<sup>31</sup>

Pengertian promosi merupakan salah satu variabel yang digunakan dalam pemasaran yang sangat penting untuk diterapkan oleh perusahaan atau bisnis ketika menjual produk dan jasa. Kegiatan promosi tidak hanya sebagai sarana komunikasi antara pengusaha dan konsumen tetapi juga sebagai sarana yang mempengaruhi konsumen agar

---

<sup>29</sup>Ibid., hlm 116

<sup>30</sup>Fred R. Davis, *Manajemen konsep Strategik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2019) hlm. 23

<sup>31</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Prinsip dan penerapan*, (Jakarta: Bayumedia 2006) hlm. 120

memiliki keinginan untuk memberi/mengonsumsi jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Ini dilakukan dengan materi iklan. Berikut pendapat para ahli tentang promosi.

1) Hermawan

Salah satu dari tiga komponen utama yang harus tetap diperhatikan dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah promosi, agar produk yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk tersebut.<sup>32</sup>

2) Tjiptono

Kesuksesan suatu program pemasaran bisa dilakukan melalui cara promosi yang dilakukan oleh penjual atau yang melakukan produksi.<sup>33</sup>

Konsep promosi menurut pandangan Islam Istilah *al-hawafiz al-muraghghibah fi al-shira* merupakan istilah promosi dalam Islam yang memiliki arti “segala sesuatu yang mendorong minat orang lain untuk membeli”. Pada hakikatnya, promosi merupakan Tindakan memuji (atas suatu barang atau jasa yang ditawarkan). Tentunya, hal tersebut tidak terlepas dari pujian yang benar atau tidak benar atau mengandung kebohongan. Sebagaimana diketahui bahwa prinsip dalam muamalah adalah boleh selama tidak ada dalil yang melarang. Atas dasar itu maka promosi diperbolehkan selama dilakukan dengan cara yang dibenarkan syariat, tidak menimbulkan bahaya dan gharar.<sup>34</sup>

Hukum promosi yang diperbolehkan apabila promosi tersebut menandung pujian tetapi bersifat nyata dan benar, tidak mengandung unsur kebohongan ditambah dengan

---

<sup>32</sup>Fitriana S. O & Utami Novelia, ”Strategi Promosi Pemasaran” (*Skripsi*, UHAMKA, Jakarta, 2017), hlm 7

<sup>33</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Prinsip dan penerapan*, (Jakarta: Bayumedia 2006) hlm. 121

<sup>34</sup>Syabbul Bahrim “Hukum Promosi Produk dalam Perspektif Hukum Islam, *Episteme*” Vol. 8, Nomor 1, 2013, hlm. 141-142

suatu promosi tersebut mengandung informasi yang tidak diketahui oleh orang lain atau pembeli. jika memuji terhadap diri sendiri seperti diatas adalah boleh, lebih-lebih pujian itu diajukan kepada barang atau jasa yang ditawarkan (komoditi), tentu saja hal tersebut lebih diperbolehkan dan tidak memberikan efek negatif terhadap komoditi lain. Disamping itu memang tidak ada dasar yang melarang tentang memuji atas barang atau jasa<sup>35</sup>

b. Indikator Strategi Promosi

Promosi merupakan usaha pemasaran yang memberikan berbagai upaya insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk yang ditawarkan. seluruh jenis promosi yang diberikan merupakan salah satu cara untuk mempengaruhi psikologi konsumen, ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam mengeluarkan strategi promosi antara lain:

- 1) Syarat dan ketentuan promosi, merupakan syarat dalam mendapatkan promosi dan tidak semua bisa mendapatkan suatu promosi melainkan harus bisa memenuhi persyaratan dan ketentuan yang ditentukan oleh suatu perusahaan tertentu
- 2) Waktu, merupakan aspek yang bisa membatasi keluarnya promosi yang diberikan dengan menggunakan waktu tertentu sehingga bisa membatasi dan mendapat konsumen yang tepat untuk mendapatkan promosi yang akan diberikan.
- 3) Kapasitas promosi, merupakan jumlah yang akan diberikan pada saat mengeluarkan promosi karena dengan kapasitas yang dibatasi sehingga bisa membuat konsumen semangat untuk merebut promosi yang akan diberikan.

---

<sup>35</sup>Ibid h. 143

### 3. Keputusan Pembelian Konsumen

#### a. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen

Keputusan pembelian adalah aktivitas pemecahan masalah yang dilakukan individu untuk tindakan yang tepat dari dua atau lebih pilihan tindakan, dan tindakan mana yang paling tepat untuk diambil dalam pembelian pertama. Proses pembuatan konsumen melalui beberapa langkah dalam mengambil keputusan pembelian, yaitu:<sup>36</sup>

##### 1) Pengenalan masalah

Proses pembelian konsumen dimulai ketika pembeli menyadari kebutuhan ini dapat dibangkitkan oleh rangsangan internal atau eksternal. Konsumen mencari informasi tentang produk tertentu dan menilai Kembali seberapa baik setiap pilhan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Keputusan terjadi ketika konsumen memiliki minat khusus atau keputusan yang membutuhkan tingkat keterlibatan yang tinggi.

##### 2) Pencarian informasi

Setelah konsumen mengetahui kebutuhan dan keinginan, mereka mencari informasi tentang berbagai pilihan yang tersedia untuk kebutuhan mereka.

##### 3) Evaluasi alternatif

Dengan informasi yang sudah konsumen dapat, maka akan melakukan penilaian dengan berbagai informasi lain untuk membangun suatu kriteria yang sesuai dengan kebuthan dan keinginan konsumen.

##### 4) Keputusan pembelian

Setelah melalui berbagai penilaian atas pilihan-pilihan, dengan begitu consume dapat memutuskan apakah konsumen membeli produk tersebut atau tidak sama sekali.

---

<sup>36</sup>Firmasyah, ANanng, M, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Sleman: Deepublish Publisher, 2018), h. 27-30

5) Perilaku pasca pembelian

Pasca pembelian konsumen menginginkan dampak tertentu dari pembelian tersebut. Harapan-harapan ini akan menjadi tolak ukur kepuasan konsumen

b. Indikator Keputusan Pembelian Konsumen

Pada dasarnya keputusan pembelian merupakan suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh:

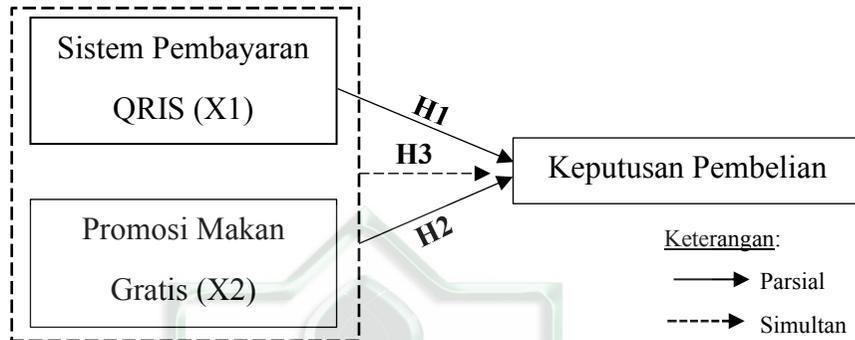
- 1) Teknologi, merupakan sesuatu hal yang tetap berkembang dari satu masa ke masa yang lain, sehingga menimbulkan berbagai macam persepsi dan bisa mempengaruhi pembelian konsumen atas teknologi apa yang sedang digunakan.
- 2) Sosial Budaya, merupakan suatu kebiasaan dan menjadi pertimbangan penting dalam melakukan suatu proses keputusan pembelian konsumen karena sesuai tidaknya produk yang akan dibeli harus sama dengan kebudayaan yang ada di konsumen yang terkait.
- 3) Kualitas Produk, merupakan sesuatu hal yang harus diperhatikan ketika ingin melakukan suatu pembelian barang, karena dengan kualitas produk akan membuat konsumen merasa puas akan produk yang diinginkan.
- 4) Harga, merupakan pertimbangan yang tetap diperhatikan karena dengan harga yang ditawarkan kepada konsumen akan berpengaruh terhadap kualitas produk yang akan didapatkan.
- 5) Promosi, merupakan salah satu cara yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk bisa menarik konsumen dalam melakukan pembelian produk, biasanya banyak promosi unik yang dikeluarkan guna mempengaruhi psikologi konsumen.

Sehingga membentuk sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli.

### C. Kerangka Berpikir

Alur pemikiran dalam pelaksanaan penelitian ini digambarkan seperti bagan di bawah ini:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**



### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat diartikan tebakan sementara tentang sesuatu, atau jawaban sementara untuk suatu masalah. Hipotesis juga dapat diartikan sebagai konsekuensi sementara dari hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Hipotesis adalah pernyataan

sementara yang merupakan perkiraan sementara dari apa yang diamati dalam upaya untuk memahaminya.<sup>37</sup>

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti Menyusun hipotesis sebagai berikut:

- H1 Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara sistem pembayaran *Quick Response code Indonesia Standard* terhadap keputusan pembelian di Kebalen Café Mataram<sup>38</sup>
- H2 Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi makan gratis terhadap keputusan pembelian di Kebalen Café Mataram<sup>39</sup>
- H3 Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara system pembayaran *Quick Response code Indonesia Standard* dan promosi makan gratis terhadap keputusan pembelian di Kebalen Café Mataram<sup>40</sup>

Perpustakaan UIN Mataram

---

<sup>37</sup>Nuryadi, dkk, *Dasar-dasar Statistik Penelitian*, (Bantul: Sibuku Media, 2017), hlm. 74

<sup>38</sup>Hutami. A Ningsih, Endang M Sasmita dan Bida Sari, "Pengaruh Manfaatnya, Kemudahan, dan Risiko terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) pada Mahasiswa", Vol. 4 Nomor 1, Maret 2021, hlm 1

<sup>39</sup>Mira Istiqomah & Novi Marlana pada, "Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashione", Vol 12, Nomor 2, 2020, hlm 288

<sup>40</sup>Oktaviana Banda Saputri "Preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital", Vol. 17, Nomor 2, 2020, hlm. 237

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

##### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) yang memiliki tujuan untuk mengkaji mengenai suasana terkini yang terdapat pada realita yang ada dan interaksi lingkungan unit sosial, masyarakat, kelompok dan individu yang ada.<sup>41</sup>

##### 2. Pendekatan penelitian

Pendekatan yang sesuai adalah pendekatan kuantitatif. pendekatan ini selaras dengan prinsip-prinsip ilmiah yang ada dan bersifat kongkret, objektif, logis, terukus, sistematis, dan imitatif<sup>42</sup>

#### B. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Objek penelitian adalah populasi, dan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik popusisi. karena jumlah populasi yang besar, penelitian ingin mengurangi jumlah subjek penelitian, sehingga harus menyelidiki sebagian dari populasi.<sup>43</sup>

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2019 - 2022 UIN Mataram sebanyak 1671.<sup>44</sup>

##### 2. Sampel

Sampel merupakan Sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dianggap

---

<sup>41</sup>Suryana, "Metodologi Penelitian; Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif", (*Buku Ajar*, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, 2010) h. 14

<sup>42</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian & Pengembangan Research and Development*, (Bandung: Akfabeta, 2019) hlm. 13

<sup>43</sup>S. Sumargono, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rinela Cipta 2003) hlm. 121

<sup>44</sup>M Tajun Toyyib, Kasubag Akademik, Kemahasiswaan & alumni, pada tanggal 13 November 2022

sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang diteliti atau telah diamati.<sup>45</sup>

Pada penelitian ini Teknik pengambilan sampel yaitu *Purposive Sampling*. Dimana *purposive sampling* adalah suatu Teknik penetapan sampel dengan cara memilih sampel diantara populasi sesuai dengan yang dikehendaki peneliti, sehingga mewakili karakteristik populasi yang telah dikenal sebelumnya<sup>46</sup>. Karakteristik sampel yang merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang pernah melakukan transaksi menggunakan *Quick Response code Indonesian Standard* (QRIS) dan pernah melakukan transaksi di Kebalen Café Gomong Mataram.

Untuk jumlah populasi yang telah diketahui dapat digunakan rumus Taro Yamane. Dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N.d^2+1}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Ukuran Populasi

d2 : Presisi yang ditetapkan (10%)<sup>2</sup>

Rumus tersebut bisa menjelaskan bahwa batas dalam pengambilan sample sebesar 10% (presisi), dengan demikian bisa dihitung menggunakan rumus dan akan mendapatkan hasil sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{1671}{1671 \times (10\%) + 1}$$

---

<sup>45</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 80

<sup>46</sup>Nursalam, *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan (Pedoman Skripsi, Tesis, Dan Instrumen Penelitian Keperawatan)*, (Jakarta:Salemba Medika 2008)

$$n = \frac{1671}{1671 \times (0,01) + 1}$$

$$n = \frac{1671}{17,71}$$

$$n = 94,435$$

Setelah melakukan perhitungan sesuai dengan rumus yang ada dari jumlah populasi pada penelitian ini sebesar 1671 diperoleh ukuran sampel sebanyak 94,435 yang bisa dibulatkan menjadi 95 responden untuk penelitian ini.

### **C. Waktu dan Tempat Penelitian**

#### 1. Waktu Penelitian

Waktu dalam melakukan penelitian ini April 2022 sampai penelitian selesai.

#### 2. Tempat Penelitian

Tempat penelitian yaitu Kebalen Café Gomong Mataram

### **D. Variabel Penelitian**

Variabel merupakan atribut utama dan fokus penelitian. bahan-bahan tersebut diperlukan jika ingin menarik kesimpulan dari hasil penelitian. ada dua jenis variabel, variabel bebas dan variabel terikat<sup>47</sup>. Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel X1 (*Variable Independent 1*) adalah *sistem pembayaran Quick Response code Indonesia Standard*
2. Variabel X2 (*Variable Independent 2*) adalah promo makan gratis.
3. Variabel Y (*Variable Dependent*) adalah keputusan pembelian.

### **E. Desain Penelitian**

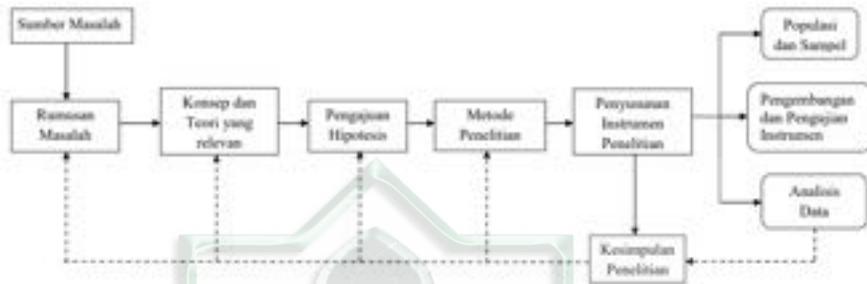
Desain penelitian adalah gambaran yang digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian. Desain penelitian adalah struktur atau rincian prosedur operasi yang harus diikuti selama

---

<sup>47</sup>Siyoto, sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Sleman: Literasi Media Publishing, 2015), hlm.51-52

penelitian, dan bertujuan untuk bisa memberikan gambaran arah yang harus diikuti selama penelitian. Berikut desain penelitian yang dibuat oleh peneliti:

**Gambar 3.1**  
**Desain Penelitian**



#### F. Instrumen/Alat dan Bahan Penelitian

Instrumen penelitian adalah cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data selama penelitian berlangsung. Pengumpulan data yang dilakukan bisa berupa tes, wawancara, kuesioner, dan pedoman observasi.<sup>48</sup>

Dalam instrument penelitian ini, peneliti memilih skala *Likert* untuk mengukur topik, opini, dan pengalaman secara komprehensif. Tanggapan untuk setiap item instrumen menggunakan skala *Likert* dinilai dari sangat positif hingga sangat negatif, seperti yang ditunjukkan di bawah ini:

SS : Sangat setuju	nilai 5
S : Setuju	nilai 4
RG: Ragu-ragu	nilai 3
TS: Tidak setuju	nilai 2
ST: Sangat tidak setuju	nilai 1

Dalam penelitian ini, dari setiap variabel yang ada akan diberikan penjelasan, selanjutnya menentukan indicator yang akan diukur, hingga menjadi item pernyataan, seperti terlihat pada tabel 2 dibawah ini:

<sup>48</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian & Pengembangan Research and Development*, h.156

**Tabel 3.1**  
**Hubungan antara Sistem Pembayaran QRIS dan Promo**  
**Makan Gratis dengan Keputusan Pembelian**

No	Variabel	Indikator
1	Pembayaran QRIS ( <i>Quick Response code Indonesian Standard</i> )	1. Universal
		2. Gampang (mudah)
		3. Untung
		4. Langsung
2	Promo makan gratis	1. Syarat dan ketentuan
		2. Waktu promosi
		3. Kapasitas
3	Keputusan pembelian	1. Teknologi
		2. Sosial Budaya
		3. Kualias produk
		4. Harga
		5. Promosi

### G. Teknik Pengumpulan Data/Prosedur Penelitian

Teknik pengumpulan data merupakan cara menyimpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Umumnya cara mengumpulkan data dapat menggunakan teknik: angket (*questioner*), dan pengamatan (*observation*).<sup>49</sup>

#### 1. Angket (*questioner*)

Merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pernyataan tersebut. Daftar pernyataan dapat bersifat terbuka, yaitu jika jawaban tidak ditemukan sebelumnya oleh peneliti dan dapat bersifat tertutup, yaitu alternatif jawaban telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti. Adapun instrumen daftar pernyataan (berupa isian yang akan diisi oleh responden), *checklist* (memberikan tanda pada kolom

<sup>49</sup>Julainsyah Noor, *Metodoogi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 138

yang disediakan), dan skala (berupa pilihan dengan memberi tanda pada kolom berdasarkan tingkatan tertentu).

## 2. Pengamatan (*observation*)

Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian. Instrumen yang dapat digunakan yaitu lembar pengamatan. Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi antara lain: ruang (tempat), perilaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian, menjawab pertanyaan, membantu mengerti perilaku manusia, dan evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut.<sup>50</sup>

Pada penelitian ini, peneliti melakukan observasi secara langsung mengamati aktifitas yang terjadi ditempat penelitian yaitu di Kebalen Cafe Gomong Mataram dan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram 2019-2022

## H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai social, akademis dan ilmiah<sup>51</sup>. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Uji Instrumen

Pengujian instrument yang disusun dapat divalidasi dengan memeriksa kekokohan (realibilitas) dan validitas pengukuran. Saat Menyusun koesuiner dapat menggambarkan dengan benar tujuan penelitian (valid), dan juga dapat konsisten jika pertanyaan dijawab pada waktu yang berbeda (reliabel)<sup>52</sup>

#### a. Uji Validitas

Suatu instrument atau angket dapat dikatakan valid jika instrument tersebut dapat mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas ini digunakan untuk mengukur validitas suatu instrument. Untuk menentukan validitas

---

<sup>50</sup>ibid., h. 140

<sup>51</sup>Siyoto, sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, h.109

<sup>52</sup>Noor, Juliansyah, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 164

suatu instrument digunakan rumus *Pearson Product Moment Correlation*.

Dalam pengujian validitas taraf signifikan yang dapat dipakai adalah 10% dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai rhitung > rtabel maka instrument tersebut valid.
- 2) Jika nilai rhitung < rtabel maka instrument tersebut tidak valid

b. Uji Realibitas

Uji realibilitas untuk mengukur tingkat kepercayaan terhadap suatu alat. Suatu instrument dikatakan reliabel jika hasil pengujian instrument menunjukkan hasil yang konsisten. Realibilitas mengacu pada masalah menentukan hasil. Dalam melakukan uji realibilitas, peneliti menggunakan rumus *Cronbach alpha*:

$$r_i = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

$r_i$  = Realibilitas instrument

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$  = Jumlah varians butir

$\sigma_t^2$  = Varians total<sup>53</sup>

Dalam aplikasinya, realibilitas dinyatakan dalam koefisien realibilitas dengan rentang angka dari 0 sampai 1,00. Semakin mendekati koefisien ralibilitas angka 1,00 maka semakin tinggi realibilitas suatu instumen

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk melihat ada atau tidak normalitas residual, multikolineritas, autokorelasi dan heteroskedastis.<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup>Sugiuono, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta, kencana, 2011) h. 193

<sup>54</sup>Purnomo, Aldy, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, (Ponorogo: Wade Group, 2016), h 106

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah bertujuan untuk melihat apakah nilai *residual* terdistribusi normal atau tidak. Sebelum kita melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian harus diuji kenormalan distribusinya. Data yang baik adalah data yang normal dalam pendistribusiannya. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu : jika nilai signifikansi lebih besar dari  $\alpha = 0,10$  maka data tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari  $\alpha = 0,10$  maka data tersebut tidak berdistribusi normal.<sup>55</sup>

b. Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antar variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Menurut Widarjono, dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas adalah sebagai berikut :

1) Melihat nilai *tolerance*

- a) Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- b) Jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

2) Melihat nilai VIF (Variance Inflation Factor)

- a) Jika nilai VIF  $< 10,00$  maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- b) Jika nilai VIF  $> 10,00$  maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.<sup>56</sup>

c. Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu

---

<sup>55</sup>*Ibid*, hlm. 115.

<sup>56</sup>*Ibid*, hlm. 120.

pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas yaitu, Titik-titik data pentabaran disekitaran angka nol (0), titik tidak mengumpul diatas dan dibawah saja dan penyebaran titik data tidak berpola.<sup>57</sup>

### 3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis apakah variabel independent secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

- Y : Keputusan belanja
- a : Konstanta
- X<sub>1</sub> : Sistem Pembayaran QRIS
- X<sub>2</sub> : Promo makan gratis
- β<sub>1</sub>, β<sub>2</sub>, β<sub>3</sub> : Koefisien Regresi
- e : Standar eror

### 4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah suatu prosedur yang dilakukan dengan tujuan memutuskan apakah menerima atau menolak hipotesis itu. Dalam pengujian hipotesis, keputusan yang dibuat mendukung ketidakpastian, artinya keputusan bisa benar atau salah, sehingga menimbulkan risiko. Besar kecilnya risiko dinyatakan dalam bentuk probabilitas.

#### a. Uji t

Uji t adalah pengujian koefisien regresi perisial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent (X) secara individual mempengaruhi variabel (Y).

#### b. Uji Regresi secara simultan (Uji-F)

---

<sup>57</sup>Ibid, hlm 121

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independent yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variable dependen. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh Sistem pembayaran QRIS dan Promo makan gratis terhadap Keputusan pembelian secara simultan dan persial. Di rumuskan sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

$R^2$  : Koefisien determinasi.

k : Jumlah variable independent

n : Jumlah anggota data atau kasus

c. Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi. Determinasi mencerminkan kemampuan variabel dependen. Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independent variabel dependen.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Analisis Deskriptif

##### a. Deskripsi Kebalen Café

Kebalen Café merupakan salah satu café yang ada di Kota Mataram dimana kebalen café didirikan oleh bapak Nasruddin sejak 2015. Pemilik kebalen café mempekerjakan 43 dimana para pekerja yang dikerjakan disana orang orang yang sudah memasuki usia yang layak untuk bekerja. Awalnya kebalen café merupakan usaha kecil kecilan dan berhasil dapat dikembangkan sampai saat ini. Kebalen café merupakan café yang menjual berbagai macam makanan berat maupun ringan dimana disana memiliki beberapa menu yang menjadi ciri khas mereka yaitu ayam bakar kebalen dan es campur kebalen. Untuk menambah ciri khas yang dimiliki oleh kebalen café mereka membuat logo yang dapat mewakili bagaimana kebalen café itu sendiri.<sup>58</sup>

**Gambar 4.1**  
**Logo Kebalen Café**



*Sumber* : Facebook Kebalen Café

---

<sup>58</sup>Abdul, *Wawancara*, Mataram, 20 November 2022

Semboyan yang tetap melekat pada kebalen café ini sendiri adalah “*Ahlinya Perut Lapar*” dimana tempat ini dapat mengatasi konsumen yang mengalami kelaparan dan membutuhkan makanan dengan bertransaksi dikebalen café. Selain itu pada logo kebalen café memiliki logo betuliskan KC yang merupakan inisial dari nama tempat tersebut.

Ada berbagai upaya dalam melakukan promosi yang dilakukan oleh kebalen café yang salah satunya adalah dengan menerapkan promosi makan gratis yang dilakukan sejak 2016 awal. Dimana promosi tersebut diterapkan untuk menarik konsumen untuk melakukan transaksi disana dengan harapan konsumen menganggap ketika konsumen melakukan transaksi disana keuntungan yang didapatkan oleh kebalen café akan disedekahkan ke orang orang yang membutuhkan sesuai dengan persyaratan yang diterapkan pada promosi tersebut. Klasifikasi Promosi yang diberikan untuk makan gratis terdapat berbagai kriteria antara lain:

- 1) Puasa senin kamis;
- 2) Hafidz Al Qur'an
- 3) Wanita hamil 7 bulan
- 4) Wanita lansia

Selain menerapkan promosi tersebut ada beberapa Langkah yang dibuat oleh kebalen café ini sendiri untuk menarik minat konsumen untuk melakukan transaksi di tempat tersebut yang salah satunya adalah dengan merekapkan system pembayaran yang terkini seperti penggunaan *Quick Response code Indonesia Standard*. System pembayaran ini telah diterapkan oleh Kebalen Café sejak 2020 dan saat ini transaksi yang sedikit dominan adalah transaksi yang menggunakan QRIS.

b. Deskripsi Karakteristik Responden

Penelitian ini mengambil responden sejumlah 95 responden yang di ambil sejak bulan Noverber 2022. Dalam pengisian kuesioner yang disebar dapat diisi oleh semua mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2019-2022 UIN Mataram yang pernah melakukan transaksi di

kebalen Café menggunakan *Quick Response code Indonesian Standard* (QRIS). Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1) Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden penelitian ini dibagi menjadi dua bagian antara lain:

**Tabel 4.1**

**Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis kelamin	Total	Presentasi
1	Laki – laki	30	31.57%
2	Perempuan	65	68.43%
Jumlah		95	100%

*Sumber: Google Form*

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 95 responden yang ada terdapat 30 responden berjenis kelamin laki-laki atau sebesar 31,57% dan terdapat 65 responden perempuan atau sebesar 68,43% dari 100% responden yang ada.

2) Program Studi

Berdasarkan program studi responden penelitian ini terbagi menjadi tiga bagian yaitu:

**Tabel 4.2**

**Berdasarkan Program Studi**

No	Jurusan	Total	Presentasi
1	Ekonomi Syariah	56	58.94%
2	Perbankan Syariah	34	35.78%
3	Pariwisata Syariah	5	5.28%
Jumlah		95	100%

*Sumber: Google Form*

Dari tabel 4.2 bisa dijelaskan bahwa dari 95 orang jumlah responden yang ada terdapat klasifikasi berdasarkan jurusan yang mengisi kuisioner yang ada.

Terdapat 56 orang jurusan Ekonomi Syariah yang terdapat 58,94%, 34 mahasiswa/i Perbankan Syariah bernilai 35,78% dan 5 mahasiswa Pariwisata Syariah bernilai 5,28% dari responden yang ada.

3) Tahun Angkatan

Berdasarkan tahun angkatan responden penelitian ini terbagi menjadi tiga bagian yaitu:

**Tabel 4.3**

**Berdasarkan Tahun Angkatan**

No	Tahun Angkatan	Total	Presentasi
1	2019	55	57.90%
2	2020	19	20%
3	2021	6	6.31%
4	2022	15	15.79%
Jumlah		95	100%

*Sumber: Google Form*

Dari tabel 4.3 bisa dijelaskan bahwa dari 95 responden yang ada terdapat klasifikasi berdasarkan tahun Angkatan yang dimana terdapat 55 mahasiswa/i Angkatan 2019 yang bernilai 57.90%, tahun Angkatan 2020 terdapat 19 mahasiswa/i bernilai 20%, tahun Angkatan 2021 terdapat 6 mahasiswa/i bernilai 6,31% dan tahun Angkatan 2022 sejumlah 15 responden dengan nilai 15,79% dari 100% responden yang mengisi kuesioner.

c. Deskripsi Data Variabel Penelitian

Data yang didapatkan dalam penulisan skripsi penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan kuisioner yang dimana ada beberapa pertanyaan yang diajukan kepada 95 responden yang ada. Metode perhitungan yang digunakan untuk merangkup jawaban yang diberikan oleh responden menggunakan metode skala *Likkert* dengan skor tertinggi 5 untuk jawaban sangat setuju dan 1 untuk jawaban terendah atau yang menjawab sangat tidak setuju.

Terdapat tiga variabel yang dicantumkan penulis pada skripsi ini, yaitu dua variabel X dan variabel Y, untuk variabel X1 (Sisitem pembayaran QRIS (*Quick Response code Indonesian Standard*) yang dimana pada variabel ini terdapat empat pertanyaan yang bisa mewakili indikator pertanyaan yang ada pada variabel tersebut. Variabel X2 yaitu Promosi makan gratis yang dimana pada variabel ini terdapat tiga pernyataan yang sudah mencakup semua isi dalam variabel terkait. Sedangkan untuk variabel Y adalah putusan, untuk variabel Y juga menggunakan lima pernyataan yang diberikan kepada responden yang dituju oleh peneliti dan kelima pernyataan pada variabel Y ini sudah mencakup terhadap semua yang ada pada variabel Y. Sehingga jumlah pernyataan yang diberikan kepada responden sejumlah 12 pernyataan, penggunaan 12 pernyataan yang diberikan kepada responden agar tidak akan membuat responden merasa jenuh untuk mengisi kuisisioner guna mendapatkan hasil yang maksimal dari responden yang mengisi kuisisioner yang telah diberikan.

Untuk mengetahui rata-rata jawaban yang diberikan responden dapat diklasifikasikan dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 4.4**  
**Jawaban Responden X1**

Item Pernyataan	Jumlah nilai jawaban responden				
	SS(5)	S(4)	RG(3)	TS(2)	ST(1)
X1.1	33	43	17	2	0
X1.2	39	40	13	1	2
X1.3	33	41	17	3	1
X1.4	37	40	12	4	2
Total	142	164	59	10	5

Sumber: googleform diolah Microsoft Exel2020

Berdasarkan tabel jawaban responden pada variabel Sistem Pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard* (QRIS) (X1) dapat disimpulkan bahwa jumlah

responden menjawab terbanyak adalah sangat setuju dimana terdapat 164 responden yang mengisi setuju.

**Tabel 4.5**  
**Jawaban Responden X2**

Item Pernyataan	Jumlah nilai jawaban responden				
	SS(5)	S(4)	RG(3)	TS(2)	ST(1)
X2.1	28	39	22	6	0
X2.2	26	42	21	4	2
X2.3	17	34	36	7	1
Total	71	115	79	17	3

Sumber: *googleform* diolah *Microsoft Exel2020*

Berdasarkan tabel jawaban yang terdapat pada variabel promosi makan gratis (X2) terdapat jumlah jawaban tertinggi setuju dan bernilai 115.

**Tabel 4.6**  
**Jawaban Responden Y**

Item Pernyataan	Jumlah nilai jawaban responden				
	SS(5)	S(4)	RG(3)	TS(2)	ST(1)
Y1	33	45	11	5	1
Y2	17	50	23	5	0
Y3	21	50	20	3	1
Y4	30	38	23	3	1
Y5	36	34	22	2	1
Total	137	217	99	18	4

Sumber: *googleform* diolah *Microsoft Exel2020*

Berdasarkan tabel jawaban variabel Keputusan belanja (Y) terdapat jawaban terbanyak adalah setuju yang dimana bernilai 217 yang dapat dijelaskan oleh tabel 4.6.

## 2. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian berfungsi untuk mengetahui Bagaimana data yang diperoleh oleh peneliti dikatakan valid

atau tidak dan juga dapat konsisten jika pernyataan yang dijawab pada waktu yang berbeda atau tetap mengalami *reliabel*.

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui kuesioner yang diisi oleh responden valid. Validnya data kuesioner yang di sebar ke responden dapat dilihat dari semua item yang mewakili beberapa indikator yang telah ditentukan oleh peneliti. Data yang dikatakan valid apabila nilai *r* hitung lebih besar dari nilai *r* tabel, pada penelitian ini memiliki 95 responden dan memiliki nilai 10% . Dapat ditentukan bahwa nilai *r* tabel pada uji ini sebesar 0.168 dan dapat dikatakan valid Ketika memiliki *Cronbach's alpa* lebih dari nilai tersebut. Uji validitas ini dilakukan setiap variabel yang ada, antara lain:

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Validitas Sistem Pembayaran QRIS (X1)**

No	Item	r hitung	r tabel	keterangan
1	Item 1	0.790	0.168	Valid
2	Item 2	0.886	0.168	Valid
3	Item 3	0.885	0.168	Valid
4	Item 4	0.845	0.168	Valid

Sumber: SPSS.26

Pada tabel 4.7 yang ada diatas memiliki 4 item pernyataan yang disebar untuk mewakili indikator yang ada dalam penelitian ini. Dimana pada 4 item yang ada memiliki nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel. Yaitu contoh terdapat pada item 1 yang nilai *r* hitung  $0.790 > 0.168$  yang memiliki arti bahwa semua item pernyataan variebel sistem pembayaran QRIS yang disebar oleh peneliti valid dan bisa untuk dilakukan pengujian selanjutnya.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Promosi Makan Gratis (X2)**

No	Item	r hitung	r tabel	keterangan
1	Item 1	0.845	0.168	Valid
2	Item 2	0.827	0.168	Valid
3	Item 3	0.813	0.168	Valid

Sumber: SPSS.26

Pada tabel 4.8 yang ada diatas memiliki 3 item pernyataan yang disebar untuk mewakili indikator yang ada dalam penelitian ini. Dimana pada 3 item yang ada memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Yaitu contoh terdapat pada item 1 yang nilai rhitung  $0.845 > 0.168$  yang memiliki arti bahwa semua item pernyataan Promi Makan Gratis yang disebar oleh peneliti valid dan bisa untuk dilakukan pengujian selanjutnya.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas Keputusan Konsumen (Y)**

No	Item	r hitung	r tabel	keterangan
1	Item 1	0.798	0.168	Valid
2	Item 2	0.715	0.168	Valid
3	Item 3	0.851	0.168	Valid
4	Item 4	0.843	0.168	Valid
5	Item 5	0.854	0.168	Valid

Sumber: SPSS.26

Pada tabel 4.9 yang ada diatas memiliki 5 item pernyataan yang disebar untuk mewakili indikator yang ada dalam penelitian ini. Dimana pada 5 item yang ada memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Yaitu contoh terdapat pada item 1 yang nilai rhitung  $0.798 > 0.168$  yang memiliki arti bahwa semua item pernyataan Keputusan Konsumen yang disebar oleh peneliti valid dan bisa untuk dilakukan pengujian selanjutnya.

b. Uji Realibilitas

Uji realibilitas dilakukan untuk mengetahui bagaimana hasil dari pengukuran tetap mengalami konsisten. Dalam penelitian ini menggunakan *Crombach Alpa* yang ada pada aplikasi SPSS 26. Suatu variabel dikatakan reliabilitas apabila nilai *crombach alpha* lebih besar dari 0.7. Untuk melihat hasil uji reliabilitas maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini yang menjelaskan per variabel penelitian:

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Reliabilitas Sistem Pembayaran QRIS (X1)**

<b>Crombach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
<b>0.873</b>	<b>4</b>

*Sumber: SPSS. 26*

Berdasarkan tabel uji reliabilitas variabel Sistem Pembayaran QRIS (X1) memiliki empat item yang menjadi indikator dan nilai 0.873 pada tabel *Combach's Alpha* lebih besar dari 0.7 variabel yang ada dikatakan reliabel.

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji Reliabilitas Promosi makan gratis (X2)**

<b>Crombach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
<b>0.771</b>	<b>3</b>

*Sumber: SPSS. 26*

Berdasarkan tabel uji reliabilitas variabel Promosi Makan Gratis (X2) memiliki tiga item yang menjadi indikator dan nilai 0.771 pada tabel *Combach's Alpha* lebih besar dari 0.7 variabel yang ada dikatakan reliabel.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Reliabilitas Keputusan pembelian (Y)**

<b>Crombach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
<b>0.872</b>	<b>5</b>

*Sumber:* SPSS. 26

Berdasarkan tabel uji reliabilitas variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki lima item yang menjadi indikator dan nilai 0.872 pada tabel *Combach's Alpha* lebih besar dari 0.7 variabel yang ada dikatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji ini digunakan untuk melihat ada atau tidak normalitas residual, multikolinearitas, dan heterokedastisitas

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada variabel yang ada pada suatu penelitian, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak

Dapat dijelaskan pada gambar 4.1 dibawah ini:

**Tabel 4.13**  
**Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.07540239
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.078
	Positive	.067
	Negative	-.078

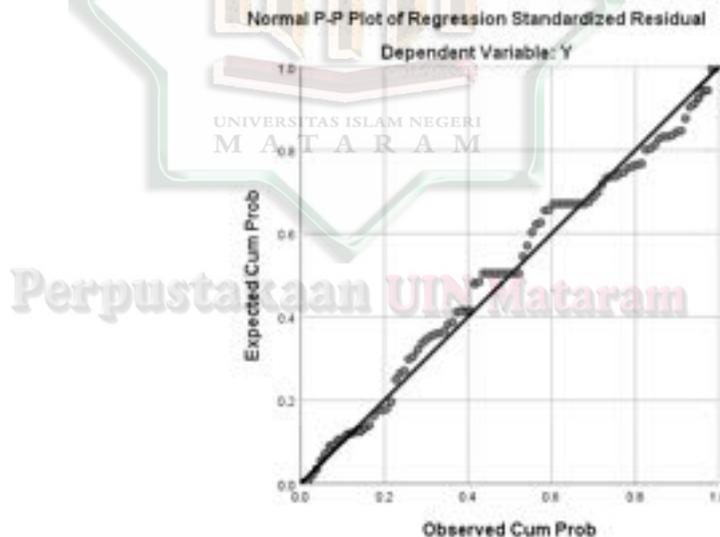
Test Statistic	.078
Asymp. Sig. (2-tailed)	.192 <sup>c</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

Sumber: SPSS. 26

Pada ketentuannya, jika Hasil uji Kolmogrov-Smormov mendapatkan nilai lebih dari 0.05 pada kolom Asymp, Sig. (2-tailed) maka dapat data yang didapatkan berdistribusi normal. Berdasarkan tabel diatas yang memiliki nilai 0.192 dan lebih dari 0.05 maka dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal. Selain itu uji normalitas bisa dilihat pada gambar 4.2 yaitu:

**Gambar 4.2**  
**Uji Normalitas**



Sumber: SPSS. 26

Berdasarkan gambar Normal P-plot of Regression diatas apabila dot mengikuti arah diagonal yang ada hal tersebut bisa membuktikan bahwa data yang ada berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah sebuah keadaan yang menunjukkan adanya hubungan kuat antara variabel system pembayaran (X1) dan promosi makan gratis (X2) dan Keputusan pembelian konsumen (Y). Uji ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat kolerasi yang tinggi atau sempurna antara ketiga variabel yang ada pada penelitian ini.

Memiliki ketentuan dibawah ini:

- (1) Nilai tolerance Value < 0,1 dan pada tabel VIF memiliki nilai diatas 10 maka terjadi multikolinearitas, dan
- (2) Nilai tolerance Value > 0,1 dan pada tabel VIF memiliki nilai dibawah 10 maka tidak terjadi multikolinearitas

Dapat dilihat dalam Gambar dibawah ini:

**Tabel 4.14**  
**Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients <sup>a</sup>			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.609	1.300		2.776	.007		
X1	.533	.098	.453	5.445	.000	.566	1.765
X2	.653	.128	.424	5.096	.000	.566	1.765

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: SPSS. 26

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa pada variabel Sistem Pembayaran QRIS (X1) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0.566 yang lebih dari 0.1 dan memiliki nilai VIF sebesar 1.765 dan dibawah 10 maka tidak terjadi multikolinearitas dan pada variabel Promosi makan gratis (X2) terdapat nilai *tolerance* sebesar 0.566 yang lebih dari

0.1 dan memiliki nilai VIF sebesar 1.765 maka pada variabel ini tidak terdapat multikolinearitas. Dapat disimpulkan kedua variabel tersebut tidak mendapat gejala multikolinearitas dan dapat dilakukan uji selanjutnya.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari error untuk semua pengamatan setiap variabel dalam penelitian ini pada model regresi. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dan memiliki ketentuan, antara lain:

- (1) Nilai sig. > 0,05, maka tidak terjadi gejala Heterokedastisitas
- (2) Nilia sig. < 0.05, maka terjadi gejala Heterokedastisitas.

**Tabel 4.15**  
**Uji Heterokedastisitas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.
		B	Std. Error	d Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.468	.806		3.064	.003
	X1	.049	.061	.109	.801	.425
	X2	-.146	.079	-.250	-1.837	.069

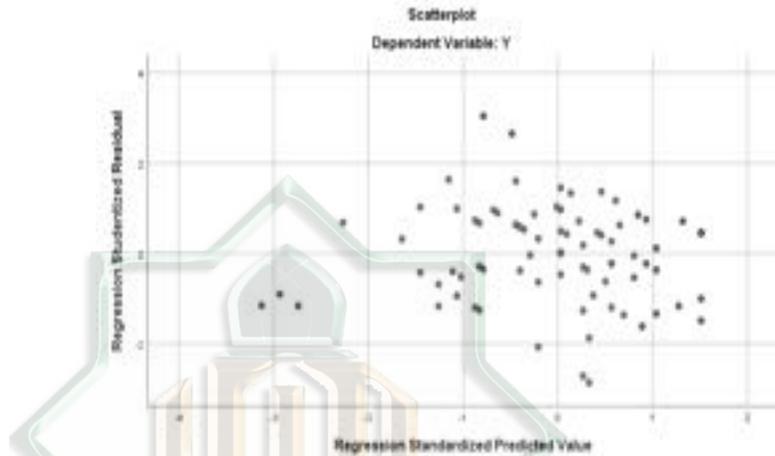
a. Dependent Variable: ABS1

Sumber: SPSS. 26

Berdasarkan gambar diatas terdapat pada kolom sig. bahwa variabel Sistem pembayaran QRIS (X1) memiliki nilai 0.425 dan lebih besar dari 0.05 maka variabel ini tidak terjadi heterokedastisitas dan pada variabel Promosi Makan gratis bernilai 0.069 lebih dari 0.05 maka dapat disimpulkan bawa variabel ini tidak terjadi heterokesastisitas. Maka,

dapat disimpulkan bahwa data yang ada dikedua variabel tidak terjadi gejala Heterokedastisitas dan bisa dilakukan Analisis Regresi berganda. Selain itu dapat diperkuat dengan melihat gambar dibawah ini:

**Gambar 4.3**  
**Uji Heteroskedastisitas**



Dari hasil uji heteroskedastisitas pada gambar di atas diketahui penyebaran data tersebut dan di bawah angka nol dan data tersebut dapat disimpulkan tidak ada gejala heteroskedastisitas.

#### 4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel system pembayaran (X1) dan promosi makan gratis (X2) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) secara simultan atau bersama-sama. Dan memiliki ketentuan sebagai berikut:

- a.  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka berpengaruh signifikan
- b.  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka tidak berpengaruh signifikan

Selain itu bisa dilihat pada nilai sig, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. nilai sig.  $> 0.05$  maka tidak berpengaruh signifikan
- b. nilai sig.  $< 0.05$ , maka tidak berpengaruh signifikan

Dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

**Tabel 4.16**  
**Analisi Regresi linear berganda**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	716.062	2	358.031	81.353	.000 <sup>b</sup>
	Residual	404.886	92	4.401		
	Total	1120.947	94			

- a. Dependent Variable: Keputusan  
 b. Predictors: (Constant), Promosi, QRIS  
*Sumber: SPSS. 26*

Berdasarkan nilai pada kolom F sebesar 81.353 yang memiliki nilai lebih besar dari 2.36 nilai  $F_{tabel}$ , maka sistem pembayaran (X1) dan promosi makan gratis (X2) berpengaruh secara simultan signifikan terhadap Keputusan pembelian mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Mataram 2019-2022. Dan dapat dilihat pada tabel sig. dengan nilai 0.000 yang memiliki nilai lebih kecil dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

5. Uji Hipotesis

Dalam uji hipotesis ini digunakan untuk mengetahui Bagaimana pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Dimana untuk mengetahui pengaruh ini harus memenuhi ketentuan dibawah ini:

- a. H1 diterima apabila t hitung nya lebih besar dari t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y
- b. H0 ditolak apabila t hitung lebih kecil dari pada t tabel maka variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Untuk melihat pengaruh variabel tersebut dapat dilihat dalam gambar dibawah ini.

**Tabel 4.17**  
**Uji Hipotesis**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.609	1.300		2.776	.007
	QRIS	.533	.098	.453	5.445	.000
	Promosi	.653	.128	.424	5.096	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: SPSS. 26

Dari gambar diatas dapat menejelaskan bahwa :

a. Pengaruh Sistem Pembayaran QRIS (X1) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y)

Hasil uji dapat dilihat bahwa system pembayaran QRIS (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 5.445 lebih besar dari 2.366 dari nilai t tabel, jadi dapat disimpulkan bahwa Sistem pembayaran QRIS (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

b. Pengaruh Promosi Makan Gratis (X2) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y)

Hasil uji dapat dilihat bahwa promosi makan gratis (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 5.096 yang lebih besar dari 2.366 nilai t tabel maka dapat di simpulkan bahwa promosi makan gratis berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y).

Dengan melihat hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa H1 dan H2 diterima karena kedua variabel X1 dan X2 tersebut berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y.

## 6. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi tujuannya adalah mengukur sejauh mana pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Dalam pengujian ini biasa digunakan dalam mengukur seberapa besar pengaruh Sistem Pembayaran QRIS (X1) dan Promosi Makan Gratis (X2) terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2019-2022 (Y). nilai interval koefisien determinasi yaitu 0 – 1. Jika  $R^2 = 1$  maka besar presentasi pengaruh dari variabel X1 dan X2 terhadap Y akan semakin kuat, artinya bahwa semakin bagus garis regresi untuk meramalkan nilai Y. Hasil Uji koefisien determinasi dapat dilihat dalam gambar dibawah ini:

**Tabel 4.18**  
**Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.799 <sup>a</sup>	.639	.631	2.09784

a. Predictors: (Constant), Promosi, QRIS

Sumber: SPSS. 26

Hasil dari gambar diatas adalah koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 63.1% tingkat pengaruh system pembayaran QRIS (X1) dan promosi makan gratis (X2) terhadap keputusan pembelian mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam tahun 2019-2022 (Y). dan 36.9% keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

## B. Pembahasan

### 1. Pengaruh Sistem Pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard* (QRIS) terhadap Keputusan Pembelian

Sistem pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard* (QRIS) merupakan salah satu inovasi baru yang dikeluarkan guna mendapatkan kelancaran dan kemudahan saat melakukan transaksi di Indonesia. Kemudahan ini dicapai guna mendapatkan dan mengurangi risiko yang sering terjadi saat

melakukan transaksi jual-beli lainnya. Seperti contoh, adanya pembayaran menggunakan uang palsu dan akan kewalahan menyiapkan *cashback* untuk konsumen yang telah melakukan transaksi. Selain itu transaksi menggunakan *e-wallet* yang terjadi tidak pernah melakukan transaksi yang bisa menimbulkan kelebihan saat melakukan pembayaran ini merupakan salah satu langkah dalam menjauhi *riba*<sup>59</sup>. Jika hal tersebut bisa tetap terjadi maka akan merubah keinginan konsumen untuk melakukan suatu transaksi yang ada di suatu tempat.

Kebalen café melalui perkembangan sistem pembayaran yang ada, seperti di realisasikannya sistem pembayaran digital. Dengan berbagai kemudahan yang bisa dirasakan saat melakukan transaksi pembayaran menggunakan QRIS yang membuat banyaknya toko atau usaha kecil lainnya merubah sistem pembayaran yang ada.<sup>60</sup> Kemudahan tersebut juga bisa dirasakan oleh Kebalen Café Gomong Mataram sehingga penerapan sistem pembayaran ini tepat dilakukan saat ini, karena dilihat lebih dominan transaksi yang menggunakan QRIS dibandingkan dengan menggunakan tunai yang kerap terjadi, jika di rata ratakan terdapat 40% persen dalam transaksi harian menggunakan metode pembayaran QRIS.<sup>61</sup> Sesuai dengan hasil uji regresi yang telah dilakukan di penelitian ini pengaruh Sistem Pembayaran QRIS terhadap Keputusan pembelian mendapatkan hasil nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ( $5,445 > 2.366$ ) dengan 95 responden yang ada sehingga berindikasi terdapat pengaruh yang signifikan. Sesuai dengan hasil penelitian pada penelitian yang ada dalam penelitian Hutami A. Ningsih, Endang Sasmita, dan Bida Sari yang meneliti tentang pengaruh manfaat, kemudahan penggunaan,

---

<sup>59</sup> Eti Jumiati. *Ekonomi Digital peluang dan tantangan*. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2005)

<sup>60</sup> Hutami A. Ningsih, Endang M Sasmita, Bida Sari, “*Pengaruh Manfaat, Kemudahan, penggunaan, dan Risiko Keputusan menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada mahasiswanya*”

<sup>61</sup> Abdul, *Wawancara*, Mataram, 20 November 2022

dan risiko terhadap keputusan menggunakan uang elektronik QRIS pada mahasiswa yang mendapatkan kontribusi sebesar 79%.<sup>62</sup>

2. Pengaruh Promosi Makan Gratis terhadap Keputusan Pembelian

Promosi merupakan salah satu cara yang diterapkan untuk menarik minat konsumen untuk melakukan transaksi disuatu tempat. Biasanya banyak cara yang bisa dilakukan untuk menarik minat konsumen seperti yang dilakukan oleh Kebalen Café Gomong Mataram yaitu promosi makan gratis untuk beberapa orang yang bisa memenuhi persyaratan yang telah di tentukan oleh Kebalen Café Gomong Mataram. Terkadang dengan menggunakan beberapa persyaratan yang dikeluarkan setiap promosi akan menambah daya beli konsumen karena semuanya akan berusaha untuk memenuhi persyaratan yang ada dan akan mengakibatkan banyaknya yang akan melakukan transaksi di Kebalen Café Gomong Mataram.<sup>63</sup> Segala sesuatu promosi bisa tetap dilaksanakan ketika promosi yang disebar tidak memberikan efek negatif terhadap komoditas lain,<sup>64</sup> promosi makan gratis ini juga menimbulkan persepsi konsumen ketika mereka bertransaksi di tempat tersebut maka mereka akan menganggap bahwa keuntungan yang didapat akan disedekahkan sehingga dari 95 responden penelitian ini yang memiliki persepsi seperti itu. Dan ketika Kebalen Café menerapkan promosi yang dikeluarkan dalam waktu yang tertentu sehingga membuat terdapat banyak pelanggan di waktu dan hari tertentu yang mengunjungi Kebalen Café Gomong Mataram, dan akan membuat Kebalen Café Gomong Mataram menjadi terlihat ramai dan bisa mengundang pengunjung

---

<sup>62</sup>Hutami. A Ningsih, Endang M Sasmita dan Bida Sari, “Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Risiko terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) pada Mahasiswa”, Vol. 4, Nomor 1, Maret 2021, hlm 1

<sup>63</sup>Mira Istiqomah, Novi Marlana, “Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion”, Vol 12, Nomor 2, 2020, hlm 288

<sup>64</sup>Syabbul Bahrim “Hukum Promosi Produk dalam Prespektif Hukum Islam, Epitisme” Vol. 8, Nomor 1, 2013. Hlm 143

lainnya, karena keputusan pembelian dapat diakibatkan oleh keadaan lingkungan sekitar.<sup>65</sup>

Pengaruh promosi makan gratis terhadap keputusan pembelian setelah dilakukan uji regresi sehingga mendapatkan hasil yang signifikan karena nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ( $5,096 > 2,366$ ) dengan 95 responden yang ada sehingga berindikasi terdapat pengaruh yang signifikan. Sesuai dengan hasil penelitian Mira Istiqomah dan Novi Marlana yang membahas tentang pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online *customer rating* terhadap keputusan pembelian mendapatkan hasil yang signifikan dan berpengaruh sebesar 34,4%.<sup>66</sup>

### 3. Pengaruh Sistem Pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard* (QRIS) dan Promosi Makan Gratis terhadap Keputusan Pembelian

Penelitian pengaruh system pembayaran QRIS dan promosi makan gratis terhadap keputusan pembelian mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2019-2022 dengan jumlah 1671 mahasiswa aktif sebagai populasi pada penelitian ini dan mengambil 95 sampel yang ada pada penelitian ini di uji menggunakan SPSS 26 dan pengolahan data menggunakan *Microsoft Exel 2020*.

Hasil dari analisis regresi linear berganda pada penelitian ini mendapatkan hasil 81,35 dan lebih besar dari nilai Ftabel 2,36 memiliki arti bahwa kedua variabel berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam 2019-2022. Jika melihat secara parsial dari variabel system pembayaran QRIS (X1) memiliki hasil 5,445 yang lebih besar dari nilai ttabel yang memiliki arti bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa

---

<sup>65</sup>Firmasyah, ANanng, M, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Sleman: Deepublish Publisher, 2018), h. 27-30

<sup>66</sup>Mira Istiqomah, Novi Marlana, "Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion", Vol 12, Nomor 2, 2020, hlm 288

fakultas ekonomi dan bisnis Islam 2019-2022 dengan demikian maka perubahan system pembayaran yang ada dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, jika dilihat dari variabel Promosi makan gratis (X2) memiliki hasil sebesar 5,096 lebih besar dari nilai t tabel dan memiliki arti yang sama yaitu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Sistem pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard* merupakan fenomena perubahan system pembayaran yang baru dan memiliki respon yang baik untuk pembelian di Kebalen Café Gomong Mataram dilihat dari jumlah pembayaran QRIS yang lebih dominan yang ada disetiap hari transaksinya. Selain itu, promosi makan gratis yang digunakan di kebalen café juga memberikan sesuatu hal yang berbeda yang dapat menarik rasa ingin bertransaksi di kebalen café gomong mataram karena konsumen kerap menganggap dengan berbelanja berarti bersedekah untuk orang-orang yang sudah ditetapkan oleh kebalen café Gomong Mataram<sup>67</sup>. Sesuai dengan hasil penelitian Oktaviana Banda Saputri yang meneliti tentang preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital yang mendapat hasil signifikan dapat dijelaskan dari *single rate* bahwa persepsi manfaat berdampak pada minat konsumen terhadap QRIS 99,549 kali.<sup>68</sup>

Perpustakaan UIN Mataram

---

<sup>67</sup> Abdul, *Wawancara*, Gomong, 20 November 2022

<sup>68</sup> Oktaviana Banda Saputri “Preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital”, Vol. 17, Nomor 2, 2020, hlm 237

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh Sistem Pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard* dan Promosi makan gratis terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2019-2022 Kebalen Café Gomong Mataram” maka dapat di Tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Sistem Pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard* terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2019-2022 yang menunjukkan secara statistic pada tingkat signifikasi  $0.000 < 0.05$  dan hasil uji t dimana nilai t hitung  $5,445 > 2,366$  t tabel. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Kesimpulannya Sistem pembayaran QRIS mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam 2019-2022 pada Kebalen Café Gomong Mataram 2022
2. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Promosi makan gratis terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2019-2022 yang menunjukkan secara statistic pada tingkat signifikasi  $0.000 < 0.05$  dan hasil uji t dimana nilai t hitung  $5,096 > 2,366$  t tabel. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Kesimpulannya Promosi makan gratis mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam 2019-2022 pada Kebalen Café Gomong Mataram 2022.
3. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Sistem Pembayaran *Quick Response code Indonesian Standard* (QRIS) dan Promosi makan gratis terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2019-2022 pada Kebalen Café Gomong Mataram 2022 yang menunjukkan secara statistik bahwa kedua variabel diatas mempengaruhi sebesar 63.1% dan 36.9% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

## **B. Saran**

Pada penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih sangat banyak kekurangan didalam penelitian ini. Sehingga peneliti memberikan saran agar selanjutnya bisa memberikan gambaran yang baik untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti hal yang serupa sebagai bahan pertimbangan di fase selanjutnya.

1. Untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian diharapkan untuk bisa meneliti sistem pembayaran QRIS dan promosi makan gratis dalam pandangan islam agar perkembangan teknologi sejalan dengan perkembangan pemikiran islam dimasa saat ini
2. Untuk Kebalen Café, karena melihat hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang besar sehingga harus tetap dikembangkan Bagaimana penggunaan QRIS atau promosi makan gratis sehingga bisa mendapatkan omset yang lebih banyak lagi.
3. Variabel variabel yang dapat dilakukan penelitian selanjutnya seperti pengaruh kualitas pelayanan, kualitas makanan dan rekomendasi konsumen untuk melakukan belanja di Kebalen Café Gomong Mataram.

Perpustakaan UIN Mataram

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku/Jurnal

- Azhar Susanto, Sistem Informasi Akuntansi, Bandung: Linggga Jaya, 2018
- Dr. Nugroho J, Setiadi, Perilaku Konsumen, Kharisma Putra Utama. 2015
- Eti Jumiati, Ekonomi Digital peluang dan tantangan, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2005
- Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran Prinsip dan penerapan, Jakarta: Bayumedia 2006
- Firmansyah Anang, Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran), Sleman: Deepublish Publisher, 2018, h. 27-30
- Fitriana S. O & Utami Novelia, Strategi Promosi Pemasaran, Skripsi, UHAMKA, Jakarta, 2017, hlm 7
- Fred R. Davis, Manajemen konsep Strategik, Jakarta: Salemba Empat, 2019 hlm. 23
- Harry Susianto, Psikologi Ekonomi dan Konsumen, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2005 hlm. 54
- Hutami. A Ningsih, Endang M Sasmita dan Bida Sari, “Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Risiko terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) pada Mahasiswa”, Vol. 4, Nomor 1, Maret 2021, hlm 1
- Hutomo Atman Maulana, Yunelly Asra, “Analisa Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap keputusan Pembelian pada E-commerce Oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan”, Vol 7, Nomor 2, Desember 2019
- Jackson R. S Weenas, Kualitas Produk Harga, Promodi dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya terhadap Keputusan Pemebelian Spring Bed Comforta, Vol. 1, Nomor 4, Desember 2013, Hlm 607

- Jeffry Tarantang dkk, Perkembangan system pembayaran Digital pada era revolusi industry 4.0 di Indonesia, Vol. 4 Nomor 1, Juni 2019, hlm. 60
- Josef Evan Sihaloh dkk. Implementasi Sistem Pembayaran Quick Rensponse code Indonesia Standard Bagi Perkembangan, Vol 17, Nomor 2, April 2020, hlm 287
- Juliansyah Noor, *Metodoogi Penelitian*, Jakarta: Kencana, 2017, h. 138
- Khusnul Khotimah. “Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen & kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen online-shop.” Skripsi, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis, Jakarta, 2018
- M Tajun Toyyib, Kasubag Akademik, Kemahasiswaan & alumni, pada tanggal 13 November 2022
- Mira Istiqomah & Novi Marlana pada, Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashione, Vol 12, Nomor 2, 2020, hlm 288
- Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2013, hlm. 12.
- Noor, Juliansyah, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Kencana, 2011, h. 164
- Nursalam, *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan (Pedoman Skripsi, Tesis, Dan Instrumen Penelitian Keperawatan)*, Jakarta: Salemba Medika 2008
- Nuryadi, dkk, *Dasar-dasar Statistik Penelitian*, Bantul: Sibuku Media, 2017, hlm. 74
- Oktaviana Banda Saputri, Preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital, Vol. 17, Nomor 2, 2020, hlm 237
- Philip Kotler, dkk. *Marketing 4.0*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama 2020, hlm 53
- Purnomo, Aldy, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, Ponorogo: Wade Group, 2016, h 106
- S. Sumargono, *Metodologi Penelitian*, Jakalrta: Rinela Cipt 2003 hlm. 121

Siyoto, sodik, Dasar Metodologi Penelitian, Sleman: Literasi Media Publishing, 2015, hlm.51-52

Sugiuono, Metodologi Penelitian, Jakarta, kencana, 2011 h. 193

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, Bandung: Alfabeta, 2016, hlm. 80

Suryana, “Metodologi Penelitian; Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif”, Buku Ajar, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, 2010 h. 14

Sutarman, Dasar-dasar Manajemen Logistik, Yogyakarta : Pustaka Pelajar Group, 2019

Syabbul Bahrim, Hukum Promosi Produk dalam Perspektif Hukum Islam, Episteme Vol. 8, Nomor 1, 2013, hlm. 141-142

Syahza, Almasdi, Metodologi Penelitian, Pekanbaru:UR. Press, 2021 hlm 68

#### **Website**

[www.bi.go.id](http://www.bi.go.id), *Quick Response code Indonesian Standard (QRIS)* diakses tanggal 5 November 2022, pukul 20.00

#### **Wawancara**

M Tajun Toyyib, Kasubag Akademik, Kemahasiswaan & alumni, pada tanggal 19 April 2022

Abdul, Kasir Kebalen Café, pada 20 November 2022

Heru Saptaji, Kepala Kantor Perwakilan Bank Indonesia NTB, 28 November 2022



## Lampiran 1: Daftar Kuesioner

### KUESIONER PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN *QUICK RESPONSE CODE* *INDONESIA STANDARD* (QRIS) DAN PROMOSI MAKAN GRATIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM 2019-2022 PADA KEBALEN CAFE GOMONG MATARAM

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Saya M Insanul Afif (NIM.190501183), mahasiswa Universitas Islam Negeri Mataram, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah.

Dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh sistem pembayaran *Quick Response code Indonesia Standard* (QRIS) dan promosi makan gratis terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2019-2022 pada kebalen cafe Gomong Mataram”, saya mohon sekiranya kesediaan teman-teman untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan petunjuk pengisiannya.

Perlu saya sampaikan bahwa setiap jawaban dalam pengisian kuesioner ini tidak memiliki nilai jawaban benar atau salah, akan tetapi saya tetap mengharapkan teman-teman menjawab semua pertanyaan yang ada. Adapun hasil dari penelitian ini hanya ditujukan untuk kepentingan akademik.

Oleh karena itu, bantuan dari teman-teman dalam menjawab kuesioner berdasarkan keadaan, pendapat, atau perasaan teman-teman sebenarnya sangatlah berarti bagi saya dan penelitian ini.

Atas kesediaan teman-teman yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terimakasih dan mohon maaf apabila terdapat kekurangan-kekurangan di dalam penelitian ini.

1. Apakah anda pernah bertransaksi di Kebalen Café Gomong Mataram? Iya / Tidak
2. Apakah anda pernah melakukan transaksi menggunakan *Quick Response code Indonesian Standard* (QRIS)? Iya / Tidak

\*coret yang salah

KUESIONER PERNYATAAN

NAMA :  
 NIM :  
 e-mail :  
 Jurusan :

Keterangan:

ST (Sangat tidak Setuju)

TS (Tidak Setuju)

RG (Ragu-ragu)

S (Setuju)

SS (Sangat Setuju)

\*sihlkan centang yang dirasa sesuai dengan keterangan diatas

No.	Pernyataan	ST	TS	RG	S	SS
Sistem pembayaran QRIS						
1	Sistem pembayaran QRIS yang diterapkan di Kebalen Cafe Gomong Mataram membuat lebih mudah untuk melakukan pembayaran bisa digunakan oleh semua jenis <i>e-wallet</i> dan <i>m-banking</i>					
2	Sistem pembayaran QRIS yang digunakan di Kebalen Cafe Gomong Mataram membuat konsumen lebih simpel untuk melakukan pembayaran hanya pindai/ <i>scan</i> pembayaran selesai dilakukan					
3	Sistem pembayaran QRIS yang diterapkan di Kebalen Cafe Gomong Mataram tidak pernah kelebihan untuk melakukan pembayaran					
4	Sistem pembayaran QRIS yang diterapkan di Kebalen Cafe Gomong Mataram terasa lebih cepat dan langsung					
Promosi makan gratis						

5	Promosi makan gratis yang dilakukan di Kebalen Cafe Gomong Mataram harus memerlukan syarat dan ketentuan sehingga tidak semua mendapatkan promosi tersebut					
6	Pemberian waktu tertentu dalam mengeluarkan promosi makan gratis di Kebalen Cafe Gomong Mataram membuat promosi ini efektif digunakan					
7	Jumlah yang diberikan untuk promosi makan gratis tepat diberikan dalam jumlah yang tertentu					
Keputusan pembelian						
8	Kebalen Cafe Gomong Mataram menerapkan penggunaan teknologi kekinian membuat nyaman untuk melakukan pembelian					
9	Pelayanan dan sistem yang diterapkan di Kebalen Cafe Gomong Mataram sesuai dengan Budaya yang ada					
10	Kualitas produk yang diberikan oleh Kebalen Cafe Mataram sesuai dengan keinginan dan membuat ingin melakukan pembelian disana.					
11	Harga yang diberikan di Kebalen Cafe Gomong Mataram tidak terlalu mahal dan tepat untuk jangkauan Mahasiswa					
12	Promosi makan gratis yang dikeluarkan Kebalen Cafe Gomong Mataram membuat saya tertarik untuk melakukan pembelian disana					

## Lampiran 2 : Hasil Kuesioner

Sistem Pembayaran Quick Response code Indonesian Standard (QRIS)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1 <sub>Total</sub>
1	4	5	4	4	17
2	4	4	4	4	16
3	5	5	5	2	17
4	5	5	5	5	20
5	3	4	5	5	17
6	5	5	5	5	20
7	5	5	5	5	20
8	5	5	5	5	20
9	5	5	5	5	20
10	4	4	4	4	16
11	5	5	5	5	20
12	4	4	4	4	16
13	3	4	3	3	13
14	4	4	4	4	16
15	5	5	5	5	20
16	5	5	4	5	19
17	4	4	4	4	16
18	4	3	3	5	15
19	5	5	5	5	20
20	5	5	5	5	20
21	4	4	4	4	16
22	4	4	3	4	15
23	3	4	5	5	17
24	5	5	5	5	20
25	5	5	4	4	18
26	5	5	5	5	20
27	5	5	4	5	19
28	4	4	4	4	16
29	4	4	5	4	17
30	4	3	3	4	14
31	5	1	1	2	9
32	4	4	4	4	16
33	4	4	4	4	16
34	4	5	5	5	19
35	5	5	5	5	20

36	4	4	4	3	15
37	3	3	3	3	12
38	5	5	5	5	20
39	4	4	4	4	16
40	5	5	5	5	20
41	2	1	2	2	7
42	4	4	4	4	16
43	4	4	4	4	16
44	5	3	5	3	16
45	3	5	5	5	18
46	4	4	4	4	16
47	4	5	3	4	16
48	5	5	5	5	20
49	4	4	5	5	18
50	4	4	4	4	16
51	4	4	3	3	14
52	4	5	4	5	18
53	5	5	4	5	19
54	3	3	3	4	13
55	4	4	4	5	17
56	5	5	5	5	20
57	4	4	4	4	16
58	4	4	4	4	16
59	5	5	5	5	20
60	4	4	4	4	16
61	3	3	4	5	15
62	3	4	3	5	15
63	3	4	3	4	14
64	3	4	4	3	14
65	4	3	3	3	13
66	4	5	4	4	17
67	5	5	5	5	20
68	3	3	3	3	12
69	4	4	4	4	16
70	3	5	3	4	15
71	5	5	5	5	20
72	3	3	4	3	13
73	3	5	4	3	15
74	3	3	2	1	9
75	5	5	5	5	20

76	5	5	5	4	19
77	3	3	3	4	13
78	5	5	5	5	20
79	4	4	4	4	16
80	4	3	3	4	14
81	2	2	2	2	8
82	4	4	4	4	16
83	4	4	4	4	16
84	3	3	4	1	11
85	4	4	4	4	16
86	4	4	3	3	14
87	5	4	4	4	17
88	4	4	3	3	14
89	4	4	4	4	16
90	4	4	4	4	16
91	5	5	5	5	20
92	5	5	5	5	20
93	5	5	5	5	20
94	4	5	4	4	17
95	4	4	4	4	16

Promosi Makan Gratis (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2 <sub>Total</sub>
1	5	5	5	15
2	5	3	3	11
3	3	3	3	9
4	3	4	3	10
5	5	4	5	14
6	4	4	3	11
7	5	5	5	15
8	5	5	5	15
9	4	5	4	13
10	5	5	3	13
11	5	5	5	15
12	5	4	4	13
13	3	4	4	11
14	3	4	2	9
15	5	5	5	15

16	4	3	3	10
17	3	4	3	10
18	5	3	3	11
19	5	5	5	15
20	4	3	3	10
21	5	4	4	13
22	5	5	4	14
23	5	4	3	12
24	5	1	5	11
25	4	4	4	12
26	4	4	3	11
27	5	5	5	15
28	4	4	4	12
29	5	4	4	13
30	4	3	3	10
31	2	1	3	6
32	4	4	4	12
33	4	4	4	12
34	4	4	4	12
35	5	5	5	15
36	4	4	3	11
37	3	3	3	9
38	4	5	4	13
39	4	4	4	12
40	5	5	5	15
41	2	2	2	6
42	4	4	4	12
43	4	4	4	12
44	5	5	4	14
45	5	5	4	14
46	4	4	5	13
47	4	3	3	10
48	4	4	4	12
49	3	3	3	9
50	3	4	3	10
51	3	3	3	9
52	5	4	4	13
53	4	5	4	13
54	3	3	3	9
55	3	4	4	11

56	4	5	5	14
57	3	4	4	11
58	4	4	4	12
59	3	5	3	11
60	4	4	4	12
61	3	3	3	9
62	3	3	3	9
63	4	3	2	9
64	3	4	3	10
65	3	3	3	9
66	2	4	4	10
67	4	4	3	11
68	3	3	3	9
69	4	4	3	11
70	3	2	3	8
71	5	5	3	13
72	4	3	3	10
73	3	4	3	10
74	2	3	3	8
75	5	5	5	15
76	4	4	3	11
77	4	3	4	11
78	4	4	1	9
79	4	4	4	12
80	4	4	4	12
81	2	2	2	6
82	4	4	4	12
83	2	2	3	7
84	4	3	2	9
85	4	4	4	12
86	3	5	2	10
87	5	5	5	15
88	3	3	3	9
89	4	4	4	12
90	4	4	4	12
91	5	5	5	15
92	5	5	2	12
93	5	5	5	15
94	4	5	4	13
95	4	4	4	12

## Keputusan Pembelian (Y)

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y <sub>Total</sub>
1	5	4	5	4	4	22
2	3	3	3	3	3	15
3	5	5	4	5	5	24
4	3	3	3	3	3	15
5	2	5	4	4	4	19
6	5	2	4	5	5	21
7	5	5	5	5	5	25
8	5	5	5	5	5	25
9	5	4	5	4	4	22
10	4	4	4	3	3	18
11	5	5	5	5	5	25
12	4	4	4	4	4	20
13	4	5	5	5	5	24
14	4	3	4	4	5	20
15	5	5	5	5	5	25
16	4	4	5	5	5	23
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	3	5	4	20
19	5	5	5	5	5	25
20	2	4	3	5	3	17
21	4	4	1	3	3	15
22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	5	5	22
24	5	5	5	3	3	21
25	5	4	4	4	5	22
26	5	4	4	4	4	21
27	5	5	5	5	5	25
28	4	4	4	4	4	20
29	5	4	5	5	5	24
30	4	4	4	3	4	19
31	1	3	3	1	2	10
32	4	4	4	4	5	21
33	4	4	4	4	4	20
34	4	5	5	5	5	24
35	5	5	5	5	5	25
36	4	4	3	4	3	18
37	3	3	4	4	4	18

38	5	4	4	5	5	23
39	4	4	4	5	5	22
40	5	2	5	4	5	21
41	2	2	2	2	1	9
42	4	4	4	4	4	20
43	4	4	5	5	4	22
44	5	4	4	3	4	20
45	5	5	3	3	3	19
46	5	4	4	4	4	21
47	5	4	4	4	5	22
48	4	4	4	5	5	22
49	5	4	4	3	3	19
50	4	4	4	3	5	20
51	4	3	4	4	4	19
52	5	5	4	5	4	23
53	5	4	5	5	5	24
54	3	3	3	3	3	15
55	4	5	4	4	5	22
56	4	4	4	4	5	21
57	4	4	4	4	4	20
58	5	4	5	5	4	23
59	4	4	4	4	3	19
60	4	4	4	4	4	20
61	3	3	3	3	3	15
62	4	4	3	3	5	19
63	2	2	3	4	4	15
64	4	3	4	3	3	17
65	3	3	2	3	3	14
66	4	4	4	4	5	21
67	5	4	4	4	5	22
68	3	3	3	3	3	15
69	5	3	3	3	4	18
70	4	3	3	3	3	16
71	4	4	4	4	4	20
72	4	3	3	3	3	16
73	4	3	4	4	5	20
74	3	3	3	3	3	15
75	5	5	5	5	5	25
76	4	3	4	3	5	19
77	3	4	3	4	3	17

78	5	4	4	4	4	21
79	4	4	4	4	4	20
80	4	4	4	4	4	20
81	2	2	2	2	2	10
82	4	4	4	4	4	20
83	4	3	4	5	4	20
84	3	3	4	3	3	16
85	4	4	4	4	4	20
86	4	3	3	2	3	15
87	5	4	5	5	5	24
88	3	3	3	3	3	15
89	4	4	4	4	4	20
90	4	4	3	4	4	19
91	5	3	4	5	5	22
92	4	3	4	5	5	21
93	5	5	5	5	5	25
94	5	4	4	5	4	22
95	4	4	4	4	4	20

Perpustakaan UIN Mataram

### Lampiran 3: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

#### Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.613**	.604**	.524**	.790**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95
X1.2	Pearson Correlation	.613**	1	.747**	.657**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95
X1.3	Pearson Correlation	.604**	.747**	1	.661**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95
X1.4	Pearson Correlation	.524**	.657**	.661**	1	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95
X1	Pearson Correlation	.790**	.886**	.885**	.845**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.873	4

#### Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.565**	.543**	.845**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95
X2.2	Pearson Correlation	.565**	1	.481**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95
X2.3	Pearson Correlation	.543**	.481**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)				
	N	95	95	95	95

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95
X2	Pearson Correlation	.845**	.827**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.771	3

#### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.490**	.613**	.523**	.605**	.798**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
Y2	Pearson Correlation	.490**	1	.534**	.502**	.431**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
Y3	Pearson Correlation	.613**	.534**	1	.651**	.675**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
Y4	Pearson Correlation	.523**	.502**	.651**	1	.730**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
Y5	Pearson Correlation	.605**	.431**	.675**	.730**	1	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95
Y	Pearson Correlation	.798**	.715**	.851**	.843**	.854**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	95	95	95	95	95	95

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.872	5



Perpustakaan UIN Mataram

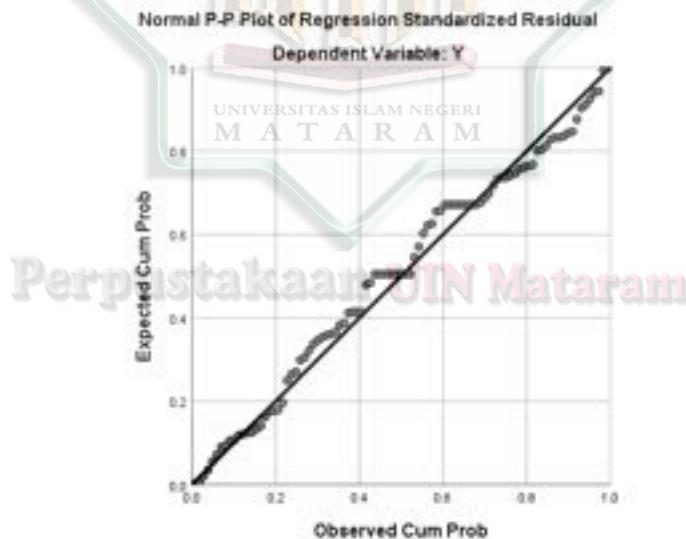
## Lampiran 4: Hasil Asumsi Klasik

### 1. Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.07540239
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.067
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.192 <sup>c</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.



## 2. Multikolinearitas

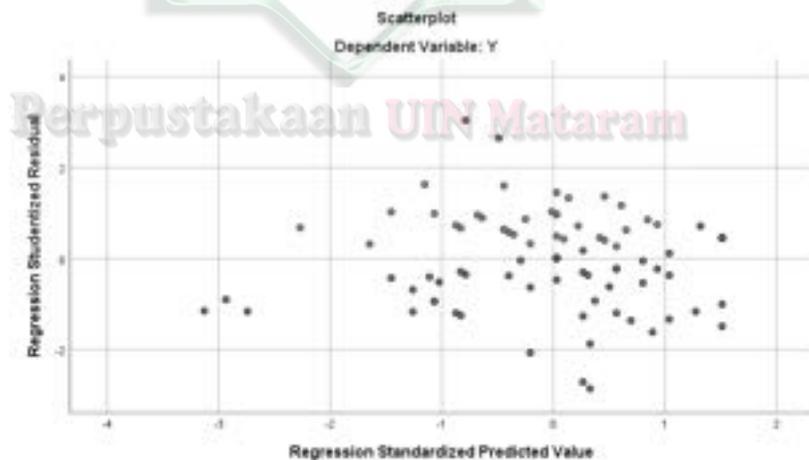
		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.609	1.300		2.776	.007		
	X1	.533	.098	.453	5.445	.000	.566	1.765
	X2	.653	.128	.424	5.096	.000	.566	1.765

a. Dependent Variable: Y

## 3. Heteroskedastisitas

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.468	.806		3.064	.003
	X1	.049	.061	.109	.801	.425
	X2	-.146	.079	-.250	-1.837	.069

a. Dependent Variable: ABS1



## Lampiran 5: Hasil Uji Parsial (t)

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.	
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients			
	B		Beta			
1	(Constant)	3.609	1.300		2.776	.007
	QRIS	.533	.098	.453	5.445	.000
	Promosi	.653	.128	.424	5.096	.000

a. Dependent Variable: Keputusan



Perpustakaan UIN Mataram

## Lampiran 6: Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	716.062	2	358.031	81.353	.000 <sup>b</sup>
	Residual	404.886	92	4.401		
	Total	1120.947	94			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Promosi, QRIS



Perpustakaan UIN Mataram

## Lampiran 7: Hasil Uji Koefisien Determinasi

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.799 <sup>a</sup>	.639	.631	2.09784

a. Predictors: (Constant), Promosi, QRIS



Perpustakaan UIN Mataram

## Lampiran 8 : Persyaratan Serah Terima



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM  
UPT PERPUSTAKAAN

Jl. Pendidikan No. 35 Tlp. (0370) 621298-625337-634490 Fax. (0370) 625337

---

### SURAT KETERANGAN

No. :040/U.n.12/Perpustakaan/01/2023

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : M Insanul Afif  
Nim : 190501183  
Jurusan : Ekonomi syariah  
Jurusan : FEBI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
M A T A R A M

Telah melakukan pengecekan tingkat similarity dengan menggunakan software Turnitin plagiarism checker. Hasil pengecekan menunjukkan tingkat similar 10 % Skripsi yang bersangkutan dinyatakan layak untuk diuji.

Demikian surat keterangan untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Mataram, 05Judez Januari 2023

Kepala UPT Perpustakaan



Muraeni, S.IPI

NIP. 197706182005012003

## SKRIPSI 8. M. Insanul Afif 190501183

### ORIGINALITY REPORT

<b>10%</b>	<b>11%</b>	<b>7%</b>	<b>3%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>etheses.uinmataram.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>repositori.usu.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>repositori.uinjambi.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>repositori.radenintan.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>digilib.iain-palangkaraya.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>Submitted to Universitas Islam Negeri Mataram</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>etd.iain-padangsidimpuan.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to Sriwijaya University</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>9</b>	<b>jabar.tribunnews.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>10</b>	<b>digilib.uinsby.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Gajah Mada No. 100 Tlp. (0370) 621298-623809 Fax. (0370) 625337 Jempong Mataram  
website : <http://febi.uinmataram.ac.id>, email : [febi@uinmataram.ac.id](mailto:febi@uinmataram.ac.id)

Nomor : *Un.12/FEBI/PP.00.9/11/2022*  
Lamp : 1 (satu) Gabung  
Hal : Permohonan Izin Observasi Penelitian

Kepada Yth,  
Owner Kebalen Café  
Di  
Tempat

*Assalamu'alaikum wr wb.*

Dengan hormat, kami mohon diberikan izin meneliti di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin kepada mahasiswa di bawah ini;

Nama : M. Insanul Afif  
NIM : 190501183  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Penelitian : PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN QUICK RESPONSE CODE *INDONESIAN STANDARD* (QRIS) DAN PORMOSI MAKAN GRATIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM 2019-2022 UIN MATARAM PADA KEBALEN CAFÉ GOMONG MATARAM

Berkenaan dengan itu, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data dan bantuan seperlunya agar kegiatan penelitian mahasiswa yang bersangkutan dapat berjalan sebagaimana mestinya. Data hasil observasi tersebut diperlukan untuk menyusun skripsi.

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum wr wb.*

Mataram, 2 Desember 2022

a.n. Dekan,  
Wakil Dekan Bid. Akademik  
dan Lembaga



Dr. Baiq El Hadriati, M.El  
NIP. 497612312008012028



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Bajaj No. 100 Tlp. (0375) 431196-421869 Fax. (0375) 635317 Jember Mataram  
website : <http://fabi.uinmataram.ac.id>, email : [fabi@uinmataram.ac.id](mailto:fabi@uinmataram.ac.id)

KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI

Nama Mahasiswa : M Insanul Aff  
NIM : 190501183  
Pembimbing I : Dr. Zulfawati, M.A  
Judul Penelitian : Pengaruh Sistem Pembayaran QRIS dan Promosi makan gratis terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kebalen Cafe Mataram

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
02/01/23	Perbaiki sub dan analisis pendahuluan	[Signature]
03/01/23	Perbaiki Abstrak & simpulan	[Signature]
04/01/23	Perbaiki semua catatan	[Signature]
05/01/23	Ace utk skripsi	[Signature]

Mengetahui,  
Dekan,

Dr. Ridwan Mas'ud, M.Ag.  
NIP. 197111102002121001

Mataram,  
Pembimbing I

Dr. Zulfawati, M.A.  
NIP. 197802052008012019



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Gajah Mada No. 100 Tlp. (0378) 821288-821889 Fax. (0378) 825337 Jorong Mataram  
website : <http://febi.uinmataram.ac.id>, email : [febi@uinmataram.ac.id](mailto:febi@uinmataram.ac.id)

KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI

Nama Mahasiswa : M Insanul Aff  
NIM : 190501183  
Pembimbing II : Gatot Suhirman, M.Si  
Judul Penelitian : Pengaruh Sistem Pembayaran QRIS dan Promosi makan gratis terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kebalen Cafe Mataram

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
28/12/2022	- perbaiki pedoman tulisan - pastikan perbedaan krayan to	
	- krayan di air all - fabel di sampul - perolei parafra di jelaskan - buat tambahan fabel pelanggan	
28/12/2022	- ket yg menepati QRIS & promo - promosi makan gratis buat fabel	
29/12/2022	- Rumusan masalah di perbaiki - kesimpulan di buat - perbaiki pedoman - font Abstract di perbaiki	
02/01/2023	See	

Mengetahui,  
Dekan,

Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag.  
NIP. 197111102002121001

Mataram, 02-01-2023  
Pembimbing II

Gatot Suhirman, M.Si  
NIP. 198712302019031005