

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Revolusi Industri 4.0 telah membawa perubahan signifikan di berbagai sektor, termasuk system pembayaran. Di Indonesia, perkembangan sistem pembayaran digital menjadi salah satu indikator penting dari transformasi ekonomi yang dipicu oleh kemajuan teknologi. Sistem pembayaran digital tidak hanya mempermudah transaksi sehari-hari, tetapi juga mendorong inklusi keuangan, mempercepat pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan efisiensi operasional di berbagai industri.²

Fenomena perkembangan financial technology (fintech) dan revolusi teknologi digital (*4th revolution industry-digital industry*). Layanan yang demikian mengarahkan bank ke dalam suatu era baru, yaitu era layanan perbankan *digital*. Penyediaan layanan perbankan *digital* diharapkan dapat memperluas sekaligus mempermudah inklusi keuangan dan akses masyarakat terhadap layanan keuangan sehingga dapat dilakukan tanpa mengenal batasan waktu dan tempat.³

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola transaksi masyarakat secara signifikan dalam lima tahun terakhir. Masa pandemi Covid-19 menjadi katalis yang mempercepat adopsi pembayaran digital atau cashless di berbagai sektor bisnis. *Trend* ini berlanjut pada tahun 2023, jumlah transaksi perbankan digital di Indonesia

² Jeffry Tarantang et al., "PERKEMBANGAN SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL PADA ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI INDONESIA," *JURNAL AL-QARDH* 4, no. 1 (July 15, 2019): 60–75, <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>.

³ Gita Putri Maulidya and Nur Afifah, "Perbankan Dalam Era Baru Digital : Menuju Bank 4.0," n.d.

mencapai Rp4.264,8 triliun, hampir mencapai angka Rp 4,3 kuadriliun. Ini menandakan kenaikan sebesar 158% dalam nilai transaksi perbankan digital secara nasional dibandingkan dengan bulan April 2018.

Menghadapi transformasi digital ini, Bank Indonesia meluncurkan *QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)* sebagai standar nasional pembayaran berbasis QR code. Inisiatif ini bertujuan untuk memperluas akseptasi pembayaran digital yang aman, mudah, dan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat, termasuk UMKM. Implementasi QRIS telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, tercatat hingga akhir tahun 2023, jumlah merchant QRIS telah mencapai lebih dari 30 juta, meningkat drastis dari 12,9 juta merchant di tahun 2021.

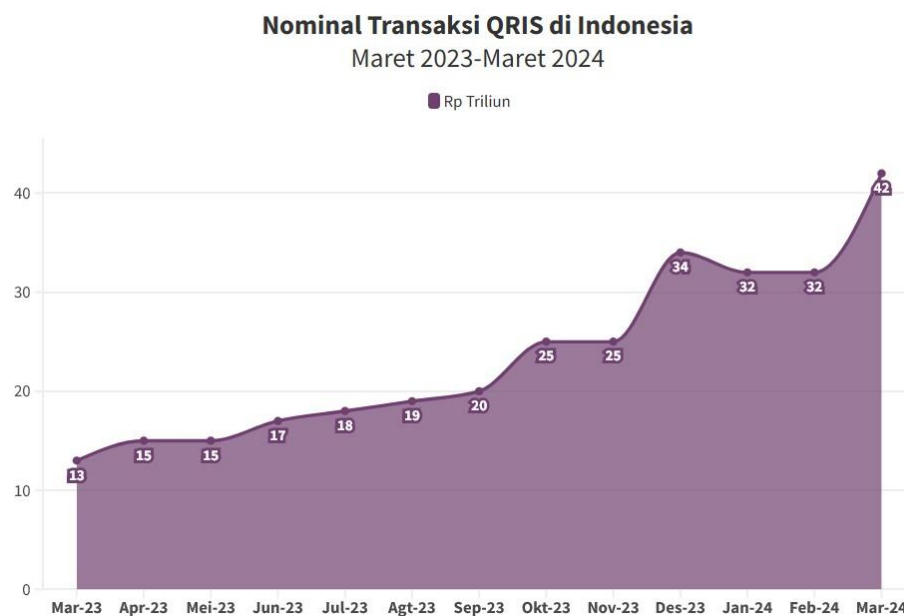
Perkembangan teknologi dan informasi berdampak pada tumbuhnya ekonomi digital terutama pengetahuan terhadap teknologi keuangan yang bagian dari proses digitalisasi dalam layanan finansial.⁴ Pembayaran secara non-tunai akan dilakukan tanpa menggunakan uang melainkan dengan cara transfer melalui bank ataupun kampanye. Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Gerakan ini dilakukan untuk menjawab tantangan era digital dengan tujuan untuk mengedukasi masyarakat bahwa metode transaksi digital memiliki banyak manfaat yakni efisien, cepat, nyaman, mudah, dan aman.⁵

⁴ Khairina Natsir et al., "PENGUNAAN QRIS SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS UMKM," *Jurnal Serina Abdimas* 1, no. 3 (August 30, 2023): 1154–63, <https://doi.org/10.24912/jsa.v1i3.26208>.

⁵ Irma Muzdalifa, Inayah Aulia Rahma, and Bella Gita Novalia, "Peran Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM Di Indonesia (Pendekatan Keuangan Syariah)," *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 3, no. 1 (June 2, 2018), <https://doi.org/10.30651/jms.v3i1.1618>.

QRIS merupakan produk terobosan dari Bank Indonesia yang diluncurkan pada 17 Agustus 2019 yang didukung industri sistem pembayaran bersama dengan tujuan agar transaksi pembayaran dapat lebih efektif dan efisien sehingga inklusi keuangan mampu berjalan lebih cepat.⁶

Gambar 1. 1 Grafik Peningkatan Jumlah Transaksi digital



Sumber: Asosiasi sistem pembayaran Indonesia

Menurut data Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), Penggunaan QRIS di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, dengan total transaksi mencapai Rp42 triliun pada Maret 2024, yang merupakan pencapaian tertinggi sejak sistem pembayaran ini pertama kali diimplementasikan. Dibandingkan dengan kuartal

⁶ Florensia Indah Kusumaningtyas and Martinus Budiantara, “Pengaruh Penggunaan Qris Sebagai Metode Pembayaran Terhadap Pengembangan UMKM Di Kabupaten Sleman Sejak Pandemi Covid-19,” *Journal of Economics and Business UBS* 12, no. 3 (May 26, 2023): 1603–16, <https://doi.org/10.52644/joeb.v12i3.236>.

pertama tahun lalu, nilai transaksi mengalami peningkatan substansial, bahkan dalam rentang satu bulan saja, dari Februari ke Maret 2024, terjadi kenaikan senilai Rp10 triliun, dengan pertumbuhan tahunan mencapai 175.44%, didukung oleh 48.12 juta pengguna dan 31.61 juta merchant. Volume transaksi juga menunjukkan tren positif dengan 374 juta transaksi pada Maret 2024, meningkat 66 juta dari bulan sebelumnya, sementara pertumbuhan volume antara Q1 2023 dan Q1 2024 mencapai 161%, dan transaksi uang elektronik secara keseluruhan mencatatkan pertumbuhan 41.70% dengan nilai Rp253.39 triliun.

Persebaran merchant QRIS terkonsentrasi di Pulau Jawa, dengan Jawa Barat memimpin dengan sekitar 6.800 merchant, diikuti DKI Jakarta dengan 5.200 merchant, Jawa Timur 3.600 merchant dan Jawa Tengah 3.100 merchant, di mana khusus untuk Jawa Barat tercatat penambahan 350.200 pengguna baru yang didorong oleh kuatnya aktivitas ekonomi dan mobilitas masyarakat di wilayah tersebut. Secara nasional, basis pengguna QRIS terus bertambah mencapai 48 juta per Maret 2024, meningkat 1 juta dari Februari dan 16 juta dari tahun sebelumnya, dan ke depannya sistem ini akan diperluas untuk mendukung transaksi lintas negara.⁷

Generasi Z, atau Gen Z, adalah generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Mereka adalah generasi pertama yang benar-benar tumbuh dengan teknologi digital sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Akibatnya, mereka sangat mahir dalam menggunakan berbagai perangkat teknologi dan platform digital,

⁷ Bank Indonesia (BI). "QR Code Indonesian Standard (QRIS)" <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/QR-Code-Indonesian-Standard.aspx>

sebagai digital natives, telah tumbuh besar dengan teknologi yang sangat terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari. Ketergantungan mereka pada perangkat digital dan platform online telah membentuk preferensi dan kebiasaan konsumsi yang unik. Faktor yang mendorong Generasi Z sangat terbuka terhadap teknologi pembayaran non-tunai seperti QRIS karena Gen Z cenderung tertarik pada hal-hal baru dan inovatif. Teknologi pembayaran non-tunai seperti QRIS dianggap sebagai inovasi yang menarik dan sesuai dengan gaya hidup mereka.⁸

Tabel 1. 1 Data Kualifikasi Penduduk di Kabupaten Tulungagung

No.	Kecamatan	Post Generasi Z	Generasi Z	Milenial	Generasi X
1.	Besuki	3 711	8 456	8 573	9 581
2.	Bandung	4 729	10 232	11 027	11 651
3.	Pakel	5 532	11 796	12 037	12 543
4.	Campurdarat	5 693	13 125	13 359	13 774
5.	Tanggunggunung	2 691	5 563	6 065	5 849
6.	Kalidawir	7 400	16 567	17 426	18 001
7.	Pucanglaban	2 576	5 156	6 400	6 213
8.	Rejotangan	8 198	18 371	18 772	19 983
9.	Ngunut	8 459	19 256	19 600	20 353
10.	Sumbergempol	7 488	16 322	16 986	17 475
11.	Boyolangu	8 949	19 796	19 892	19 870
12.	Tulungagung	6 886	15 499	15 241	15 691
13.	Kedungwaru	10 562	22 840	22 862	22 470
14.	Ngantru	6 127	13 141	14 018	13 796
15.	Karangrejo	4 713	9 824	10 075	10 082
16.	Kauman	5 305	11 936	11 721	12 416
17.	Gondang	6 187	12 968	13 835	13 986

⁸ Laina Pransiska and Fitri Ayu Nofirda, “Dampak Ekonomi Digital terhadap Penggunaan Aplikasi DANA pada Gen Z di Kota Pekanbaru” 7 (2023).

18.	Pagerwojo	3 112	6 347	7 229	7 722
19.	Sendang	4 992	10 244	10 846	10 835
20.	Kabupaten Tulungagung	113 310	247 439	255 964	262 291

Sumber: BPS Tulungagung

Berdasarkan pada tabel data dari BPS diatas, jumlah populasi penduduk usia produktif tertinggi di Tulungagung saat ini didominasi oleh generasi Z.⁹ Generasi ini, yang lahir antara tahun 1997-2013. Data dari BPS menegaskan bahwa generasi ini bukan hanya memimpin dalam jumlah populasi, tetapi juga memiliki kecenderungan yang tinggi dalam penguasaan literatur teknologi.¹⁰ Sebagai mayoritas mahasiswa, generasi Z di Tulungagung memiliki aksesibilitas yang luas terhadap informasi dan teknologi, yang membantu mereka menjadi sangat terampil dalam menggunakan metode pembayaran cashless seperti scan QRIS.

Konsumen akan mempercayai kualitas layanan yang telah diharapkan apabila pihak toko memberikan layanan yang baik dan memuaskan. Berikut terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seperti faktor kehandalan mampu menampilkan layanan yang cekatan dan mengerti dengan jelas atas setiap produk/jasa yang dikerjakan. faktor yang mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian kembali adalah kualitas layanan.

⁹ Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung (BPS). "Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Tulungagung, 2022. <https://tulungagungkab.bps.go.id/id/statistics-table/1/NTM2MyMx/penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kabupaten-tulungagung--2022.html>. Diakses pada tanggal 18 Juli 2024

¹⁰ Pransiska and Nofirda, "Dampak Ekonomi Digital terhadap Penggunaan Aplikasi DANA pada Gen Z di Kota Pekanbaru."

Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan pelanggan oleh karena itu Semakin baik layanan yang diberikan kepada konsumen maka minat konsumen untuk melakukan pembelian kembali semakin meningkat.¹¹ Keunikan suatu produk jasa tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen atau belum. Kualitas pelayanan juga merupakan faktor penting dalam pemasaran sudah sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen atau belum. Kualitas pelayanan juga merupakan faktor penting dalam pemasaran.¹²

Indonesia merupakan negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia yakni sekitar 87,2%¹³. Dalam syariat Islam salah satu kewajiban umat Muslim ialah mengkonsumsi produk halal. Pentingnya mengkonsumsi produk halal sebagaimana telah dijelaskan dalam Al-Qur'an, merupakan perintah Allah yang wajib dijalankan dan sebagai bentuk keimanan seorang Muslim dalam menjauhi larangannya. Apabila umat Muslim mengabaikan aturan mengkonsumsi produk halal, dapat berakibat buruk terhadap kehidupannya baik di dunia maupun di akhirat nanti. Selain itu adapun ayat

¹¹ Albina Anim and Ni Luh Putu Indiani, "PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMBALI (STUDI KASUS PADA START UP COFFEE RENON DENPASAR)" 5, no. 1 (2020).

¹² Aprida Riani, "PENGARUH PRODUK, HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA TOKO KAIN KILOAN AULIA PONOROGO)" 3, no. 1 (2019).

¹³ Benny Sultan, "THE CONTRIBUTIONS OF ISLAMIC AND INSTITUTIONS TO MODERN INDONESIAN," *Pagaruyuang Law Journal* 7, no. 1 (July 24, 2023): 207–21, <https://doi.org/10.31869/plj.v7i1.4567>.

yang mengatur hukum mengenai kehalalan suatu produk pada Al-Qur'an dan Hadits, seperti pada Al Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168 berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya :”Hai sekalian manusia, makanlah yang halal dan baik dari apa saja yang terdapat di bumi, dan janganlah kalian mengikuti langkah-langkah setan, karena sesungguhnya syetan itu adalah musuh kalian yang nyata.”¹⁴

Transformasi digital dan evolusi industri halal, mengadaptasi diri dalam era transformasi digital yang pesat, sambil tetap mempertahankan fokusnya pada produk-produk halal berkualitas. *Konsep one-stop shopping* yang ditawarkan toko Khoyiir menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Mereka dapat memenuhi kebutuhan kosmetik dan fashion halal dalam satu lokasi, memudahkan koordinasi antara pemilihan makeup dan busana. Hal ini tidak hanya menghemat waktu tetapi juga memberikan pengalaman berbelanja yang lebih komprehensif. Staf toko yang berpengetahuan dapat memberikan edukasi produk dan konsultasi gaya, membantu konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka di era transformasi digital 4.0.

Kualitas layanan menjadi aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan sebuah perusahaan. Konsumen selalu dapat menilai baik - tidaknya suatu kualitas layanan. Konsumen menilai kualitas layanan tersebut dengan cara membandingkan

¹⁴ Tamira Naila Rafifasha, “Persepsi dan Preferensi Konsumen Kosmetik Halal,” *Bandung Conference Series: Economics Studies* 2, no. 2 (August 3, 2022), <https://doi.org/10.29313/bcses.v2i2.4643>.

pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang mereka harapkan. Kualitas layanan yang baik mampu menarik para konsumen baru untuk melakukan pembelian akan produk atau jasa yang ditawarkan karena perusahaan tersebut sudah dikenal dengan citra yang baik. Ketika sebuah kualitas layanan yang di dapatkan konsumen itu buruk, di mana harapan dan ekspektasi konsumen tidak tercapai, akan memberikan dampak buruk bagi perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu kualitas layanan ini akan memberikan hasil yang maksimal ke pelaku usaha atau perusahaan dan juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.¹⁵ Islam memandang perilaku konsumsi tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan jasmani tetapi juga sekaligus memenuhi kebutuhan rohani. Kebutuhan manusia dalam Islam juga mempunyai tingkatan-tingkatan yang berbeda yang berarti mempunyai konsekuensi pula dalam penentuan prioritas pemenuhannya.¹⁶

Pengenalan QRIS sebagai inovasi sistem pembayaran digital yang aman dan efisien telah membuka pintu bagi peningkatan kepercayaan konsumen terhadap layanan toko serta mempengaruhi keputusan pembelian melalui faktor-faktor seperti kehandalan layanan, kualitas produk/jasa, dan pengalaman pelanggan yang memuaskan. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan konsumen, tetapi juga memperkuat kesetiaan pelanggan dalam

¹⁵ Farhan Afdillah Pulungan, Liharman Saragih, and Elfina Okto Posmaida Damanik, *"PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KFC DI PEMATANG SIANTAR"* 5, no. 1 (2023).

¹⁶ Aulia Rahman dan Muh Fitrah, *Perilaku Konsumsi Masyarakat dalam Perspektif Islam di Kelurahan Barombong Kota Makassar*, Laa Maisyir, Vol. 5 No. 1, Januari 2018, hal. 2

bertransaksi kembali. Gen Z merupakan subjek penelitian yang relevan karena aktif menggunakan teknologi, memiliki kesadaran tinggi terhadap keamanan dan kenyamanan transaksi, serta sering menjadi early adopters inovasi, termasuk QRIS. Studi perilaku dan preferensi Gen Z dalam menggunakan QRIS dapat memberikan wawasan penting bagi pengembangan layanan dan strategi pemasaran yang lebih efektif, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan pembelian dan kesetiaan konsumen secara keseluruhan.

Toko Khoyir merupakan satu dari begitu banyak usaha retail yang berfokus pada kosmetik dan fashion yang ada di kabupaten Tulungagung, berdiri sejak tahun 2000 yang awalnya hanya menjual alat-alat tulis kemudian lambat laun semakin berkembang menjadi seperti sekarang menyediakan tak hanya alat tulis namun tersedia juga kosmetik, fashion dari berbagai merek. Berikut ini daftar jumlah offline store Khoyiir Kabupaten Tulungagung:

Tabel 1. 2 Daftar Offline Store Khoyiir

No	Nama	Alamat
1.	Khoyiir Store Gondang	Jl. Raya Mojoarum No.1, Krajan, Bendungan, Kec. Gondang, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66263
2.	Khoyiir Store Karangwaru (pusat)	Jl. Dr. Sutomo VIII No.43-157, Karangwaru, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66217
3.	Khoyiir Outfit	Jl. Dr. Sutomo Gg. VIII No.77, Karangwaru, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66217 (Belakang Khoyiir Store Karangwaru)

Sumber: Khoyiir Office Pusat (Karangwaru)

Banyaknya bisnis yang bergerak di bidang ritel aksesoris dan kosmetik di Tulungagung seperti toko-toko sejenis lainnya seperti Toko Cantik, Ciyue, Jesse factory, Panda Lovely dll. yang menawarkan produk serupa menuntut Khoyiir Store memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan memberikan layanan yang lebih memuaskan dibandingkan dengan yang dilakukan oleh pesaing. Karena hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar.¹⁷ Alasan peneliti memilih Khoyiir Store Karangwaru sebagai lokasi penelitian dibanding dengan cabang Khoyiir Store Gondang berdasar pada jumlah transaksi di bulan Maret 2025.

Tabel 1. 3 Daftar Pengunjung Khoyiir Store Tuluangung

No	Nama	Jumlah Transaksi
1	Khoyiir Store Karangwaru	3987
2	Khoyiir Store Gondang	3143

Sumber: Khoyiir Office Pusat (Karangwaru)

Khoyiir store pusat yang terletak pada kecamatan Karangwaru, Kabupaten Tulungagung, menjadi primadona bagi para pecinta aksesoris dan kosmetik. Toko ini tak hanya menawarkan ragam produk berkualitas dengan harga bersahabat, tetapi juga pengalaman berbelanja yang nyaman dan mudah. Salah satu faktor yang membuat Toko Khoyir unggul adalah ketersediaan berbagai metode pembayaran, termasuk QRIS, yang semakin mempermudah transaksi bagi para pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana kemudahan pembayaran dengan *QRIS* dan

¹⁷ L E Massa, A L Tumbel, dan J J Rotinsulu, "Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan pada Minimarket Indomaret dan Alfamart di Wilayah Maumbi Minahasa Utara," Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 10, no. 1 (2022): 49–58, hal. 50

kualitas layanan yang diberikan Toko Khoyir, seperti keramahan staf, kecepatan proses transaksi, dan suasana toko yang nyaman, dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana Store Khoyir dalam meningkatkan strategi pemasaran dan layanannya. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumennya serta dapat merumuskan strategi yang tepat untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan keuntungan. Di era digital ini, kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja menjadi kunci utama bagi konsumen. Store Khoyir: transformasi digital dan evolusi industri halal, mengadaptasi diri dalam era transformasi *digital* yang pesat, sambil tetap mempertahankan fokusnya pada produk-produk halal berkualitas dengan menyediakan metode pembayaran *QRIS* dan kualitas layanan yang baik, telah menunjukkan komitmennya untuk memberikan pengalaman berbelanja terbaik bagi para pelanggan. Oleh karena itu, peneliti memberikan judul pada penelitian ini yaitu **“Pengaruh Ketersediaan Metode Pembayaran *Qris* (*Quick Response Code Indonesian Standart*) dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik dan *Fashion* Halal di Store Khoyir Karangwaru Tulungagung”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi inti dari permasalahan yang terkandung di dalamnya, diantaranya sebagai berikut:

1. Store Khoyiir memiliki Strategi *digital payment* dalam menghadapi persaingan bisnis ritel kosmetik dan fashion halal di Tulungagung
2. Tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk kosmetik dan fashion halal yang dijual di Store Khoyiir cukup baik dibandingkan dengan toko retail kecantikan serupa di kabupaten Tulungagung.
3. Variasi merek produk yang tersedia di Store Khoyiir berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.
4. Lokasi strategis Store Khoyiir di Karangwaru berpengaruh terhadap minat konsumen untuk melakukan pembelian dibarengi teknologi digital yang memiliki peran penting dalam meningkatkan pengalaman berbelanja konsumen di Store Khoyiir.
5. Terdapat strategi pemasaran yang dapat dikembangkan Store Khoyiir untuk meningkatkan loyalitas konsumen, khususnya generasi Z.
6. Metode pembayaran tunai (*cash*) kurang efektif dibandingkan pembayaran *digital* QRIS di Store Khoyiir karena memakan waktu yang lebih lama dalam proses transaksi.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diurikan di atas, diperlukannya identifikasi masalah penelitian agar mempunyai ruang lingkup yang jelas. Oleh karena itu terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi, sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara ketersediaan metode pembayaran QRIS terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Khoyiir Karangwaru?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Khoyiir Karangwaru?
3. Apakah terdapat pengaruh simultan antara ketersediaan metode pembayaran QRIS dan kualitas layanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Khoyiir Karangwaru?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk menguji pengaruh signifikan antara ketersediaan metode pembayaran QRIS terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Khoyiir Karangwaru.
2. Untuk menguji pengaruh signifikan antara kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Khoyiir Karangwaru.
3. Untuk menguji pengaruh signifikan antara ketersediaan metode pembayaran QRIS dan kualitas layanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Khoyiir Karangwaru.

E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan, baik dalam segi teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini memperkaya pemahaman teoritis tentang interaksi antara metode pembayaran digital, kualitas layanan, dan proses pengambilan keputusan pembelian dalam lingkungan ritel modern.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan dijadikan acuan teoritis penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi pengelola Store Khoyiir Karangwaru untuk mengoptimalkan strategi pembayaran dan layanan guna meningkatkan keputusan pembelian pelanggan.

2. Secara Praktik

1) Bagi Penulis

Penelitian ini memungkinkan penulis untuk mengaplikasikan teori-teori ekonomi dan bisnis yang telah dipelajari ke dalam konteks nyata, khususnya dalam analisis pengaruh teknologi pembayaran dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Melalui studi ini, penulis dapat mengembangkan keterampilan riset yang kritis, termasuk pengumpulan data, analisis statistik, dan interpretasi hasil dalam konteks bisnis ritel dan teknologi finansial.

2) Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini memperkaya khazanah ilmiah dan menambah literatur fakultas dalam bidang ekonomi digital dan keuangan syariah, khususnya terkait implementasi teknologi pembayaran modern dalam konteks bisnis ritel

3) Bagi Perusahaan

Hasil studi ini dapat menjadi panduan bagi toko khoyirr maupun usaha ritel serupa dalam mengimplementasikan metode pembayaran QRIS dan meningkatkan kualitas layanan untuk mendorong pertumbuhan penjualan. Kemudian temuan penelitian ini berpotensi membantu pengambil kebijakan dalam sektor ritel dan finansial untuk merancang regulasi yang mendukung adopsi teknologi pembayaran digital seperti QRIS.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup adalah suatu bahasan yang memberikan kemudahan dalam melaksanakan penelitian agar tidak melebar dari topik permasalahan, sehingga kegiatan penelitian dapat berjalan dengan efektif dan efisien.¹⁸

Ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu hanya mengidentifikasi keterkaitan variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) yaitu Pengaruh ketersediaan metode pembayaran Qris (X1) dan Kualitas layanan (X2) Keputusan pembelian (Y) Produk kosmetik dan fashion halal di Store Khoyiir Tulungagung

2. Keterbatasan Penelitian

Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi suatu Keputusan pembelian produk kosmetik dan fashion halal di Store Khoyiir Tulungagung. Ruang lingkup

¹⁸ universitas sampoerna, "Ruang Lingkup Penelitian: Pengertian, Cara Menentukan, Dan Contoh," sampoernauniversity.ac.id, 2024, <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/ruang-lingkup-penelitianpengertian-cara-menentukan-dan-contoh>

penelitian ini berfokus pada variabel X (independent) yaitu ketersediaan metode pembayaran Qris dan kualitas layanan terhadap variabel Y (dependent) Keputusan pembelian. Waktu yang ditentukan pada penelitian ini didasarkan pada perkiraan kebutuhan penelitian yang dilakukan pada tahun 2024.

G. Penegasan Istilah

Definisi operasional yang dimaksud merupakan definisi variabel untuk menyalurkan sudut pandang, menghindari kesalahpahaman dan mempermudah pemahaman dalam istilah. Beberapa definisi operasional secara konseptual yang berkaitan dengan judul penelitian, yaitu:

1. Definisi Konseptual

a) Qris

QRIS diperkenalkan oleh Bank Indonesia pada tanggal 17 Agustus 2019, tetapi mulai efektif digunakan pada tanggal 1 Januari 2020.¹⁹ Tujuan dari QRIS adalah untuk mengintegrasikan semua transaksi di berbagai sektor. QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) adalah sebuah kode QR yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia dan telah disesuaikan standar sehingga dapat digunakan oleh semua aplikasi pembayaran berbasis kode QR, QRIS disediakan oleh pedagang atau penjual, sedangkan konsumen dapat menggunakan dompet digital, layanan perbankan seluler,

¹⁹ Ahmad Farhan and Aishwari Wardani Shifa, "Penggunaan Metode Pembayaran QRIS Pada Setiap UMKM di Era Digital," n.d.

atau uang elektronik berbasis server. QRIS bukanlah aplikasi pembayaran baru atau instrumen pembayaran, tetapi berfungsi sebagai antarmuka yang memfasilitasi transaksi

b) Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam hal harapan layanan berdasarkan pengalaman masa lalu, dari mulut ke mulut, dan iklan, yang kemudian membandingkan layanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan.²⁰

c) Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah sebuah cara pemilihan yang dilakukan sebelum menentukan keputusan pembelian, dimana konsumen memiliki berbagai berbagai pilihan lain sebelum membuat sebuah keputusan.²¹

2. Definisi Operasional

Definisi operasional penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh variabel Ketersediaan Metode Pembayaran QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) (X1) dan Kualitas Layanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Store Khoyiir Karangwaru. Dari definisi operasional bertujuan untuk memberikan kejelasan

²⁰ Yuni Septiani, Edo Arribe, dan Risnal Diansyah, "Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrah Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Servqual," *Jurnal Teknologi Dan Open Source* 3, no. 1 (2020): 131–43, hal. 133

²¹ Anang Fuad Syafrudin, Rois Arifin, and Arini Fitria Mustapita, " Pengaruh Lokasi, Harga, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Tata Letak Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (2018): 121.

mengenai variabel tersebut agar tidak terjadinya kesalahpahaman. Ketersediaan Metode Pembayaran QRIS (X1) mengacu pada tingkat aksesibilitas, kemudahan penggunaan, dan kehandalan sistem pembayaran digital QRIS di Store Khoyiir Karangwaru. Kualitas Layanan (X2) merupakan tingkat keunggulan layanan yang diberikan oleh Store Khoyiir Karangwaru kepada pelanggan, Keputusan Pembelian (Y) didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan konsumen untuk membeli produk di Store Khoyiir Karangwaru.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami maksud dan isi pembahasan penelitian, berikut ini penulis kemukakan sistematika penyusunan yang berupa dalam bentuk BAB, yaitu sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini penulis menjelaskan mengenai latar belakan masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, kegunaan penelitian, definisi istilah, dan sistematika penelitian.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi mengenai tinjaun pustaka dan buku-buku yang memuat teori-teori tentang topik penelitian serta teori-teori terdahulu yang akan dijadikan acuan peneliti untuk menganalisis dan menyimpulkan hasil penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini, penulis menjelaskan mengenai pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, sampel, sumber data, variabel, skala pengukuran, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, serta teknik analisis data terakhir.

4. BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini peneliti menjelaskan mengenai hasil penelitian yang memuat deskripsi data dan pengujian hipotesisnya serta hasil dari penelitian. Mengenai pembahasan yaitu penulis menguraikan hasil penelitian dengan menjawab masalah penelitian dan menunjukkan tujuan penelitian yang telah dicapai serta mengintegrasikan temuan ke dalam temuan-temuan penelitian dalam konteks khazanah ilmu yang luas.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini peneliti menyampaikan kesimpulan dan saran atas penelitian di bagian akhir berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran.