

## Pengaruh Kelancaran, Keamanan dan *Brand Image* Terhadap Penggunaan QRIS pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang

Asriani Ahmad, Harun Alrasyid, Ahsani Taqwiem

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Malang

Email : [aniahmad2704@gmail.com](mailto:aniahmad2704@gmail.com)

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of smoothness, security and brand image on the use of QRIS on Islamic bank customers in Malang City. This type of research is quantitative explanation. The population in this study were Islamic bank customers in Malang City. The sample in this study amounted to 108 respondents who were taken using purposive sampling technique. The data analysis method used in this research is descriptive statistical test, instrument test (validity test and reliability test), normality test, classical assumption test (multicollinearity test and heteroscedasticity test), multiple linear regression test, and hypothesis testing (F test, t test, and R2 test). The results showed that the variables of convenience, security and brand image have a partial and simultaneous influence on the variable use of QRIS on Islamic bank customers in Malang City.*

**Keyword:** *Smoothness, security, brand image, the use of qris, islamic bank customers.*

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Perkembangan dan kemajuan teknologi telah berdampak signifikan pada sistem pembayaran dan mengubah cara seseorang melakukan transaksi keuangan (Atikah, 2023). Khususnya Indonesia, perkembangan teknologi mengakibatkan pergeseran peran uang tunai dalam sistem pembayaran. Era digitalisasi menghadirkan transaksi yang gesit, terjamin keamanannya, hemat waktu dan praktis. Hal ini mendorong masyarakat beralih ke pembayaran non tunai karena menawarkan berbagai keunggulan (Samsul, 2022).

QRIS memberikan alternatif metode sistem transaksi pembayaran yang tidak dibayar secara langsung/*non-tunai* tersebut sehingga lebih efektif dan efisien (Sabila, 2023). Melalui penggunaan satu standar QR code, penyedia barang dan jasa (*merchant*) tidak perlu memiliki berbagai jenis QR code dari penerbit (misal LinkAja, OVO, Gopay, Dana) yang berbeda. Tujuan dari QRIS ini tidak lain adalah agar pembayaran digital lebih mudah bagi masyarakat dan dapat diawasi oleh regulator dalam satu sistem untuk semua model pembayaran (Adinata, 2023). Bank syariah Indonesia merupakan salah satu perusahaan perbankan yang menerapkan sistem QRIS pada aplikasi BSI *mobile*. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan hasil *merger* dari tiga bank, yaitu BRI syariah, BNI syariah, dan bank mandiri syariah yang diresmikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada 27 Januari 2021 ([bankbsi.co.id](http://bankbsi.co.id), 2021). Menurut Atikah (2023) dan Rayyani (2024) untuk mengetahui minat penggunaan QRIS pada layanan BSI *mobile* dapat dilihat dari beberapa faktor seperti kelancaran, keamanan, dan *brand image*.

Kelancaran dalam transaksi adalah keadaan dimana proses pertukaran atau aktivitas ekonomi antara dua pihak atau lebih berjalan dengan lancar tanpa mengalami hambatan atau kesulitan yang signifikan (Warsino, 2023). Menurut Sabila (2023) keamanan adalah suatu upaya untuk mengamankan aset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul. *Brand image* yaitu persepsi, ide, dan kesan yang terbentuk dalam pikiran seseorang mengenai suatu gabungan nama dan desain yang berkaitan dengan merek tersebut, yang selanjutnya mempengaruhi perilaku dan sikap pengguna terhadap merek tersebut (Atikah, 2023).

Berdasarkan latar belakang masalah dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan, perlu diadakan penelitian lebih lanjut tentang bagaimana pengaruh QRIS pada fitur pembayaran di BSI *mobile* bagi para nasabah Bank Syariah Indonesia. Maka penulis ingin

menuangkannya dalam sebuah judul skripsi, yaitu; “Pengaruh Kelancaran, Keamanan dan *Brand Image* Terhadap Penggunaan Qris Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang”.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kelancaran, keamanan, dan *brand image* terhadap penggunaan QRIS pada nasabah Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah terdapat pengaruh kelancaran terhadap penggunaan QRIS pada nasabah Bank Syariah Indonesia?
3. Apakah terdapat pengaruh keamanan terhadap penggunaan QRIS pada nasabah Bank Syariah Indonesia?
4. Apakah terdapat pengaruh *brand image* terhadap penggunaan QRIS pada nasabah Bank Syariah Indonesia?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengkaji pengaruh kelancaran, keamanan, dan *brand image* terhadap penggunaan QRIS pada aplikasi *mobile banking* BSI bagi nasabah Bank Syariah Indonesia.
2. Untuk mengkaji pengaruh kelancaran terhadap penggunaan QRIS pada aplikasi *mobile banking* BSI bagi nasabah Bank Syariah Indonesia.
3. Untuk mengkaji pengaruh keamanan terhadap penggunaan QRIS pada aplikasi *mobile banking* BSI bagi nasabah Bank Syariah Indonesia.
4. Untuk mengkaji pengaruh *brand image* terhadap penggunaan QRIS pada aplikasi *mobile banking* BSI bagi nasabah Bank Syariah Indonesia.

### **Manfaat Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat terhadap pihak-pihak terkait antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis mengenai bagaimana kelancaran transaksi, keamanan, dan *brand image* mempengaruhi implementasi QRIS dalam konteks perbankan syariah. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai teknologi dan pemasaran digital, serta bermanfaat untuk penelitian di masa depan dengan menyediakan dasar empiris yang valid.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Penulis

Penelitian ini dapat meningkatkan keahlian dalam teori adopsi teknologi dan pemasaran digital, memperdalam keterampilan analitis data, serta memperkaya literatur akademis untuk peluang studi atau karir selanjutnya. Penelitian ini juga membuka peluang kolaborasi dengan praktisi dan peneliti terkait.

- b) Bagi Bank Syariah Indonesia

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai evaluasi kinerja operasional Bank Syariah Indonesia, serta meningkatkan kualitas pelayanan agar masyarakat lebih tertarik dan minat dalam menggunakan fasilitas yang tersedia di Bank Syariah Indonesia khususnya QRIS pada *mobile banking* BSI.

- c) Bagi Bidang Akademik

Data empiris dalam penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan kurikulum dan materi ajar terkait teknologi pembayaran digital. Penelitian ini juga menyediakan model metodologi untuk studi serupa dan landasan untuk aplikasi teori dalam penelitian lebih lanjut. Temuan ini juga berguna sebagai referensi penting untuk

menyusun kebijakan akademik atau penelitian terapan bidang perbankan syariah dan teknologi finansial.

## **LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### ***Technology Acceptance Model (TAM)***

Teori TAM atau *Technology Acceptance Model* adalah teori yang digagas oleh Davis (Supriyanto, 2022). Teori itu diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang sebelumnya dikembangkan oleh Ajzen & Fishbein (Sihaloho, 2020). Model TAM dikembangkan untuk menjelaskan mengenai keputusan perilaku dalam menggunakan sistem teknologi, yang didasarkan pada karakteristik sistem teknologi yang berpengaruh terhadap minat untuk menggunakannya (Supriyanto, 2022). Pada penelitian ini, teori TAM digunakan untuk melakukan pendekatan terkait sistem pembayaran baru yang berbasis digital yaitu dalam bentuk QRIS.

### ***Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)***

Menurut peraturan Bank Indonesia No. 23/8/2021 tentang QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) atau biasa disingkat QRIS (dibaca KRIS) adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR code. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR code dapat lebih mudah, cepat dan terjaga keamanannya.

### **Kelancaran**

Menurut Andi (2020), kelancaran adalah suatu keadaan tidak tersendat-sendat dan tidak mengalami hambatan apapun. Kelancaran bertransaksi merupakan suatu situasi atau keadaan dimana proses berjalan dengan lancar dan aman yang didukung oleh faktor sistem keamanan yang terjamin baik, kelancaran dan keamanan proses berjalannya transaksi pembayaran nontunai menggunakan fitur QRIS di aplikasi BSI *mobile*.

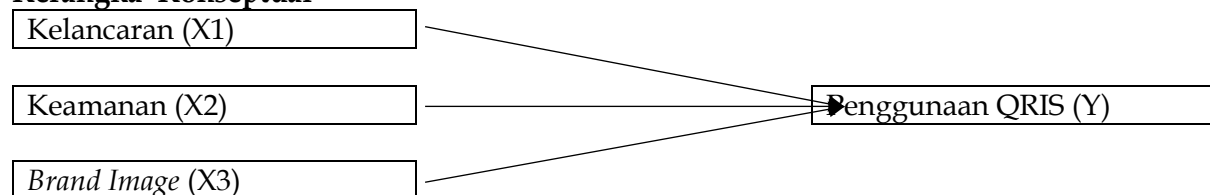
### **Keamanan**

Menurut Suwanto (2017), keamanan merupakan keadaan bebas dari bahaya. Keamanan juga berkaitan dengan hubungan kepada kejahatan, segala bentuk kecelakaan, dan lain-lain.

### **Brand Image**

Menurut Sudirman (2014) dalam bukunya yang berjudul "*Brand Marketing: The Art of Branding*", bahwa citra merek (*brand image*) merupakan pemaknaan kembali dari segenap persepsi terhadap merek yang dibentuk dari informasi dan pengalaman konsumen maupun pelanggan di masa lalu terhadap merek.

### **Kerangka Konseptual**



### **Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis yang diberikan berupa teori bukan fakta - fakta empiris ataupun berasal dari data-data yang dikumpulkan di lapangan secara relevan.

- H<sub>1</sub> : Kelancaran, keamanan, dan *brand image* berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS pada nasabah Bank Syariah Indonesia.
- H<sub>2</sub> : Kelancaran berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS pada nasabah Bank Syariah Indonesia.
- H<sub>3</sub> : Keamanan berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS pada nasabah Bank Syariah Indonesia.

H<sub>4</sub> : *Brand image* berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS pada nasabah Bank Syariah Indonesia.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Jenis, Lokasi Dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif eksplanasi. Menurut Sugiyono (2018) penelitian eksplanasi adalah penelitian yang dilakukan untuk menemukan penjelasan tentang mengapa suatu kejadian atau gejala terjadi.

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Malang dengan responden nasabah Bank Syariah Indonesia yang berada di Malang.

Waktu penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Juni 2024 sampai dengan Maret 2025.

### **Populasi Dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia yang berada di Kota Malang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Mempertimbangkan kesulitan dalam mengetahui secara tepat total populasi karena tidak semua nasabah BSI di Kota Malang menggunakan layanan BSI *Mobile* maka sampel penelitian menggunakan 108 responden untuk mewakili keseluruhan populasi.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Adapun kriteria responden yang diperlukan penulis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang.
- 2) Menggunakan *Mobile Banking* BSI.
- 3) Pernah melakukan transaksi menggunakan QRIS *mobile* BSI.

### **Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

Variabel penelitian yang digunakan terdiri dari dua jenis yaitu variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah kelancaran (X1), keamanan (X2), dan *brand image* (X3). Adapun variabel dependen penelitian ini adalah penggunaan QRIS pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Malang.

#### **Definisi Operasional**

Definisi operasional variabel merupakan unsur penelitian yang dapat memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel (Sugiyono, 2018).

| No. | Variabel                | Indikator                                                                                                                                                |
|-----|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Kelancaran (X1)         | a. Waktu transaksi<br>b. Kecepatan transaksi<br>c. Efisiensi transaksi<br>d. Ketepatan dalam bertransaksi                                                |
| 2.  | Keamanan (X2)           | a. Keamanan pembayaran seluler<br>b. Keamanan Jaringan<br>c. Keamanan Perangkat                                                                          |
| 3.  | <i>Brand Image</i> (X3) | a. Memiliki citra yang baik<br>b. Dikenal luas<br>c. Dapat diandalkan                                                                                    |
| 4.  | Penggunaan QRIS (Y)     | a. Memiliki rencana menggunakan QRIS<br>b. Terdapat ketertarikan dan keinginan<br>c. Mengetahui kelemahan dan kelebihan<br>d. Konsisten menggunakan QRIS |

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2024

### **Sumber Data**

Data yang relevan dengan pembahasan yang didapat dari sumber utama yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Sumber data primer diperoleh berdasarkan jawaban responden terhadap penyebaran angket kepada para nasabah Bank Syariah di Kota Malang.

### **Metode Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data yang diperhatikan maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data angket kuesioner. Angket merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam menjawab pertanyaan dalam kuesioner, peneliti menggunakan bantuan *skala likert*.

| No. | Simbol | Keterangan          | Bobot Nilai |
|-----|--------|---------------------|-------------|
| 1.  | SS     | Sangat Setuju       | 5           |
| 2.  | S      | Setuju              | 4           |
| 3.  | CS     | Cukup Setuju        | 3           |
| 4.  | TS     | Tidak Setuju        | 2           |
| 5.  | STS    | Sangat Tidak Setuju | 1           |

Sumber: Sugiyono (2018)

### **Analisis Data**

#### **Uji Statistik Deskriptif**

Menurut Sugiyono (2018) teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif, yaitu statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan suatu objek penelitian melalui data sampel atau populasi. Analisis ini digunakan untuk mendapatkan hasil dari distribusi frekuensi jawaban responden melalui angket yang dibagikan oleh peneliti.

#### **Uji Instrumen**

##### **Uji Validitas**

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang dipergunakan untuk mengukur apa yang diukur. Adapun caranya adalah dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing item pertanyaan dengan skor total individu.

- Jika nilai  $R_{hitung} < R_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$ , maka data dikatakan positif.
- Jika nilai  $R_{hitung} > R_{tabel}$  dan nilai signifikan  $> 0,05$ , maka data dikatakan negatif.

##### **Uji Reliabilitas**

Instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2018). Cara yang dipergunakan untuk mengukur reliabilitas dengan rumus *Cronbach Alpha*.

- Jika nilai *Cronbach Alpha*  $< 0,7$ , maka variabel dikatakan tidak reliabel.
- Jika nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,7$ , maka variabel dikatakan reliabel.

##### **Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi yaitu nilai sisa atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal, sehingga apabila variabel tidak berdistribusi normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Metode yang dapat digunakan untuk uji normalitas yaitu metode *Kolmogorov-Smirnov* (Ghozali, 2021).

- Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal.

##### **Uji Asumsi Klasik**

##### **Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antar variabel independen (bebas) dalam model regresi. Menurut Ghozali (2021), multikolinearitas terjadi ketika dua atau lebih variabel memiliki korelasi yang tinggi.

- Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai *VIF*  $< 10$  maka tidak terjadi gejala multikolinieritas pada data.

b) Jika nilai *tolerance* <0,10 dan nilai VIF>10 maka terjadi gejala multikolinieritas pada data.

#### **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk mengetahui ketidaksamaan varians dari residual antar variabel. Model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara melakukan uji heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji *glejser*.

a) Jika nilai signifikan >0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada data.

b) Jika nilai signifikan <0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada data.

#### **Uji Regresi Linear Berganda**

Metode analisis regresi linear berganda digunakan ketika penelitian melibatkan variabel dependen yang memiliki berhubungan dengan dua atau lebih variabel independen (Ghozali, 2021).

Model regresi linear berganda dikatakan baik apabila model tersebut telah memenuhi uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

#### **Uji Hipotesis**

##### **Uji F**

Uji F atau uji statistik simultan digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021).

a) Jika nilai signifikan <0,05 maka variabel independen memiliki pengaruh simultan terhadap variabel dependen.

b) Jika nilai signifikan >0,05 maka variabel independen tidak memiliki pengaruh simultan terhadap variabel dependen.

##### **Uji R<sup>2</sup>**

Uji determinasi R<sup>2</sup> mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2021).

##### **Uji t**

Uji statistik t digunakan untuk menilai seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individu dapat menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2021).

a) Jika nilai signifikan <0,05, maka terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

b) Jika nilai signifikan >0,05, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Statistik Deskriptif**

| Descriptive Statistics  |     |         |         |      |                |
|-------------------------|-----|---------|---------|------|----------------|
|                         | N   | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| Kelancaran (X1)         | 108 | 1       | 5       | 3.97 | 3.735          |
| Keamanan (X2)           | 108 | 1       | 5       | 3.94 | 2.853          |
| <i>Brand Image</i> (X3) | 108 | 1       | 5       | 3.92 | 2.817          |
| Penggunaan QRIS (Y)     | 108 | 1       | 5       | 3.87 | 5.491          |
| Valid N (listwise)      | 108 |         |         |      |                |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui hasil uji statistik deskriptif pada penelitian ini adalah data kuesioner pada variabel kelancaran (X1) dengan jumlah responden

108, memiliki nilai minimum 1, nilai maksimum 5, nilai rata-rata 3.97, dan nilai standar deviasi 3.735, data kuesioner pada variabel keamanan (X2) dengan jumlah responden 108, memiliki nilai minimum 1, nilai maksimum 5, nilai rata-rata 3.94, dan nilai standar deviasi 2.853, data kuesioner pada variabel *brand image* (X3) dengan jumlah responden 108, memiliki nilai minimum 1, nilai maksimum 5, nilai rata-rata 3.92, dan nilai standar deviasi 2.817, dan data kuesioner pada variabel penggunaan QRIS (Y) dengan jumlah responden 108, memiliki nilai minimum 1, nilai maksimum 5, nilai rata-rata 3.87, dan nilai standar deviasi 5.491.

### Uji Instrumen

#### Uji Validitas

| Variabel                | Item Pertanyaan | Jumlah Data | R <sub>Tabel</sub> | R <sub>Hitung</sub> | Keterangan |
|-------------------------|-----------------|-------------|--------------------|---------------------|------------|
| Kelancaran (X1)         | X1.1            | 108         | 0.1874             | 0.781               | Valid      |
|                         | X1.2            | 108         | 0.1874             | 0.883               | Valid      |
|                         | X1.3            | 108         | 0.1874             | 0.905               | Valid      |
|                         | X1.4            | 108         | 0.1874             | 0.836               | Valid      |
|                         | X1.5            | 108         | 0.1874             | 0.917               | Valid      |
|                         | X1.6            | 108         | 0.1874             | 0.900               | Valid      |
| Keamanan (X2)           | X2.1            | 108         | 0.1874             | 0.904               | Valid      |
|                         | X2.2            | 108         | 0.1874             | 0.929               | Valid      |
|                         | X2.3            | 108         | 0.1874             | 0.943               | Valid      |
|                         | X2.4            | 108         | 0.1874             | 0.892               | Valid      |
| <i>Brand Image</i> (X3) | X3.1            | 108         | 0.1874             | 0.856               | Valid      |
|                         | X3.2            | 108         | 0.1874             | 0.901               | Valid      |
|                         | X3.3            | 108         | 0.1874             | 0.904               | Valid      |
|                         | X3.4            | 108         | 0.1874             | 0.892               | Valid      |
| Penggunaan QRIS (Y)     | Y.1             | 108         | 0.1874             | 0.903               | Valid      |
|                         | Y.2             | 108         | 0.1874             | 0.874               | Valid      |
|                         | Y.3             | 108         | 0.1874             | 0.959               | Valid      |
|                         | Y.4             | 108         | 0.1874             | 0.911               | Valid      |
|                         | Y.5             | 108         | 0.1874             | 0.938               | Valid      |
|                         | Y.6             | 108         | 0.1874             | 0.928               | Valid      |
|                         | Y.7             | 108         | 0.1874             | 0.850               | Valid      |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui hasil uji validitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Semua item pertanyaan pada variabel kelancaran (X1) dinyatakan Valid karena memiliki nilai  $R_{Tabel} > R_{Hitung}$  (0.1874), dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
- Semua item pertanyaan pada variabel keamanan (X2) dinyatakan Valid karena memiliki nilai  $R_{Tabel} > R_{Hitung}$  (0.1874), dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima.
- Semua item pertanyaan pada variabel *brand image* (X3) dinyatakan Valid karena memiliki nilai  $R_{Tabel} > R_{Hitung}$  (0.1874), dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima.
- Semua item pertanyaan pada variabel penggunaan QRIS (Y) dinyatakan Valid karena memiliki nilai  $R_{Tabel} > R_{Hitung}$  (0.1874), dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima.

#### Uji Reliabilitas

| Variabel                | Nilai Acuan | Nilai Cronbach's Alpha | Keterangan |
|-------------------------|-------------|------------------------|------------|
| Kelancaran (X1)         | 0.7         | 0.935                  | Reliabel   |
| Keamanan (X2)           | 0.7         | 0.939                  | Reliabel   |
| <i>Brand Image</i> (X3) | 0.7         | 0.916                  | Reliabel   |
| Penggunaan QRIS (Y)     | 0.7         | 0.964                  | Reliabel   |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui hasil uji reliabilitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Semua item pertanyaan variabel kelancaran (X1) dinyatakan Reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $0.935 > 0.7$ . Dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
- Semua item pertanyaan variabel keamanan (X2) dinyatakan Reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $0.939 > 0.7$ . Dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima.
- Semua item pertanyaan variabel *brand image* (X3) dinyatakan Reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $0.916 > 0.7$ . Dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima.
- Semua item pertanyaan variabel penggunaan QRIS (Y) dinyatakan Reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $0.964 > 0.7$ . Dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima.

#### Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                |                 |               |                  |                     |
|------------------------------------|----------------|-----------------|---------------|------------------|---------------------|
|                                    |                | Kelancaran (X1) | Keamanan (X2) | Brand Image (X3) | Penggunaan QRIS (Y) |
| N                                  |                | 108             | 108           | 108              | 108                 |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean           | 3.97            | 3.94          | 3.92             | 3.87                |
|                                    | Std. Deviation | 3.735           | 2.853         | 2.817            | 5.491               |
| Most Extreme Difference            | Absolute       | .392            | .389          | .388             | .390                |
|                                    | Positive       | .200            | .203          | .204             | .184                |
|                                    | Negative       | -.392           | -.389         | -.388            | -.390               |
| Kolmogorov-Smirnov Z               |                | 4.079           | 4.046         | 4.036            | 4.050               |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                | .344            | .193          | .219             | .441                |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui hasil uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* pada penelitian ini adalah variabel kelancaran (X1) dinyatakan normal dengan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 4.079 dan nilai *Asymp. Sig.*  $0.344 > 0.05$  dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, variabel keamanan (X2) dinyatakan normal dengan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 4.046 dan nilai *Asymp. Sig.*  $0.193 > 0.05$  dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, variabel *brand image* (X3) dinyatakan normal dengan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 4.036 dan nilai *Asymp. Sig.*  $0.219 > 0.05$  dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, dan variabel Penggunaan QRIS (Y) dinyatakan normal dengan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 4.050 dan nilai *Asymp. Sig.*  $0.441 > 0.05$  dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima.

#### Uji Asumsi Klasik

##### Uji Multikolinearitas

| Coefficient <sup>a</sup> |                  |                            |            |                          |       |                         |         |
|--------------------------|------------------|----------------------------|------------|--------------------------|-------|-------------------------|---------|
|                          |                  | Unstandardized Coefficient |            | Standardized Coefficient |       | Collinearity Statistics |         |
| Model                    |                  | B                          | Std. Error | Beta                     | t     | Sig.                    | Tolance |
| 1                        | (Constant)       | 4.382                      | 1.360      |                          | 3.221 | .000                    |         |
|                          | Kelancaran (X1)  | .734                       | .128       | .499                     | 5.725 | .000                    | .190    |
|                          | Keamanan (X2)    | .270                       | .183       | .240                     | 3.470 | .000                    | .159    |
|                          | Brand Image (X3) | 1.160                      | .152       | .595                     | 7.629 | .000                    | .237    |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini adalah variabel kelancaran (X1) dinyatakan tidak memiliki gejala multikolinearitas karena memiliki nilai *Tolerance*  $0.190 > 0.10$  dan nilai VIF  $5.271 < 10.00$  dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, variabel keamanan (X2) dinyatakan tidak memiliki gejala multikolinearitas karena memiliki nilai *Tolerance*  $0.159 > 0.10$  dan nilai VIF  $6.294 < 10.00$  dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, dan variabel *brand image* (X3) dinyatakan tidak memiliki gejala multikolinearitas karena memiliki nilai *Tolerance*  $0.237 > 0.10$  dan nilai VIF  $4.221 < 10.00$  dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima.

### Uji Heteroskedastisitas

| Coefficients <sup>a</sup> |                  |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                           |                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |      |
| Model                     |                  | B                           | Std. Error | Beta                      | t     | Sig. |
| 1                         | (Constant)       | 3.982                       | 1.082      |                           | 3.680 | .168 |
|                           | Kelancaran (X1)  | .241                        | .102       | .500                      | .365  | .120 |
|                           | Keamanan (X2)    | .413                        | .146       | .654                      | .830  | .416 |
|                           | Brand Image (X3) | .229                        | .121       | .358                      | .893  | .361 |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini adalah variabel kelancaran (X1) dinyatakan tidak memiliki gejala heteroskedastisitas karena memiliki nilai signifikan  $0.120 > 0.05$  dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, variabel keamanan (X2) dinyatakan tidak memiliki gejala heteroskedastisitas karena memiliki nilai signifikan  $0.416 > 0.05$  dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, dan variabel *brand image* (X3) dinyatakan tidak memiliki gejala heteroskedastisitas karena memiliki nilai signifikan  $0.361 > 0.05$  dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima.

### Uji Regresi Linear Berganda

| Coefficients <sup>a</sup> |                  |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                           |                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |      |
| Model                     |                  | B                           | Std. Error | Beta                      | t     | Sig. |
| 1                         | (Constant)       | 4.328                       | 1.360      | .499                      | 3.221 | .000 |
|                           | Kelancaran (X1)  | .734                        | .128       | .240                      | 5.725 | .000 |
|                           | Keamanan (X2)    | .270                        | .183       | .595                      | 3.470 | .000 |
|                           | Brand Image (X3) | .160                        | .152       |                           | 7.629 | .000 |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui persamaan hasil uji regresi linear berganda pada penelitian ini yaitu:

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

$$Y = 4.382 + 0.499X_1 + 0.240X_2 + 0.595X_3 + e$$

$$(\text{Sig. } 0.000) (\text{Sig. } 0.000) (\text{Sig. } 0.000)$$

Keterangan:

$\alpha$  = 4.382 (Konstanta)

$\beta_1$  = 0.499 (Koefisien Regresi X1)

$X_1$  = 0.000 (Kelancaran)

$\beta_2$  = 0.240 (Koefisien Regresi X2)

$X_2$  = 0.000 (Keamanan)

$\beta_3$  = 0.595 (Koefisien Regresi X3)

$X_3$  = 0.000 (*Brand Image*)

Y = Pengguna QRIS

e = Standar error

### Uji Hipotesis

#### Uji F

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |     |             |        |      |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|--------|------|
| Model              |            | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig. |
| 1                  | Regression | 27.4280        | 3   | 91.426      | 19.634 | .000 |
|                    | Residual   | 48.4270        | 104 | 4.656       |        |      |
|                    | Total      | 32.2707        | 107 |             |        |      |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa hasil uji F pada penelitian ini didapatkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 19.634 dan nilai signifikan  $0.000 < 0.05$ , sehingga variabel kelancaran (X1), keamanan (X2) dan *brand image* (X3) dinyatakan memiliki pengaruh simultan

terhadap variabel penggunaan QRIS (Y). Dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$ ,  $H_2$ , dan  $H_3$  diterima.

#### Uji $R^2$

| Model Summary |      |          |                   |                        |
|---------------|------|----------|-------------------|------------------------|
| Model         | R    | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of Estimate |
| 1             | .922 | .850     | .846              | 2.15788                |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui hasil uji  $R^2$  pada penelitian ini adalah didapatkan nilai *R Square* sebesar 0.850, yang berarti persentase pengaruh variabel kelancaran (X1), keamanan (X2) dan *brand image* (X3) terhadap variabel penggunaan QRIS (Y) yaitu 85,0%. Sementara 15,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

#### Uji t

| Coefficients <sup>a</sup> |                         |                             |            |                           |            |
|---------------------------|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------------|
| Model                     |                         | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |            |
|                           |                         | B                           | Std. Error | Beta                      |            |
| 1                         | (Constant)              | 4.328                       | 1.360      | .499                      | 3.221 .000 |
|                           | Kelancaran (X1)         | .734                        | .128       | .240                      | 5.725 .000 |
|                           | Keamanan (X2)           | .270                        | .183       | .595                      | 3.470 .000 |
|                           | <i>Brand Image</i> (X3) | .160                        | .152       |                           | 7.629 .000 |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui hasil uji t pada penelitian ini yaitu:

##### a) Pengaruh kelancaran (X1) terhadap penggunaan QRIS (Y)

Pada penelitian ini didapatkan nilai signifikan dari variabel kelancaran (X1) sebesar  $0.000 < 0.05$ , dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap variabel penggunaan QRIS (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian milik Rayani (2024) dengan hasil yang sama yakni variabel kelancaran dan keamanan memiliki pengaruh positif baik secara simultan maupun parsial terhadap minat penggunaan QRIS di aplikasi *e-wallet*.

Hal tersebut menunjukkan bahwa jika semakin tinggi kelancaran sistem *Mobile BSI*, maka semakin tinggi juga penggunaan QRIS dalam bertransaksi. Sebaliknya, jika semakin rendah kelancaran sistem *Mobile BSI*, maka semakin rendah juga penggunaan QRIS dalam bertransaksi.

##### b) Pengaruh keamanan (X2) terhadap penggunaan QRIS (Y)

Pada penelitian ini didapatkan nilai signifikan dari variabel keamanan (X2) sebesar  $0.000 < 0.05$ , dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, yang berarti secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap variabel penggunaan QRIS (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya seperti penelitian milik Atikah (2023) dengan hasil yang sama yakni persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, dan *brand image* memiliki pengaruh positif baik secara simultan maupun parsial terhadap minat dalam menggunakan media pembayaran berbasis QRIS, penelitian milik Sabila (2023) dengan hasil yang sama yakni variabel kepercayaan, keamanan, dan kenyamanan memiliki pengaruh positif baik secara simultan maupun parsial terhadap minat bertransaksi menggunakan finansial teknologi QRIS, dan penelitian milik Rayani (2024) dengan hasil yang sama yakni variabel kelancaran dan keamanan memiliki pengaruh positif baik secara simultan maupun parsial terhadap minat penggunaan QRIS di aplikasi *e-wallet*.

Hal tersebut menunjukkan bahwa jika semakin tinggi keamanan sistem *Mobile BSI*, maka semakin tinggi juga penggunaan QRIS dalam bertransaksi. Sebaliknya, jika semakin

rendah keamanan sistem *Mobile BSI*, maka semakin rendah juga penggunaan QRIS dalam bertransaksi.

c) Pengaruh *brand image* (X3) terhadap penggunaan QRIS (Y)

Pada penelitian ini didapatkan nilai signifikan dari variabel *brand image* (X3) sebesar  $0.000 < 0.05$ , dengan hasil hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, yang berarti secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap variabel penggunaan QRIS (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya seperti penelitian milik Atikah (2023) dengan hasil yang sama yakni persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, dan *brand image* memiliki pengaruh positif baik secara simultan maupun parsial terhadap minat dalam menggunakan media pembayaran berbasis QRIS, dan penelitian milik Edbert (2023) dengan hasil yang sama yakni persepsi kemudahan penggunaan dan *brand image* memiliki pengaruh positif baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan konsumen melakukan pembayaran menggunakan QRIS.

Hal tersebut menunjukkan bahwa jika semakin tinggi *brand image* sistem *Mobile BSI*, maka semakin tinggi juga penggunaan QRIS dalam bertransaksi. Sebaliknya, jika semakin rendah *brand image* sistem *Mobile BSI*, maka semakin rendah juga penggunaan QRIS dalam bertransaksi.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kelancaran (X1), keamanan (X2), dan *brand image* (X3) terhadap penggunaan QRIS (Y) pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang berada di Kota Malang yang menggunakan QRIS *Mobile Banking* BSI dengan melakukan analisis regresi linier berganda. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 108 responden yang memiliki kriteria yaitu sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dan sering melakukan transaksi menggunakan QRIS *Mobile Banking* BSI.

Hasil uji F menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai signifikan  $0.000 < 0.05$ , hal ini menunjukkan bahwa variabel kelancaran (X1), keamanan (X2), dan *brand image* (X3) memiliki pengaruh secara simultan terhadap penggunaan QRIS (Y) pada nasabah BSI yang berada di Kota Malang.

Hasil uji  $R^2$  menunjukkan bahwa persentase variabel kelancaran (X1), keamanan (X2), dan *brand image* (X3) mampu menjelaskan 85,0 % variasi dari pengguna QRIS (Y) pada nasabah BSI yang berada di Kota Malang. Sedangkan 15,0% sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Hasil uji t semua variabel memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa variabel kelancaran (X1), keamanan (X2), dan *brand image* (X3) memiliki pengaruh secara parsial terhadap penggunaan QRIS (Y) pada nasabah BSI yang berada di Kota Malang

### **Keterbatasan**

Terdapat beberapa keterbatasan dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

- 1) Pengisian kuesioner pada penelitian ini dilaksanakan secara *online* yaitu melalui *google form*, sehingga peneliti tidak bertemu dengan responden secara langsung.
- 2) Hasil jawaban dari pengisian *google form* belum tentu diisi secara jujur dan sesuai dengan kondisi responden, sehingga data penelitian belum tentu menunjukkan kondisi yang sebenarnya.
- 3) Responden yang digunakan hanya nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI), sehingga belum tentu hasil penelitian akan merepresentasikan responden dari nasabah bank lainnya.
- 4) Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel independen yaitu kelancaran, keamanan, dan *brand image*. Sedangkan masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi penggunaan QRIS yang tidak peneliti gunakan.

### **Saran**

Berdasarkan keterbatasan yang telah dipaparkan di atas maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- 1) Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan wawancara secara terbuka atau menyebarkan kuesioner secara langsung sehingga dapat bertemu responden secara langsung.
- 2) Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menghimbau responden agar kuesioner diisi secara jujur sesuai kondisi masing-masing responden.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan responden penelitian lain seperti nasabah dari bank lain, mahasiswa pada kota atau provinsi tertentu yang memiliki latar belakang nasabah dari bank yang berbeda, pelaku UMKM, serta masih banyak pilihan responden yang bisa dipilih dan jangkauannya lebih luas. Sebab pada penelitian ini responden yang digunakan hanya nasabah BSI pada Kota Malang.
- 4) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain baik independen, moderasi, mediasi maupun variabel kontrol yang kemungkinan dapat mempengaruhi penggunaan QRIS.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adinata, W., Rusylda, E., Saraswati, H., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Terhadap Kepuasan Nasabah. *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(2), 94–108. <https://journal.csspublishing/index.php/business>.
- Andi. (2020). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Atikah, Lulu. 2023. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, dan Brand Image Terhadap Minat Dalam Menggunakan Media Pembayaran Berbasis QRIS yang Dilakukan Gen Z. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 1(9)18-31.
- Ghozali, I. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Rayyani. 2024. Pengaruh Kelancaran dan Keamanan Bertransaksi Sebagai Pengganti Pembayaran Tunai Terhadap Minat Penggunaan QRIS di Aplikasi E-Wallet. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 3(3) 29-38.
- Sabila, S. A. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, dan Kenyamanan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Teknologi QRIS Pada Aplikasi BSI Mobile Banking (Studi Empiris Pada Nasabah BSI Purwokerto). *Skripsi*. [http://repository.uinsaizu.ac.id/20943/1/Sasti\\_Amar\\_Sabila\\_PENGARUH\\_KEPERCAYAAN%2C\\_KEAMANAN\\_DAN\\_KENYAMANAN.pdf](http://repository.uinsaizu.ac.id/20943/1/Sasti_Amar_Sabila_PENGARUH_KEPERCAYAAN%2C_KEAMANAN_DAN_KENYAMANAN.pdf)
- Samsul, Muslimin, S., & Jafar, W. (2022). Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS BSI Mobile. *Journal of Islamic Economics*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.37146/ajie>
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3). *Manajemen Bisnis*, 17(2), 287–297.
- Sudirman, Acai. (2014). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Jakarta: Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto. (2022). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan QRIS Sebagai Metode Pembayaran Pada Masa Pandemi. *Indonesian Scientific Journal of Islamic Finance*, 1(1) 1-21.
- Suwanto, Ruharjo. (2017). *Keamanan Basis Data Relasional*. Yogyakarta: Andi.

Warisno. 2023. Pengaruh Manfaat Ekonomi, Kelancaran Transaksi, Kegunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Penggunaan Berkelanjutan Pada Tokocash di Surabaya. Jurnal Ekonomi. 11(4) 142-156.