



Pengaruh Perceived Risk dan Trust terhadap E-Loyalty Pengguna QRIS pada UMKM F&B Kabupaten Tangerang

Darrel Antonio Rustanto*, Ajeng Andriani Hapsari

Universitas Pradita, Indonesia

Email: darrel.antonio@student.pradita.ac.id*, ajeng.andriani@pradita.ac.id

Keywords:

Perceived Risk; Trust; E-Loyalty; QRIS

Abstract

This study investigates how perceived risk and trust influence e-loyalty among QRIS users within food and beverages (F&B) micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Tangerang Regency. The rapid expansion of QRIS as a popular digital payment method highlights the need to better understand the factors that drive user loyalty in digital transaction environments. A quantitative approach was employed using a survey of 109 respondents who had experience using QRIS in F&B MSMEs, selected through purposive sampling. The collected data were analyzed using multiple linear regression with the support of R Studio. The findings reveal that trust has a positive and statistically significant impact on e-loyalty, whereas perceived risk does not show a significant influence. The coefficient of determination (R^2) of 0.056 indicates that the independent variables account for a relatively small portion of the variation in e-loyalty, suggesting the presence of other influential factors beyond the proposed model. These results emphasize the critical role of user trust in fostering digital loyalty, while perceived risk appears to be less influential in the context of QRIS usage among F&B MSME consumers. Accordingly, this study offers practical implications for digital payment providers and policymakers, particularly in prioritizing strategies that strengthen user trust to sustain and enhance loyalty.

Kata Kunci:

Perceived Risk; Trust; E-Loyalty; QRIS

Abstrak

Studi ini dirancang untuk menginvestigasi kontribusi perceived risk dan trust dalam membentuk e-loyalty pengguna QRIS pada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor food and beverages (F&B) Kabupaten Tangerang. Penelitian ini berangkat dari fenomena meningkatnya adopsi sistem pembayaran berbasis QRIS, yang memunculkan kebutuhan untuk memahami lebih jauh variabel-variabel yang berperan dalam membentuk loyalitas pengguna di ekosistem pembayaran nontunai. Metode kuantitatif berbasis survei diterapkan dengan melibatkan 109 responden pengguna QRIS pada UMKM F&B, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengolahan dan analisis data dilaksanakan menggunakan metode regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak R Studio. Hasil analisis mengungkapkan bahwa trust terbukti memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap e-loyalty pengguna, sementara perceived risk tidak menunjukkan pengaruh yang berarti. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,056 mengindikasikan bahwa kedua variabel dalam model hanya mampu menjelaskan proporsi kecil dari variasi e-loyalty, dan sebagian besar sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berada di luar cakupan model. Temuan ini menegaskan bahwa kepercayaan pengguna merupakan elemen penting dalam proses pembentukan e-loyalty, sementara persepsi terhadap risiko tidak terbukti menjadi penentu utama dalam konteks transaksi QRIS pada UMKM F&B. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan strategi pembayaran digital, terutama dalam merancang pendekatan yang

PENDAHULUAN

Transformasi digital dalam sistem pembayaran di Indonesia tercermin dari meningkatnya penggunaan QRIS dalam beberapa tahun terakhir. Data volume transaksi menunjukkan adanya pertumbuhan yang signifikan sejak tahun 2020 hingga 2025, dengan jumlah transaksi yang terus meningkat secara eksponensial hingga melampaui 5 juta transaksi pada periode terbaru. Selain itu, pertumbuhan tahunan (*year-on-year*) juga menunjukkan tren positif yang konsisten, bahkan mencapai sekitar 139,99%, yang mengindikasikan tingkat adopsi yang sangat tinggi di masyarakat (Bank Indonesia, Raharjo & Riyadi, 2023).

Meskipun pada beberapa periode terdapat fluktuasi, kondisi tersebut lebih mencerminkan proses penyesuaian setelah fase pertumbuhan yang sangat cepat. Hal ini sejalan dengan pernyataan bahwa transaksi ekonomi dan keuangan digital tetap mengalami pertumbuhan yang kuat, didukung oleh sistem pembayaran yang aman, efisien, dan andal (Bank Indonesia, 2025). Secara umum, kondisi ini menunjukkan bahwa QRIS telah menjadi salah satu instrumen utama dalam mendorong digitalisasi sistem pembayaran serta semakin terintegrasi dalam aktivitas transaksi masyarakat di Indonesia.

Perkembangan QRIS juga tidak terlepas dari peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai sektor yang dominan dalam perekonomian nasional. UMKM mulai memanfaatkan QRIS sebagai alternatif metode pembayaran untuk meningkatkan kemudahan transaksi sekaligus memperluas jangkauan konsumen. Data menunjukkan bahwa sebagian besar merchant QRIS berasal dari sektor UMKM yang menjadi fokus utama program digitalisasi oleh Bank Indonesia (Bank Indonesia, 2023). Namun demikian, keberlanjutan penggunaan QRIS masih dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti persepsi risiko dan tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem pembayaran digital (Featherman & Pavlou, 2003). Hal ini menekankan bahwa adopsi teknologi tidak hanya ditentukan oleh ketersediaannya, tetapi juga oleh persepsi pengguna.

Di Kabupaten Tangerang, sektor UMKM khususnya pada bidang *food and beverages* (F&B) memiliki peran penting dalam mendorong aktivitas ekonomi lokal. Karakteristik sektor ini yang ditandai dengan frekuensi transaksi yang tinggi menjadikannya sangat potensial dalam penerapan sistem pembayaran digital seperti QRIS. Implementasi QRIS terus didorong oleh Bank Indonesia guna meningkatkan efisiensi transaksi serta memperluas inklusi keuangan di masyarakat. Namun dalam praktiknya, preferensi metode pembayaran di kalangan konsumen masih beragam. Sebagian konsumen masih memilih menggunakan metode pembayaran lain, seperti uang tunai atau dompet digital alternatif, meskipun QRIS telah tersedia. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa dalam konteks transaksi ritel, konsumen cenderung mempertimbangkan faktor risiko dan kepercayaan sebelum menentukan metode pembayaran yang akan digunakan (Kim et al., 2008). Pertimbangan tersebut pada akhirnya dapat memengaruhi tingkat loyalitas pengguna terhadap suatu metode pembayaran digital.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara *perceived risk*, *trust*, dan loyalitas pengguna pada layanan pembayaran digital maupun e-wallet. Penelitian Yang et al. menemukan bahwa *trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat keberlanjutan penggunaan layanan pembayaran online, sementara *perceived risk* cenderung menurunkan kenyamanan

pengguna dalam melakukan transaksi digital. Penelitian Daud et al. juga menunjukkan bahwa trust berkontribusi positif terhadap customer loyalty melalui peningkatan persepsi manfaat dan kepuasan pengguna. Selain itu, penelitian Kumala et al. mengungkapkan bahwa e-trust dan e-service quality berperan penting dalam membentuk loyalitas digital pada pengguna ShopeePay. Di sisi lain, penelitian Wiratama et al. menemukan bahwa perceived risk memiliki pengaruh negatif terhadap customer loyalty pada penggunaan e-wallet, sedangkan penelitian Pontoh et al. menunjukkan bahwa perceived risk tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan QRIS. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara perceived risk dan loyalitas pengguna masih bersifat inkonsisten dan memerlukan kajian lebih lanjut, khususnya pada konteks penggunaan QRIS di sektor UMKM F&B.

Meskipun penelitian mengenai loyalitas pengguna pembayaran digital telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada variabel perceived usefulness, kemudahan penggunaan, dan kepuasan pengguna dalam menjelaskan keberlanjutan penggunaan layanan digital. Penelitian yang secara khusus mengkaji perceived risk dan trust terhadap e-loyalty pada penggunaan QRIS di lingkungan UMKM sektor F&B masih relatif terbatas, terutama pada konteks daerah Kabupaten Tangerang. Selain itu, perkembangan penggunaan QRIS yang semakin luas setelah pandemi COVID-19 telah mengubah pola perilaku transaksi masyarakat sehingga memungkinkan munculnya dinamika baru dalam membentuk loyalitas pengguna pembayaran digital. Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian yang menunjukkan perlunya kajian empiris yang lebih spesifik mengenai bagaimana perceived risk dan trust memengaruhi e-loyalty pengguna QRIS pada sektor usaha dengan frekuensi transaksi tinggi seperti UMKM F&B.

Urgensi penelitian ini semakin meningkat seiring dengan pentingnya keberlanjutan penggunaan QRIS sebagai instrumen utama dalam mendukung inklusi keuangan dan digitalisasi ekonomi nasional. Keberhasilan implementasi QRIS tidak hanya bergantung pada jumlah pengguna baru, tetapi juga pada kemampuan sistem dalam mempertahankan loyalitas pengguna yang sudah ada. Loyalitas pengguna menjadi faktor strategis karena dapat menciptakan penggunaan berulang, memperluas adopsi teknologi melalui rekomendasi dari pengguna, serta memperkuat stabilitas ekosistem pembayaran digital. Apabila pengguna memiliki tingkat kepercayaan yang rendah terhadap sistem pembayaran digital, maka potensi keberlanjutan penggunaan QRIS dapat mengalami penurunan. Oleh karena itu, penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi e-loyalty menjadi penting untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam bagi regulator, penyedia layanan pembayaran, maupun pelaku UMKM dalam merumuskan strategi pengembangan layanan digital yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus kajian yang mengintegrasikan perceived risk dan trust dalam menjelaskan e-loyalty pengguna QRIS pada UMKM sektor F&B di Kabupaten Tangerang, yang hingga saat ini masih jarang diteliti secara spesifik. Penelitian ini juga menghadirkan konteks empiris yang berbeda dibandingkan penelitian sebelumnya karena dilakukan pada sektor usaha F&B yang memiliki karakteristik transaksi cepat dan intensif, sehingga memungkinkan adanya perilaku pengguna yang berbeda dibandingkan sektor usaha lainnya. Selain itu, penelitian ini tidak hanya menguji pengaruh langsung perceived risk dan trust terhadap e-loyalty, tetapi juga berupaya memberikan gambaran mengenai kecenderungan perilaku pengguna pembayaran digital di tengah meningkatnya popularitas QRIS sebagai

sistem pembayaran nasional. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memperkaya pengembangan teori perilaku konsumen digital serta memberikan kontribusi empiris terhadap literatur mengenai loyalitas pengguna layanan pembayaran elektronik.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perceived risk dan trust terhadap e-loyalty pengguna QRIS pada UMKM sektor F&B di Kabupaten Tangerang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis berupa penguatan literatur mengenai perilaku pengguna layanan pembayaran digital, khususnya terkait hubungan antara perceived risk, trust, dan e-loyalty. Selain itu, secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penyedia layanan pembayaran digital, pelaku UMKM, dan regulator dalam merancang strategi peningkatan kepercayaan pengguna, memperkuat keamanan sistem transaksi, serta mempertahankan loyalitas pengguna QRIS secara berkelanjutan di tengah persaingan ekosistem pembayaran digital yang semakin berkembang.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif berdesain eksplanatori guna menganalisis sejauh mana perceived risk dan trust berkontribusi terhadap pembentukan e-loyalty pada pengguna QRIS di lingkungan UMKM sektor F&B Kabupaten Tangerang. Pengumpulan data dilakukan melalui sumber primer, yakni dengan mendistribusikan kuesioner secara daring kepada responden yang telah memiliki pengalaman bertransaksi menggunakan QRIS pada UMKM F&B di wilayah tersebut.

Adapun populasi yang menjadi sasaran penelitian adalah keseluruhan pengguna QRIS pada UMKM F&B di Kabupaten Tangerang. Dalam menentukan sampel, peneliti menerapkan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu proses seleksi responden berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2019). Kriteria tersebut mencakup dua syarat utama: pertama, responden harus pernah melakukan transaksi melalui QRIS; dan kedua, transaksi tersebut dilakukan pada UMKM yang bergerak di sektor F&B. Total sampel yang berhasil dihimpun dalam penelitian ini berjumlah 109 responden.

Instrumen yang digunakan berupa kuesioner terstruktur yang disusun berdasarkan indikator setiap variabel, diadaptasi dari literatur terdahulu dan diselaraskan dengan konteks transaksi QRIS. Variabel perceived risk dijabarkan ke dalam tiga indikator, meliputi risiko keamanan, risiko dalam proses pembayaran, dan risiko terkait privasi data. Variabel trust direpresentasikan oleh tiga indikator yang mencerminkan keyakinan pengguna terhadap keamanan sistem, konsistensi transaksi, serta reputasi penyedia layanan.

Sementara variabel e-loyalty dioperasionalkan melalui tiga indikator, yaitu intensi penggunaan ulang, preferensi terhadap layanan, dan kecenderungan untuk merekomendasikan QRIS kepada orang lain. Pengukuran seluruh item pernyataan mengacu pada skala Likert lima poin, dengan rentang dari poin 1 (sangat tidak setuju) hingga poin 5 (sangat setuju).

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Operasionalisasi Variabel		
	Indikator	Jumlah Item	Skala
Perceived Risk	Risiko keamanan, transaksi, dan privasi	3	Likert 1-5
Trust	Kepercayaan, keandalan, dan kredibilitas	3	Likert 1-5

Variabel	Operasionalisasi Variabel		Skala
	Indikator	Jumlah Item	
E-Loyalty	Niat penggunaan ulang, preferensi, dan rekomendasi	3	Likert 1-5

Sumber: Data Penulis (2026)

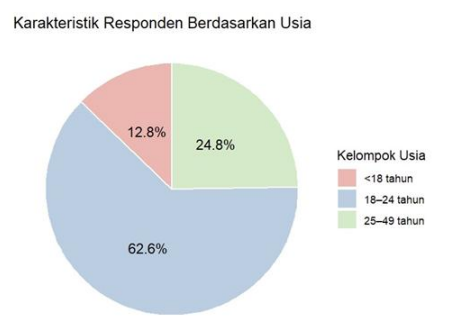
Proses analisis data dalam penelitian ini dijalankan melalui serangkaian tahapan pengujian yang sistematis, mencakup uji instrumen, pengujian asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda. Serangkaian uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, serta uji heteroskedastisitas dilaksanakan sebagai langkah verifikasi untuk memastikan model regresi yang dibangun telah memenuhi persyaratan kelayakan statistik. Pengujian hubungan antara variabel independen dan variabel dependen selanjutnya dilakukan menggunakan metode analisis regresi linear berganda (Ghozali, 2018), dengan seluruh proses komputasi data dijalankan menggunakan perangkat lunak R Studio.

Sebagai prasyarat sebelum memasuki tahap analisis utama, instrumen penelitian terlebih dahulu melewati serangkaian pengujian validitas dan reliabilitas. Uji validitas diterapkan untuk memverifikasi bahwa setiap item pernyataan mampu merepresentasikan konstruk yang hendak diukur secara tepat, dengan mengacu pada nilai corrected item-total correlation menggunakan ambang batas $\geq 0,30$ (Ghozali, 2018). Sementara itu, uji reliabilitas dijalankan guna menilai konsistensi internal instrumen dalam mengukur variabel penelitian, menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan nilai batas kelayakan $\geq 0,60$ (Ghozali, 2018). Berdasarkan hasil kedua pengujian tersebut, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan reliabel, sehingga instrumen yang digunakan dinilai layak untuk diikutsertakan dalam tahap analisis berikutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil analisis data serta pembahasan mengenai pengaruh perceived risk dan trust terhadap e-loyalty pengguna QRIS pada UMKM F&B di Kabupaten Tangerang.

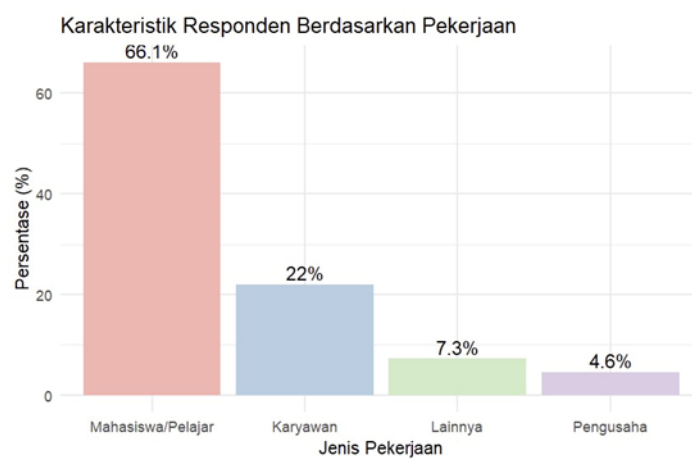
Penelitian ini melibatkan 109 responden pengguna QRIS pada UMKM F&B di Kabupaten Tangerang. Berdasarkan data karakteristik usia, mayoritas responden berada di rentang usia 18–24 tahun sebesar 62,6%, diikuti oleh usia 25–49 tahun sebesar 24,8%, usia di bawah 18 tahun sebesar 12,8%, dan sebagian kecil berusia di atas 50 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan QRIS didominasi oleh kelompok usia muda yang dinilai cenderung lebih adaptif terhadap teknologi digital.



Gambar 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Sumber: Data Pribadi (2026)

Berdasarkan pekerjaan, sebagian besar responden merupakan mahasiswa/pelajar sebesar 66,1%, diikuti oleh karyawan sebesar 22%, pengusaha sebesar 4,6%, dan sisanya berasal dari profesi lainnya. Distribusi responden didominasi oleh mahasiswa/pelajar, sehingga hasil penelitian cenderung merepresentasikan perilaku kelompok usia muda dalam penggunaan digital payment. Dominasi mahasiswa/pelajar menunjukkan bahwa penggunaan QRIS cukup tinggi pada kelompok yang memiliki intensitas transaksi harian dan familiar dengan pembayaran digital.



Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
Sumber: Data Pribadi (2026)

Selanjutnya, berdasarkan jenis retail F&B yang sering dikunjungi, responden paling banyak mengunjungi café atau *coffeeshop* sebesar 34,9%, diikuti oleh bazaar/foodcourt sebesar 25,7%, kedai sebesar 19,3%, restoran sebesar 10,1%, serta *fast food* sebesar 8,3%, dan sisanya kategori lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan QRIS banyak terjadi pada sektor usaha yang bersifat kasual dan memiliki frekuensi transaksi tinggi.

Uji Instrumen Penelitian

Pengujian validitas dilaksanakan guna memverifikasi bahwa setiap item pernyataan yang digunakan dalam instrumen penelitian mampu mengukur dan merepresentasikan variabelnya secara tepat. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh item pada ketiga variabel — *perceived risk*, *trust*, dan *e-loyalty* menghasilkan nilai *corrected item-total correlation* yang melampaui ambang batas ($\geq 0,30$), sehingga keseluruhan item dinyatakan telah memenuhi kriteria validitas yang disyaratkan.

Beralih pada pengujian reliabilitas, tahapan ini dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen penelitian menghasilkan pengukuran yang konsisten secara internal. Berdasarkan hasil yang diperoleh, nilai *Cronbach's Alpha* pada setiap variabel penelitian tercatat berada di atas nilai batas yang ditetapkan ($\geq 0,60$). Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh variabel yang digunakan memiliki tingkat keandalan yang memadai dan dinilai layak untuk diikutsertakan dalam tahap analisis data berikutnya.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Uji Validitas			
Variabel	Item	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
Perceived Risk	PR1	0,653	VALID
	PR2	0,535	VALID
	PR3	0,637	VALID
Trust	TR1	0,421	VALID
	TR2	0,518	VALID
	TR3	0,415	VALID
E-Loyalty	EL1	0,667	VALID
	EL2	0,675	VALID
	EL3	0,523	VALID

Sumber: Data Penulis (2026)

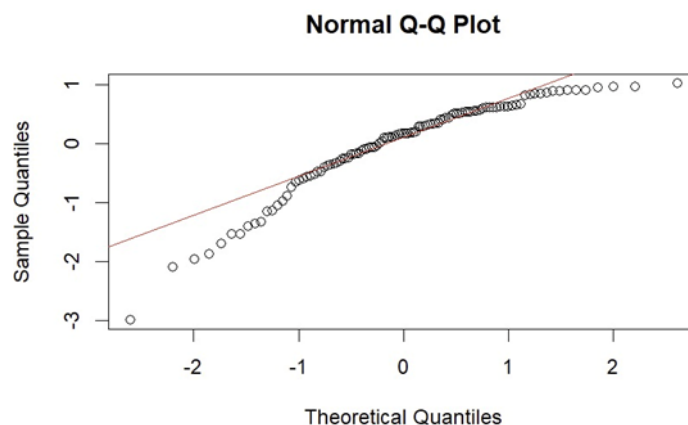
Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas		
Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Perceived Risk	0,772	RELIABEL
Trust	0,638	RELIABEL
E-Loyalty	0,781	RELIABEL

Sumber: Data Penulis (2026)

Uji Asumsi Klasik

Apakah residual dalam model regresi mengikuti distribusi normal perlu diketahui dengan melakukan uji normalitas. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan grafik *Normal Probability Plot (P-P Plot)*, dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal mengikuti arah garis tersebut. Hal ini megindikasikan bahwa data dalam penelitian memiliki distribusi normal, sehingga model regresi dipenuhi oleh asumsi normalitas.

**Gambar 4.** Grafik *Normal Probability Plot*

Sumber: Data Penulis (2026)

Pengujian multikolinearitas dijalankan untuk mendeteksi ada tidaknya hubungan linier yang kuat di antara variabel-variabel independen yang terdapat dalam model regresi. Berdasarkan hasil yang diperoleh, nilai tolerance tercatat sebesar 0,908 dan nilai *Variance*

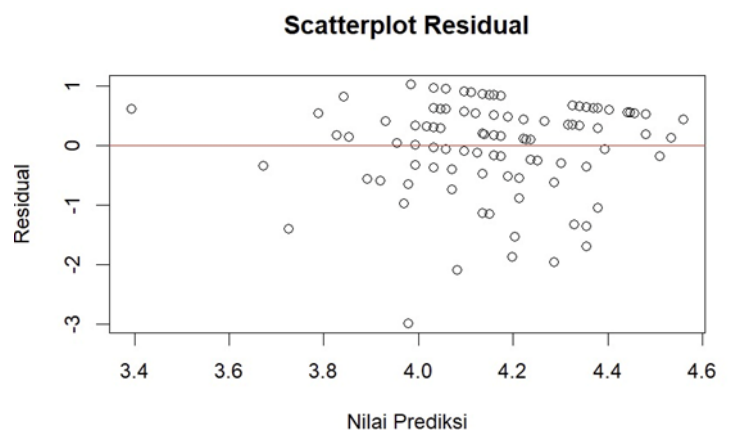
Inflation Factor (VIF) sebesar 1,101. Kedua nilai tersebut mengindikasikan bahwa tolerance berada jauh di atas batas minimal 0,10, sementara VIF masih berada di bawah ambang batas maksimal 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan terbebas dari permasalahan multikolinearitas, sehingga variabel *perceived risk* dan *trust* dinyatakan memenuhi syarat untuk diikutsertakan dalam tahap analisis berikutnya.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas		
Variabel	Tolerance	VIF
Perceived Risk	0,908	1,101
Trust	0,908	1,101

Sumber: Data Penulis (2026)

Uji heteroskedastisitas dijalankan dengan tujuan mendeteksi adanya ketidaksamaan varians residual dalam model penelitian regresi.



Gambar 5. Grafik Scatterplot

Sumber: Data Penulis (2026)

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan scatterplot, dapat diketahui bahwa titik-titik residual secara acak menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y dan cenderung tidak terindikasi membentuk pola-pola tertentu. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, sehingga asumsi homoskedastisitas dalam model penelitian regresi ini telah terpenuhi.

Tabel 5. Hasil Uji *Bresuch-Pagan*

Uji <i>Bresuch-Pagan</i>	
Statistik Uji	Nilai
Chi-Square	1,035
df	2
Sig.	0,596

Sumber: Data Penulis (2026)

Selain itu, berdasarkan hasil uji Breusch–Pagan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,596 ($\geq 0,05$). Hal tersebut menentukan bahwa tidak didapati gejala heteroskedastisitas secara

statistik. Dengan hal tersebut, dapat digarisbawahi bahwa model regresi terpenuhi berdasarkan asumsi homoskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda diterapkan dalam penelitian ini guna mengukur sejauh mana *perceived risk* dan *trust* berkontribusi terhadap *e-loyalty* pengguna QRIS pada UMKM F&B di Kabupaten Tangerang. Berdasarkan hasil analisis, nilai koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh adalah sebesar 0,056, yang mengindikasikan bahwa kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama hanya mampu menjelaskan 5,6% dari total variasi yang terjadi pada *e-loyalty*, sedangkan proporsi sebesar 94,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak tercakup dalam model penelitian ini.

Adapun hasil uji simultan (uji *F*) menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,047, yang nilainya berada di bawah taraf signifikansi 0,05. Kondisi ini membuktikan bahwa *perceived risk* dan *trust* secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *e-loyalty* pengguna.

Pada pengujian secara parsial, variabel *perceived risk* memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,155 yang melampaui batas toleransi 0,05, sehingga dapat diinterpretasikan bahwa variabel ini tidak terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *e-loyalty*. Berbeda dengan hal tersebut, variabel *trust* menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,018 yang berada di bawah ambang batas 0,05, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *trust* terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* pengguna QRIS.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Uji Analisis Regresi Linear			
Variabel	Koefisien (B)	t - Statistics	Sig.
Perceived Risk	0,117	1,433	0,155
Trust	0,307	2,396	0,018

Sumber: Data Penulis (2026)

Perceived risk tidak memiliki memiliki pengaruh signifikan terhadap *e-loyalty*. Temuan ini mengungkapkan bahwa pengguna QRIS pada UMKM F&B di Kabupaten Tangerang cenderung tidak menjadikan aspek risiko sebagai pertimbangan utama dalam mempertahankan penggunaan layanan. Kondisi tersebut dapat dijelaskan oleh meningkatnya adopsi pembayaran digital serta persepsi pengguna akan sistem QRIS yang memiliki tingkat keamanan dan keandalan yang memadai.

Temuan ini tidak sejalan dengan penelitian Wiratama et al. (2026) yang menyebutkan bahwasanya *perceived risk* berpengaruh negatif terhadap *customer loyalty* pada penggunaan *e-wallet*. Namun dengan demikian, penelitian Pontoh et al. (2022) yang menunjukkan bahwa *perceived risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan QRIS searah dengan hasil yang ditemukan pada penelitian ini.

Lebih lanjut, hasil tersebut menunjukkan bahwa dalam konteks penggunaan teknologi pembayaran digital yang semakin luas, pengguna cenderung memprioritaskan aspek kemudahan, manfaat, dan efisiensi dibandingkan dengan potensi risiko yang berpotensi timbul. Tingginya tingkat popularitas dan familiaritas terhadap sistem QRIS berkontribusi dalam menurunkan persepsi risiko, sehingga faktor tersebut tidak lagi menjadi determinan utama

dalam mempertahankan penggunaan layanan.

Berbeda dengan temuan sebelumnya, variabel trust terbukti secara empiris memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap e-loyalty pengguna. Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Daud et al. (2018), yang mengungkapkan bahwa trust memiliki pengaruh positif terhadap customer loyalty. Kondisi ini mengindikasikan bahwa keberlanjutan penggunaan QRIS secara loyal sangat ditentukan oleh seberapa besar kepercayaan yang dimiliki pengguna, yang meliputi keyakinan terhadap ketangguhan sistem keamanan, konsistensi dalam proses transaksi, serta reputasi dan kredibilitas penyedia layanan. Oleh sebab itu, dapat dinyatakan bahwa peningkatan kepercayaan pengguna berbanding lurus dengan semakin kuatnya kecenderungan mereka untuk menjadikan QRIS sebagai pilihan utama dalam setiap aktivitas transaksi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa trust dan perceived risk secara simultan berkontribusi terhadap pembentukan e-loyalty pengguna QRIS pada UMKM sektor F&B di Kabupaten Tangerang. Namun, secara parsial hanya variabel trust yang terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap e-loyalty, sedangkan perceived risk tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa pengguna QRIS cenderung lebih mempertimbangkan aspek kepercayaan terhadap keamanan, keandalan, dan kredibilitas sistem dibandingkan potensi risiko dalam transaksi digital. Tingginya tingkat adopsi dan familiaritas masyarakat terhadap QRIS turut menyebabkan persepsi risiko menjadi semakin rendah sehingga tidak lagi menjadi faktor utama dalam mempertahankan loyalitas pengguna. Dengan demikian, peningkatan trust menjadi strategi penting bagi penyedia layanan pembayaran digital maupun pelaku UMKM dalam menjaga keberlanjutan penggunaan QRIS dan memperkuat loyalitas pengguna dalam ekosistem pembayaran digital.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar memperluas cakupan variabel yang diteliti, seperti perceived usefulness, customer satisfaction, kualitas layanan, kemudahan penggunaan, maupun pengalaman pengguna guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terkait faktor-faktor yang memengaruhi e-loyalty pada layanan pembayaran digital. Selain itu, penelitian mendatang juga disarankan melibatkan jumlah responden yang lebih besar dan beragam dari berbagai wilayah maupun sektor usaha agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih luas. Penggunaan pendekatan mixed method atau penelitian longitudinal juga dapat dipertimbangkan untuk menggambarkan perubahan perilaku loyalitas pengguna dari waktu ke waktu serta mengidentifikasi dinamika baru dalam perkembangan sistem pembayaran digital di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia, Raharjo, D. H., & Riyadi, S. (2023). Bank Indonesia bersama Perbankan Syariah Membantu Digitalisasi UMKM Dengan Manfaatkan Teknologi Quick Response Code Indonesia Standard QRIS. *KRESNA: Jurnal Riset Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 59–66.
- Bank Indonesia. (2023). *QRIS dan digitalisasi sistem pembayaran di Indonesia*. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/kanal-layanan/qr/default.aspx>
- Bank Indonesia. (2025). *Laporan kebijakan moneter triwulan IV 2025*. Bank Indonesia.

<https://www.bi.go.id>

- Bhattacharjee, A. (2001). *Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model*. *MIS Quarterly*, 25(3), 351–370. <https://doi.org/10.2307/3250921>
- Daud, A., Kassim, N., Said, W. S. R. W. M., & Noor, M. M. (2018). *Impact of customer trust toward loyalty: The mediating role of perceived usefulness and satisfaction*. *Journal of Business and Retail Management Research*, 13(2), 1–10. <https://www.researchgate.net/publication/329556437>
- Fadhila, N., & Suryani, T. (2024). The influence of e-perceived value, e-service quality, and e-perceived risk on e-loyalty. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 20(2). <https://doi.org/10.30603/ab.v20i2.5729>
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451–474. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00111-3](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00111-3)
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90. <https://doi.org/10.2307/30036519>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kim, C., Tao, W., Shin, N., & Kim, K. S. (2008). An empirical study of customers' perceptions of security and trust in e-payment systems. *Electronic Commerce Research and Applications*, 7(1), 84–95. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2007.03.001>
- Kumala, I. W., Wicaksono, A. F., Askhar, B. M., Yusuf, M. F., & Prambudi, W. T. (2025). Pengaruh e-satisfaction, e-trust, dan e-service quality terhadap loyalitas digital ShopeePay. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(2), 5158–5162. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1345>
- Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. K. (2007). *How habit limits the predictive power of intention: The case of information systems continuance*. *MIS Quarterly*, 31(4), 705–737. <https://doi.org/10.2307/25148817>
- Pontoh, M. A. H., Worang, F. G., & Tumewu, F. J. (2022). The influence of perceived ease of use, perceived risk and consumer trust towards merchant intention in using QRIS as a digital payment method. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 904–913. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42664>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wiratama, J. A., Munawaroh, M., & Asa, R. S. (2026). *Pengaruh perceived ease of use dan perceived risk terhadap customer loyalty melalui customer satisfaction pada aplikasi e-wallet*. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 2(1). <https://doi.org/10.63822/6y1g3t85>
- Yang, Q., Pang, C., Liu, L., Yen, D. C., & Tarn, J. M. (2015). Exploring consumer perceived risk and trust for online payments. *Computers in Human Behavior*, 50, 9–24