

**PENGARUH USABILITY DAN EFISIENSI PEMBAYARAN NON TUNAI
TERHADAP KEPUTUSAN BERBELANJA DI UMKM PADA GENERASI
Z DI SURABAYA**

SKRIPSI

Oleh

MUHAMMAD NUR AINUL YAKIN

NIM: G03219024



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2024

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Muhammad Nur Ainul Yakin, G03219024, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 25 Juni 2024



Muhammad Nur Ainul Yakin

NIM. G03219024

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 14 Juni 2024

Skripsi telah selesai dan siap untuk di uji

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rahma Ulfa Maghfiroh', written in a cursive style.

Rahma Ulfa Maghfiroh, S.E., M.M.

NIP. 198612132019032009

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH USABILITY DAN EFISIENSI PEMBAYARAN NON TUNAI
TERHADAP KEPUTUSAN BERBELANJA DI UMKM PADA GENERASI
Z DI SURABAYA

Oleh

Muhammad Nur Ainul Yakin

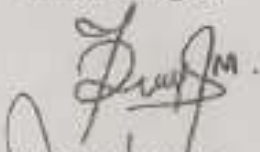
NIM: G03219024

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 26 Juni 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Rahma Ulfa Maghfiroh, S.E., M.M
NIP. 198612132019032009
(Penguji 1)
2. Riska Ayu Setiawati, S.E., M.SM
NIP. 199305032019032020
(Penguji 2)
3. Deasy Tantriana., M.M
NIP. 198312282011012009
(Penguji 3)
4. Helmina Ardyanfitri, M.M
NIP. 199407282019032025
(Penguji 4)

Tanda Tangan:


.....

.....


.....

.....

Surabaya, 26 Juni 2024



D. Saiful Arifin, S.Ag., S.S., M.El

NIP. 196205222000032001 ✓



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300

E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Nur Ainul Yakin
NIM : G03219024
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Manajemen
E-mail address : muhammadnurainulyakin17@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Pengaruh Usability dan Efisiensi Pembayaran Non Tunai Terhadap Keputusan Berbelanja

di UMKM Pada Generasi Z di Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 November 2025

Pemulis

(Muhammad Nur Ainul Yakin)

nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh *usability* dan efisiensi pembayaran non tunai menggunakan QRIS terhadap keputusan berbelanja dengan menggunakan objek penelitian Generasi Z yang berbelanja pada UMKM di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Surabaya yang pernah melakukan pembelian nontunai di UMKM di Surabaya. Sedangkan sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis komonen dengan menggunakan alat analisis *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *usability* mampu berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berbelanja dan efisiensi juga mampu memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berbelanja.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis mengenai pengaruh *Usability* pembayaran *non-tunai* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berbelanja di UMKM pada generasi Z dapat diterima dan hipotesis mengenai pembayaran *non-tunai* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berbelanja di UMKM pada generasi Z di Surabaya dapat diterima.

Kata Kunci: *Usability*, Efisiensi, Keputusan berbelanja.

ABSTRACT

The aim of this research is to explain the influence of usability and efficiency of non-cash payments using QRIS on shopping decisions using the research object Generation Z who shop at MSMEs in Surabaya.

This study uses a quantitative approach. The population in this research is Generation Z in Surabaya who have made non-cash purchases at MSMEs in Surabaya. Meanwhile, the sample in this study was 100 respondents. Data analysis used in this research uses the component-based Structural Equation Modeling (SEM) method using the Partial Least Square (PLS) analysis tool.

The research results show that usability is able to have a positive and significant influence on shopping decisions and efficiency is also able to have a positive and significant influence on shopping decisions.

Based on the results of the tests that have been carried out, it can be concluded that the hypothesis regarding the influence of the usefulness of non-cash payments has a significant effect on shopping decisions at MSMEs in generation Z can be accepted and the hypothesis regarding non-cash payments has a significant effect on shopping decisions at MSMEs in generation Z in Surabaya can be accepted.

Key Words: *usability, efficiency, shopping decisions.*

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN ORISIONALITAS SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Tinjauan Teoritis	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Pembayaran non tunai QRIS	13
2.1.3 Usability	16
2.1.3 Efisiensi.....	18
2.1.4 Keputusan Berbelanja / Pembelian	20
2.2 Pengembangan Hipotesis	22

2.2.1 Pengaruh Usability pembayaran non tunai terhadap keputusan berbelanja di UMKM pada generasi Z di Surabaya	22
2.2.2 Pengaruh Efisiensi pembayaran non tunai terhadap keputusan berbelanja di UMKM pada generasi Z di Surabaya.....	23
2.3 Kerangka Konseptual	24
2.4 Penelitian Terdahulu.....	25
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Metode Penelitian.....	39
3.1.1. Jenis Penelitian	39
3.1.2. Lokasi Penelitian	39
3.2 Definisi Operasional	39
3.2.1 Definisi Operasional	39
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.2.1 Populasi.....	41
3.2.2 Sampel	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data	44
3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	44
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	45
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
3.4.1 Uji Validitas	47
3.4.2 Uji Reliabilitas	48
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	48
3.4.1 Teknik Analisis	48
3.4.2 Asumsi Partial Least Squares.....	50
3.4.3 Outer Model	50

3.4.4 Inner Model.....	51
3.4.5 Uji Hipotesis	52
3.4.6 Ukuran Sampel.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
4.1.1 UMKM di Surabaya.....	54
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	54
4.2.1 Karakteristik Responden.....	54
4.2.2 Hasil Jawaban Responden.....	58
4.3 Analisis Model	61
4.3.1 Outer Model.....	62
4.3.2 Inner Model.....	67
4.3 Pembahasan	70
4.3.1 Pengaruh Usability Terhadap Keputusan Berbelanja	70
4.3.2 Pengaruh Efisiensi Terhadap Keputusan Berbelanja	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 4. 1 Analisis Data.....	61
Gambar 4. 2 Outer Model	62
Gambar 4. 3 Uji Hipotesis	68



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Research Gap pengaruh Usability (kemudahan) terhadap Keputusan berbelanja	5
Tabel 1. 2 Research Gap pengaruh efisiensi terhadap Keputusan berbelanja	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3. 1 Golongan umur Generasi Z di Surabaya	42
Tabel 4. 1 Hasil Perolehan Responden.....	55
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Status	58
Tabel 4. 5 Hasil Jawaban Responden Variabel Usability	59
Tabel 4. 6 Hasil Jawaban Responden Variabel Efisiensi	60
Tabel 4. 7 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Berbelanja.....	60
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Validitas Konvergen	63
Tabel 4. 9 Hasil Nilai Average Variance Extracted.....	64
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Validitas Deskriptor	65
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Reliabilitas	66
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian R-Square.....	67
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Hipotesis.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	81
Lampiran 2. Hasil Penelitian	86
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden.....	89



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, sriyanto, and Aris Wahyu Kuncoro.(2019) “Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan berbelanja (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia Di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018.” *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen* 8, no. 1
- Akbar, F., & Hidayat, S. (2022). Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, Dan Keamanan Informasi Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Fintech. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 7(02), 196-204.
- Anggraini. 2020. Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Layanan, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Sewa Power Bank Recharge. *Academia.Edu*
- Chrisanta, A. E., & Rokhman, N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan dan E-Service Quality terhadap Keputusan berbelanja Secara Online pada E-Commerce Shopee. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1).
- Engel, James F., Roger D. Blackwell., & Paul W. Miniard. (2000). *Perilaku Konsumen, Jilid I*, Jakarta:Bina Rupa Aksara
- Fandiyanto, R., Sularso, R. A., & Irawan, B. (2018). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Ketanggapan, Harga dan Reputasi Perusahaan terhadap

- Kepercayaan dan Keputusan berbelanja Produk Kerajinan Danbo Secara Online. *Growth*, 15(1), 54-71.
- Fatihudin, D. (2015). Metode Penelitian untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Haryono, C. G. (2020). Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi. CV Jejak.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16-30.
- Lestari, N. A., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan transaksi terhadap Keputusan berbelanja secara online pada situs mataharimall. com. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 1-8.
- Muhyi, Muhammad dkk. 2018. Metodologi Penelitian. Surabaya: AdiBuanasa University Press.
- Nana Syaodih Sukmadinata. 2012. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasution, H. F. (2018). Pengaruh Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan berbelanja Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja

Online Pada FEBI IAIN Padangsidimpuan). *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(1), 26-39.

Pratama, R. (2024). *Rekap Pengguna Qris di Jatim Pada 2023 capai 6,29 Juta Orang*. Suara Surabaya.

<https://www.suarasurabaya.net/ekonomibisnis/2024/rekap-pengguna-qris-di-jatim-pada-2023-capai-629-juta-orang/>

Prasetya, Hendra & Scenda. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, 17(2).

Rachmawati, I. K., Handoko, Y., Nuryati, F., Wulan, M., & Hidayatullah, S. (2019). Pengaruh kemudahan, kepercayaan pelanggan dan kualitas informasi terhadap Keputusan berbelanja online.

Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan E-Money pada Bank BRI Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, 3(2), 699–711.

Safithry, E. A. (2018). *Asesmen Teknik Tes dan Non Tes*. Malang: CV IRDH.

Sarwani, F. S. R. (2022) Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan berbelanja Online Pada Marketplace Shopee Di Kota Surabaya.

Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. ALFABETA CV.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Susanto, D., Fadhilah, M., & Udayana, B. I. N. (2021). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan berbelanja Online (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee Di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 89(2), 89–97

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Widodo, A. W. (2020). Analisis Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan Dan Efisiensi Terhadap Frekwensi Pembelian Produk Melalui Internet. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika (TEKINFO)*, 21(1), 21-28.

Wijayanto, H., & Santoso, E. (2020). Pengaruh Efisiensi, Persepsi Resiko dan Tingkat Kemudahan terhadap Keputusan berbelanja. *ASSET: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1).

Yulianaa, D., & Wijayanto, H. (2020). Pengaruh Efisiensi, Persepsi Resiko dan Tingkat Kemudahan Terhadap Keputusan berbelanja (Konsumen Toko

Online Shopee Di Ponorogo). *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 34.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A