

PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN NON-TUNAI DAN HARGA PRODUK TERHADAP MINAT KONSUMEN (Studi kasus Bukit Coffee Kabawetan)

Wini Sascia^{1*}, Lizvan M. Sitorus², Novriza Wahyu Ardiansyah³

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pat Petulai, Jl. Basuki Rahmat
No. 10 Dwi Tunggal, Curup, Bengkulu, Indonesia.

*Email: winisascia@gmail.com

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan ekonomi digital tercepat di Asia Tenggara, ditandai dengan meningkatnya penggunaan perangkat mobile dan transaksi digital, termasuk dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sistem pembayaran non-tunai (seperti QRIS dan e-wallet) dan harga produk terhadap minat konsumen di Bukit Coffee Kabawetan, sebuah usaha pengolahan kopi lokal premium di Kabupaten Kepahiang, Bengkulu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Sampel diambil secara purposive sampling dari populasi konsumen Bukit Coffee yang melakukan pembelian berulang dan pernah menggunakan metode pembayaran non-tunai, dengan jumlah responden sebanyak 83 orang. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa sistem pembayaran non-tunai berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dengan nilai koefisien 0.453 dan signifikansi 0.000. Demikian pula, variabel harga produk juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dengan nilai koefisien 0.263 dan signifikansi 0.008. Secara simultan, kedua variabel ini terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap minat konsumen, yang mengindikasikan bahwa kemudahan transaksi digital dan harga yang sesuai mampu meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk kopi lokal. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi pelaku UMKM dalam merancang strategi pemasaran berbasis teknologi dan penentuan harga yang kompetitif untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: pembayaran non-tunai, harga produk, minat konsumen, UMKM.

ABSTRACT

Indonesia is one of the countries with the fastest growing digital economy in Southeast Asia, marked by the increasing use of mobile devices and digital transactions, including in the Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) sector. This study aims to analyze the effect of non-cash payment systems (such as QRIS and e-wallet) and product prices on consumer interest in Bukit Coffee Kabawetan, a premium local coffee processing business in Kepahiang Regency, Bengkulu. This study uses a quantitative approach with a descriptive method. Samples were taken by purposive sampling from the Bukit Coffee consumer population who made repeat purchases and had used non-cash payment methods, with a total of 83 respondents. The results of multiple linear regression analysis show that the non-cash payment system has a positive and significant effect on consumer interest with a coefficient value of 0.453 and a significance of 0.000. Likewise, the product price variable also shows a positive and significant effect on consumer interest with a coefficient value of 0.263 and a significance of 0.008. Simultaneously, these two variables are proven to have a significant effect on consumer interest, indicating that the ease of digital transactions and appropriate prices can increase consumer buying interest in local coffee products. These findings provide important implications for UMKM in designing technology-based marketing strategies and competitive pricing to reach a wider market.

Keywords: non-cash payments, product prices, consumer interest, UMKM.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu Negara di Asia Tenggara dengan pertumbuhan ekonomi digital paling cepat. Ini dapat dilihat dari jumlah pengguna mobile telepon di Indonesia yang melebihi jumlah penduduk; 133.3% dari angka populasi total 277 juta, atau sama dengan 370.1 juta mobile telepon yang terhubung dengan internet. Selain itu, jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 204.7 juta orang atau setara dengan 73.7% dari jumlah penduduk. Begitu juga, 68.9% di antaranya aktif di media sosial. Saat ini, hampir semua kegiatan dapat dilakukan dengan lebih mudah dengan bantuan teknologi, seperti pembayaran digital untuk proses transaksi jual beli. (Ina Liswaty et al, 2023)

Sistem Pembayaran Uang Elektronik di Indonesia sedang mengalami evolusi dengan teknologi yang terus berkembang dan memiliki standar yang tinggi. Hal ini membuat para penyedia dan pengguna sistem pembayaran uang elektronik untuk secara berkala melakukan optimasi layanan yang diberikan dalam sistem pembayaran, agar lebih mudah digunakan oleh konsumen di masa depan. (Srikaningsih, 2020). Karena adanya kemajuan teknologi di bidang pembayaran digital, sekarang ini telah hadir layanan baru bernama dompet digital sebagai pengganti uang elektronik. Dengan dompet digital ini, pengguna dapat menaruh jumlah dana pada handphone mereka. (Saputri, 2020). Kita dapat mencari petunjuk mengenai penggunaan uang elektronik melalui Aturan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) yang ditetapkan.

Usaha Pengolahan kopi merupakan sebuah tempat usaha agroindustri atau pengolahan kopi yang bergerak dalam bidang jasa pertanian, yang menawarkan jasa perendangan atau penyangraian dan penggilingan kopi. Usaha perendangan dan penggilingan kopi ini termasuk usaha yang menjadi jasa atau sistem pendukung (supporting system) dari agribisnis kopi. Dengan adanya usaha ini, pengusaha kopi bubuk merasa lebih praktis dan gampang karena tinggal membayar upah atas jasa penyangraian dan penggilingan kopi, dan juga dapat meningkatkan kualitas dari kopi bubuk karena lebih terkontrol dalam merendang dan menggiling kopi (Kementerian perindustrian Republik Indonesia, 2017).

Pengolahan kopi merupakan suatu peluang bisnis atau usaha yang di dalamnya tidak terlepas dari aspek keuangan. Sebagai suatu bisnis atau usaha, usaha perendangan dan penggilingan kopi ini tentu mengharapkan akan memperoleh keuntungan. Setiap pengusaha yang menjalankan kegiatan usahanya tentu mengharapkan agar usahanya dapat memperoleh keuntungan yang besar serta adanya keberlanjutan atau perkembangan dari usaha. Keuntungan atau laba usaha merupakan sebuah alat untuk mengukur keberhasilan dalam suatu usaha (Rahardi, dkk, 2019).

Usaha pengolahan kopi, khususnya dalam bentuk kopi bubuk, semakin berkembang seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Salah satu aspek penting dalam perkembangan ini adalah keterkaitan antara sistem pembayaran non tunai, penentuan harga produk, dan minat konsumen. Sistem pembayaran non tunai seperti *QRIS*, *e-wallet*, dan transfer bank memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi secara cepat dan praktis, sehingga mendorong peningkatan penjualan. Pelaku usaha pun dapat menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk konsumen milenial dan urban yang terbiasa dengan metode pembayaran digital. Dalam hal penentuan harga, pelaku usaha perlu menyesuaikan antara kualitas produk, biaya produksi, dan daya beli konsumen. Penggunaan sistem digital juga memungkinkan transparansi harga dan memudahkan konsumen dalam membandingkan produk. Sementara itu, minat konsumen terhadap kopi bubuk lokal terus meningkat, terutama jika produk tersebut memiliki nilai tambah seperti kemasan menarik, sertifikasi halal atau organik, serta narasi asal-usul kopi yang kuat. Dengan adanya sistem pembayaran non tunai yang terintegrasi, konsumen merasa lebih nyaman dan aman dalam berbelanja, yang secara tidak langsung meningkatkan loyalitas dan frekuensi pembelian.

Bukit Coffee, merupakan sebuah usaha pengolahan kopi yang terletak di Desa Bukit Sari, Kecamatan Kabawetan, Kabupaten Kepahiang, Provinsi Bengkulu. Wilayah Kabawetan dikenal

sebagai salah satu sentra produksi kopi unggulan di Bengkulu, dengan kondisi geografis yang mendukung pertumbuhan tanaman kopi, terutama kopi arabika. Bukit Coffee sendiri berada di dataran tinggi dengan iklim sejuk dan tanah yang subur, menjadikannya lokasi yang ideal untuk budidaya dan pengolahan kopi berkualitas. Bukit Coffee dimiliki dan dikelola oleh Bapak Jalil, seorang pelaku usaha kopi yang telah lama berkecimpung di industri ini.

Kopi lokal dari Rejang Lebong, khususnya jenis Arabika dan Robusta, banyak diminati karena memiliki cita rasa khas yang menggambarkan karakter kuat daerah pegunungan di Bengkulu. Keunggulan geografis Rejang Lebong, yang terletak di dataran tinggi dengan iklim sejuk dan tanah vulkanik subur, menciptakan kondisi ideal untuk pertumbuhan kopi berkualitas tinggi. Kopi Arabika dari wilayah ini dikenal memiliki keasaman seimbang dengan aroma floral dan rasa yang kompleks, sementara kopi Robusta-nya memiliki karakter rasa yang lebih kuat, dengan body yang tebal dan kadar kafein yang lebih tinggi, cocok bagi penikmat kopi dengan selera kuat. Selain itu, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya mendukung produk lokal turut mendorong popularitas kopi Rejang Lebong, baik di pasar domestik maupun internasional. Dukungan dari petani lokal yang terus meningkatkan kualitas pengolahan pascapanen juga menjadi faktor penting dalam menjaga daya saing dan minat terhadap kopi khas daerah ini.

Berdasarkan hasil observasi pra-penelitian, menurut Bapak Jalil selaku pemilik usaha, Bukit Coffee Kabawetan merupakan usaha yang bergerak dibidang pengolahan kopi premium atau petik merah, di daerah Kecamatan Kabawetan belum banyak yang bergerak dibidang usaha ini sehingga peluang besar untuk mendirikan usaha karena tidak adanya pesaing yang signifikan. Penggunaan sistem pembayaran non-tunai di Bukit Coffee Kabawetan menjadi daya tarik tambahan bagi konsumen, terutama ketika dikombinasikan dengan strategi harga yang kompetitif dan sesuai dengan selera pasar. Sistem pembayaran non-tunai ini disediakan sejak tahun 2021 menggunakan transfer via bank, hal ini berdasarkan kebutuhan konsumen karena banyak dari konsumen Bukit Coffee yang berasal dari luar daerah, Transaksi non-tunai tentunya menambah pendapatan hal ini sejalan karena transaksi non-tunai bisa meningkatkan hasil penjualan dan meningkatkan minat beli konsumen terkhusus konsumen dari luar kota yang tidak bisa datang untuk berbelanja langsung. Berikut adalah data penjualan Bukif Coffee. Sistem pembayaran non-tunai, seperti QRIS, kartu debit, dan e-money, telah terbukti meningkatkan efisiensi transaksi dan mempercepat proses pembayaran. Menurut penelitian oleh Siti Aminah Nasution dan Muhammad Yafiz (2019), penerapan sistem pembayaran non-tunai di UMKM Sipirok pada masa pandemi COVID-19 menunjukkan peningkatan pendapatan yang signifikan. Hal ini disebabkan oleh kemudahan transaksi yang ditawarkan, yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembayaran dengan cepat dan aman, tanpa perlu membawa uang tunai.

Selain itu, sistem pembayaran non-tunai juga mempermudah pencatatan transaksi secara otomatis, yang membantu pemilik usaha dalam mengelola keuangan dan memantau arus kas secara real-time. Penelitian oleh Firmansyah Putra (2020), menunjukkan bahwa sistem pembayaran non-tunai memiliki pengaruh positif terhadap keuangan UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Sedati Sidoarjo, karena memudahkan pencatatan dan pengelolaan keuangan. Namun demikian, sistem pembayaran tunai tetap memiliki keunggulan dalam beberapa aspek. Pembayaran non-tunai dan harga produk merupakan dua variabel penting yang diyakini memiliki pengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam memilih produk, termasuk di sektor usaha mikro seperti kafe lokal Bukit Coffee Kabawetan. Dalam konteks pembayaran non-tunai, meskipun sistem ini menawarkan berbagai kemudahan seperti efisiensi transaksi, keamanan, dan pencatatan otomatis, penerapannya tetap menghadapi tantangan, terutama bagi konsumen yang belum terbiasa atau tidak memiliki akses ke layanan perbankan digital.

Sementara itu, harga produk menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian, di mana konsumen cenderung mempertimbangkan keseimbangan antara kualitas dan keterjangkauan harga. Di Bukit Coffee Kabawetan, meski sistem pembayaran non-tunai telah diterapkan, masih terbatas penelitian yang mengkaji sejauh mana metode ini berdampak

terhadap minat konsumen. Demikian pula, pengaruh harga produk terhadap ketertarikan konsumen belum banyak diteliti secara mendalam. Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian yang secara komprehensif menelaah hubungan antara metode pembayaran non-tunai, harga produk, dan minat konsumen, guna memberikan dasar yang lebih kuat bagi strategi pemasaran dan pengembangan usaha kopi lokal.

Berdasarkan pemaparan diatas maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Sistem Pembayaran Nontunai dan Harga Produk Terhadap Minat Konsumen Di Bukit Coffee Kabawetan”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh sistem pembayaran non-tunai (*Q-Ris, E-Wallet*) terhadap minat konsumen di Bukit Coffee Kabawetan, untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap minat konsumen di Bukit Coffee Kabawetan serta untuk mengkaji pengaruh sistem pembayaran non-tunai (*Q-Ris, E-Wallet*) dan harga produk secara simultan terhadap minat konsumen di Bukit Coffee Kabawetan.

METODE PENELITIAN

Jenis dan desain penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, karena gejala hasil penelitian ini berwujud data, diukur dan dikonversikan dahulu dalam bentuk angka-angka, dikualifikasikan dan dianalisis menggunakan statistik. Pendekatan kuantitatif metode deskriptif, yaitu metode yang diarahkan untuk memecahkan masalah dengan cara memaparkan atau menggambarkan apa adanya hasil penelitian (Sugiyono, 2022). Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel Independent (bebas) yaitu Sistem Pembayaran Non-Tunai (X1) dan Harga Produk (X2) terhadap Variabel dependen (terikat) yaitu Minat Konsumen (Y). Penelitian ini dilakukan di Bukit Coffee Kabawetan yang berlokasi di Desa Buki Sari, Kecamatan Kabawetan, Kabupaten Kepahiang. Penelitian ini akan dilaksanakan dari penyusunan proposal sampai terbentuknya laporan penelitian. Dalam suatu penelitian, populasi dan sampel memiliki peran penting dalam menentukan validitas hasil yang diperoleh. Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan tujuan penelitian, sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan objek penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Bukit Coffee Kabawetan, maka populasi yaitu dimana konsumen yang melakukan pembelian produk secara berulang di Bukit Coffee Kabawetan sejak 2020 – 2024 sebanyak 495 orang. Sampel dalam penelitian ini dipilih menggunakan metode purposive sampling, Purposive sampling dipilih karena teknik ini memungkinkan peneliti untuk secara sengaja memilih individu atau kelompok yang dianggap paling relevan dan memiliki informasi yang mendalam sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini sangat cocok digunakan dalam penelitian kuantitatif, studi kasus, atau ketika peneliti ingin fokus pada subjek tertentu yang memiliki karakteristik khusus. Dari populasi tersebut, penentuan jumlah sampel ini menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan sebesar 10% (Sugiyono, 2020). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik survei melalui penyebaran kuesioner. Responden penelitian adalah pelanggan Bukit Coffee Kabawetan dengan populasi sebanyak 495 orang.

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

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = populasi (495 responden)

e = tingkat kesalahan (10% atau 0,10)

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan adalah 83 responden. Berdasarkan rumus slovin tersebut, sampel yang dihasilkan sebanyak 83 responden. Maka sampel dalam

penelitian ini yaitu konsumen yang melakukan pembelian produk Bukit Coffee Kabawetan kepahiang sebanyak 83 orang konsumen.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi digunakan untuk mengamati langsung aktivitas transaksi non-tunai serta interaksi konsumen dengan sistem pembayaran di Bukit Coffee Kabawetan. Observasi ini dilakukan untuk memperoleh data mengenai perilaku konsumen dalam menggunakan sistem pembayaran non-tunai dan bagaimana pengaruhnya terhadap minat beli mereka (Sugiyono, 2022). Penelitian ini menggunakan angket (google form). kuesioner yang disebarakan kepada konsumen Bukit Coffee Kabawetan guna mengukur minat beli mereka terhadap produk yang dijual, baik yang menggunakan sistem pembayaran non-tunai maupun tunai. Kuesioner berisi pertanyaan tertutup dengan skala Likert untuk mengukur variabel independen dan dependen (Riduwan, 2020).

Menurut Sugiyono (2019), skala Likert adalah jenis skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu. Skala ini menyajikan pernyataan atau item yang mewakili topik penelitian, dan responden diminta untuk menyatakan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap setiap pernyataan dengan penggunaan Skala 1 - 5 . Skala ini dapat digunakan untuk mengukur pengaruh sistem pembayaran non-tunai dan harga produk terhadap minat konsumen di Bukit Coffee Kabawetan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisa kuantitatif dimana dalam menganalisis penelitian yang mana menggunakan statistika dalam mengeola dari data yang hasil penulis yang akan di lakukan dengan beberapa tahapan, yaitu uji prasyarat, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis yang semuanya dianalisa menggunakan aplikasi *SPSS 25 For Windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berlokasi di Bukit Coffee, sebuah usaha pengolahan kopi yang terletak di Desa Bukit Sari, Kecamatan Kabawetan, Kabupaten Kepahiang, Provinsi Bengkulu. Wilayah Kabawetan dikenal sebagai salah satu sentra produksi kopi unggulan di Bengkulu, dengan kondisi geografis yang mendukung pertumbuhan tanaman kopi, terutama kopi arabika. Bukit Coffee sendiri berada di dataran tinggi dengan iklim sejuk dan tanah yang subur, menjadikannya lokasi yang ideal untuk budidaya dan pengolahan kopi berkualitas. Bukit Coffee dimiliki dan dikelola oleh Bapak Jalil, seorang pelaku usaha kopi yang telah lama berkecimpung di industri ini. Usaha ini tidak hanya berfokus pada pengolahan kopi dari hulu ke hilir, tetapi juga berperan dalam mengembangkan potensi lokal dan meningkatkan kesejahteraan petani kopi di sekitarnya. Bukit Coffee menawarkan berbagai produk olahan kopi, seperti kopi bubuk, kopi luwak, dan kopi arabika murni. Selain itu, mereka juga menyediakan layanan roasting kopi, baik untuk kebutuhan sendiri maupun untuk pihak ketiga.

Secara operasional, Bukit Coffee memanfaatkan teknologi pengolahan yang cukup modern namun tetap mempertahankan sentuhan tradisional dalam beberapa proses, seperti penjemuran dan sortasi biji kopi secara manual. Hal ini dilakukan untuk menjaga cita rasa khas dan kualitas produk akhir. Proses produksi dilakukan dengan memperhatikan standar kebersihan dan kualitas, mulai dari pemilihan biji, proses fermentasi, penyangraian (roasting), hingga pengemasan. Dengan lokasinya yang strategis dan sumber daya alam yang mendukung, Bukit Coffee menjadi salah satu contoh usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang sukses memadukan kearifan lokal dengan inovasi dalam industri kopi. Penelitian di lokasi ini penting untuk memahami praktik terbaik dalam pengolahan kopi, serta tantangan dan peluang yang dihadapi pelaku usaha kopi di daerah dataran tinggi seperti Kabawetan.

Gambaran Umum Identitas Responden

Berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden mengenai sistem pembayaran non-tunai dan harga produk terhadap minat konsumen Bukit *Coffee* Kabawetan, diperoleh informasi tentang data identitas responden sebanyak 83 responden. Penyajian data mengenai identitas responden ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang keadaan data individu, yang

meliputi jenis kelamin, usia dan pendidikan terakhir dapat dijelaskan pada tabel tabel berikut ini :

Tabel 1. Responden Berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	30	36%
Perempuan	53	64%
Jumlah Total	83	100%

Sumber : Data Primer yang diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa data responden mengenai sistem pembayaran non-tunai dan harga produk terhadap minat konsumen Bukit Coffee Kabawetan adalah laki laki dengan jumlah 30 responden (36%) sedangkan perempuan sebanyak 53 responden (64%) dengan total keseluruhan sebanyak 83 responden (100%).

Tabel 2. Responden Berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Persentase
21-30 Tahun	55	66%
31-40 Tahun	24	29%
Diatas 40 Tahun	4	5%
Jumlah Total	83	100%

Sumber : Data Primer yang diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa banyaknya responden dengan usia 21-30 tahun adalah 55 responden (66%), responden dengan usia 31-40 tahun sebanyak 24 responden (29%), responden dengan usia diatas 40 tahun sebanyak 4 responden (5%).

Tabel 3. Responden Berdasarkan pendidikan terakhir

Jenjang Pendidikan	Jumlah	Persentase
S2/S3	1	1%
D3/S1	45	54%
SMA/SMK	34	41%
SD/SMP	2	2%
Lain-lain	1	1%
Jumlah Total	83	100%

Sumber : Data Primer yang diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa responden dengan pendidikan S2/S3 sebanyak 1 responden (1%), D3/S1 sebanyak 45 responden (54%), SMA/SMK sebanyak 34 responden (41%), SD/SMP sebanyak 2 responden (2%) dan Lain-lain sebanyak 1 responden (1%).

Analisis Kuantitatif

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2017).

a. Item valid bila $r_{hitung} > r_{tabel}$

b. Item tidak valid bila $r_{hitung} < r_{tabel}$

dimana : $Df = n-2$ (100-2), Level of Signifikan = 0.01, $r_{tabel} = 0.256$

Tabel 4. Uji Validitas

Variabel	Indicator	r hitung	r tabel	Keterangan
Pembayaran Non-tunai (X1)	X1.1	0.909	0.2565	Valid
	X1.2	0.927	0.2565	Valid
	X1.3	0.924	0.2565	Valid

	X1.4	0.935	0.2565	Valid
Harga Produk (X2)	X2.1	0.947	0.2565	Valid
	X2.2	0.945	0.2565	Valid
	X2.3	0.926	0.2565	Valid
	X2.4	0.915	0.2565	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y1)	Y1.1	0.851	0.2565	Valid
	Y1.2	0.932	0.2565	Valid
	Y1.3	0.919	0.2565	Valid
	Y1.4	0.914	0.2565	Valid

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2025 (output SPSS V.2.5)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pernyataan atau indikator variabel pembayaran non-tunai, harga produk, kepuasan pelanggan dinyatakan valid karena dari korelasi antara hasil jawaban responden pada tiap item pernyataan atau indikator dengan skor total didapat hasil yang signifikan, yaitu r hitung $>$ r tabel. Dengan tingkat signifikan 0.01 dan r table = 0.2565.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 2.5 yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic *Cronbach Alpha* (α). Suatu kuesioner atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0.7 sehingga semua variabel penelitian adalah reliabel.

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar reliabel	Keterangan
Pembayaran Non-tunai (X1)	0.907	0.7	Reliabel
Harga Produk (X2)	0.932	0.7	Reliabel
Minat Konsumen (Y)	0.882	0.7	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2025 (output SPSS V.2.5)

Berdasarkan tabel diatas hasil pengujian reliabilitas diatas, dapat dijelaskan bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0.7 sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan oleh variabel pembayaran non-tunai, harga produk, kepuasan pelanggan dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas, keduanya terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal (Ghozali, 2018). Untuk melihat normal atau tidaknya data dilakukan dengan menggunakan uji statistic yaitu uji *Kolmogroff-Smirnov*, dengan nilai signifikansi 5% atau 0.05, jika nilai dari hasil uji signifikansi lebih dari 0.05 maka data tersebut berdistribusi normal, namun jika hasil uji signifikansinya kurang dari 0.05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Dari hasil uji normalitas yang ditunjukkan pada tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi pada uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* sebesar $0,200 >$ $0,05$. Yang menandakan nilai ini lebih besar dari batas signifikansi yang umum digunakan, yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data residual tidak berbeda secara signifikan dari distribusi normal. Dengan kata lain, residual dalam model regresi tersebut berdistribusi normal, yang berarti salah satu asumsi klasik dalam analisis regresi linear telah terpenuhi. Normalitas residual penting untuk memastikan bahwa estimasi parameter

regresi bersifat tidak bias dan efisien, serta agar hasil pengujian statistik yang dilakukan menjadi valid dan dapat dipercaya.

4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent. Namun jika terjadi korelasi maka terdapat masalah multikolinearitas. Untuk melihat bahwa diantara variabel independent tidak terjadi multikolinearitas. Berdasarkan hasil analisis korelasi antar variabel independen, terlihat bahwa variabel Harga Produk (X1) memiliki korelasi dengan variabel Non-tunai (X2) sebesar -0,003. Nilai korelasi ini sangat kecil dan jauh di bawah ambang batas multikolinearitas, yaitu 0,90, yang umumnya digunakan sebagai acuan dalam penelitian regresi. Korelasi yang rendah ini menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut sangat lemah dan tidak saling memengaruhi secara signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model. Hal ini penting karena ketiadaan multikolinearitas mengindikasikan bahwa setiap variabel bebas dalam model regresi memberikan kontribusi informasi yang unik dan tidak saling tumpang tindih, sehingga hasil estimasi model menjadi lebih valid dan dapat diandalkan.

5. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan *variance* dari suatu residual ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas menunjukkan penyebaran variabel bebas. Penyebaran yang acak menunjukkan model regresi yang baik, maka disebut homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Pembayaran Non-tunai (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,356, sedangkan variabel Harga Produk (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,430. Kedua nilai signifikansi tersebut lebih besar dari batas signifikansi yang umum digunakan, yaitu 0,05. Berdasarkan kriteria tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas merupakan kondisi di mana varians dari residual tidak konstan pada setiap nilai variabel independen, yang dapat mengganggu validitas estimasi parameter regresi. Karena nilai signifikansi dari kedua variabel berada di atas 0,05, maka residual dalam model dianggap memiliki varians yang konstan (homoskedastik), sehingga asumsi klasik regresi linear terpenuhi. Ini menunjukkan bahwa model regresi layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut karena tidak terdapat pelanggaran terhadap asumsi homoskedastisitas.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent yaitu pembayaran non-tunai dan harga produk terhadap variabel dependen yaitu minat konsumen.

Berdasarkan tabel hasil analisa dapat dilihat dari nilai konstanta sebesar 0.954 dan untuk pembayaran non-tunai (nilai B) sebesar 0.453 sementara harga produk (nilai B) sebesar 0.263. sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \mu$$

$$Y = 0.954 + 0.453 X_1 + 0.263 X_2 + \mu$$

Persamaan regresi linear berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Nilai konstanta minat konsumen (Y) sebesar 0.954 yang menyatakan jika variabel pembayaran non-tunai (X1), harga produk (X2) bernilai tetap atau dianggap konstan, maka variabel (Y) memiliki nilai sebesar 0.954.
- b) Koefisien regresi pembayaran non-tunai (X1) sebesar 0.453 artinya jika variabel independent lain nilainya tetap dan pembayaran non-tunai (X1) ditingkatkan sebesar satu satuan, maka variabel minat konsumen (Y) mengalami peningkatan sebesar 0.453 satuan. Pembayaran non-tunai perlu ditingkatkan dengan memperhatikan penggunaan non-tunai apakah ada pengguna jasa ataupun konsumen yang kesulitan dalam menggunakan non-tunai. Nilai konstanta non-tunai lebih tinggi dikarenakan kebanyakan responden yang

menaruh keinginan kuat pada pengoptimalan penerapan pembayaran ini karena selain memudahkan juga dapat menjangkau konsumen dari tempat yang lebih luas.

- c) Koefisien regresi harga produk (X2) sebesar 0.263 artinya jika variabel independent lain nilainya tetap dan harga produk (X2) ditingkatkan sebesar satu satuan, maka variabel minat konsumen (Y) mengalami peningkatan sebesar 0.263 satuan. Harga produk perlu dilakukan kesesuaian harga serta harga yang terjangkau dengan menggunakan pembayaran non-tunai .
- d) Miu (μ) adalah variabel yang tidak terdeteksi atau diluar variabel yang tidak diteliti.

7. Uji Hipotesis

Uji t adalah pengujian signifikan parsial atau individual yang digunakan untuk menganalisis apakah variabel independent secara individual mempengaruhi variabel dependen Uji t dapat diketahui dengan cara membandingkan antara t hitung dan t tabel.

Berdasarkan hasil uji t dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Hasil pengujian diperoleh nilai t hitung untuk variabel pembayaran non-tunai (X1) menunjukkan nilai t hitung = 5.171 dengan tingkat signifikansi 0.000 dengan menggunakan batas signifikansi 0.05, nilai t tabel dengan $df = n-k-1 = 83 - 2 - 1 = 80$ diperoleh sebesar 1.99006. Dengan demikian diperoleh t hitung (5.171) > t tabel (1.99006) yang berarti H1 diterima. Dengan demikian maka Hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa pembayaran non-tunai (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen (Y) diterima.
- b. Hasil pengujian diperoleh t hitung untuk variabel harga produk (X2) menunjukkan nilai t hitung = 2.718 dengan tingkat signifikansi 0.008 dengan menggunakan batas signifikansi 0.05, nilai t tabel dengan $df = n - k-1 = 83 - 2 - 1 = 80$ diperoleh sebesar 1.99006. Dengan demikian diperoleh t hitung (2.718) > t tabel (1.99006) yang berarti H2 diterima. Dengan demikian maka Hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa harga produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat konsumen (Y) dapat diterima.
- c. Hasil pengujian diperoleh nilai t hitung untuk variabel pembayaran non-tunai (X1) menunjukkan nilai t hitung = 5.171 dengan tingkat signifikansi 0.000 dan variabel harga produk (X2) menunjukkan nilai t hitung = 2.718 dengan tingkat signifikansi 0.008 dengan menggunakan batas signifikansi 0.05, nilai t tabel dengan $df = n-k-1 = 83 - 2 - 1 = 80$ diperoleh sebesar 1.99006. Dengan demikian diperoleh t hitung X1 (5.171) > t tabel (1.99006) dan t hitung X2 (2.718) > t tabel (1.99006) yang berarti H3 diterima. Dengan demikian maka Hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa pembayaran non-tunai (X1) dan harga produk (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen (Y) diterima.

8. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Berdasarkan hasil analisis diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.787 , hal ini berarti bahwa variabel pembayaran non-tunai (X1), harga produk (X2) memiliki kontribusi sebesar 78.7% dalam mempengaruhi minat konsumen (Y). Sedangkan faktor lain yang berpengaruh terhadap minat konsumen (Y) sebesar (100% - 78.7%) = 21.3% dijelaskan oleh faktor faktor lain diluar variabel yang diteliti faktor lain yang dimaksud bisa terjadi karena faktor promosi, kualitas layanan, kualitas produk dan hal lainnya yang tidak menjadi focus dalam penelitian

Pembahasan Hasil Hipotesis

Berikut ini merupakan pembahasan dari hasil penelitian yang telah didapatkan tentang “pengaruh sistem pembayaran non-tunai dan harga produk terhadap minat konsumen (studi kasus bukit *Coffee* kabawetan)”.

- a. Hasil pengujian diperoleh nilai t hitung untuk variabel pembayaran non-tunai (X1) menunjukkan nilai t hitung = 5.171 dengan tingkat signifikansi 0.000 dengan menggunakan batas signifikansi 0.05, nilai t tabel dengan $df = n-k-1 = 83 - 2 - 1 = 80$ diperoleh sebesar

1.99006. Dengan demikian diperoleh t hitung (5.171) > t tabel (1.99006). Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa pembayaran non-tunai (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen (Y) dapat diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Santoso (2021) yang menemukan bahwa penggunaan metode pembayaran non-tunai meningkatkan kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi, sehingga berdampak positif terhadap minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Selain itu, sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2018), kemudahan akses dan kecepatan dalam pembayaran menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen dalam bertransaksi. Oleh karena itu, penggunaan pembayaran non-tunai yang efisien dan praktis mampu meningkatkan daya tarik konsumen serta mempengaruhi sikap positif mereka terhadap suatu produk atau layanan. Dengan demikian, hasil ini mendukung bahwa pembayaran non-tunai berkontribusi signifikan dalam mendorong minat konsumen secara positif.

- b. Hasil pengujian diperoleh t hitung untuk variabel harga produk (X2) menunjukkan nilai t hitung = 2.718 dengan tingkat signifikansi 0.008 dengan menggunakan batas signifikansi 0.05, nilai t tabel dengan $df = n - k - 1 = 83 - 2 - 1 = 80$ diperoleh sebesar 1.99006. Dengan demikian diperoleh t hitung (2.718) > t tabel (1.99006) yang berarti H2 diterima. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa harga produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen (Y) dapat diterima. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wijaya dan Sari (2020), yang menunjukkan bahwa penetapan harga yang kompetitif dan sesuai dengan persepsi nilai konsumen mampu meningkatkan ketertarikan dan minat konsumen untuk melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2018), harga merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran yang secara langsung memengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena harga yang dianggap adil dan sepadan dengan manfaat produk akan mendorong konsumen untuk lebih tertarik dan termotivasi melakukan transaksi. Selain itu, harga yang tepat juga dapat menciptakan persepsi nilai positif, sehingga memperkuat loyalitas dan minat konsumen terhadap produk. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa harga produk memiliki peran signifikan dalam membentuk dan meningkatkan minat konsumen secara positif.
- c. Hasil pengujian diperoleh nilai t hitung untuk variabel pembayaran non-tunai (X1) menunjukkan nilai t hitung = 5.171 dengan tingkat signifikansi 0.000 dan variabel harga produk (X2) menunjukkan nilai t hitung = 2.718 dengan tingkat signifikansi 0.008 dengan menggunakan batas signifikansi 0.05, nilai t tabel dengan $df = n - k - 1 = 83 - 2 - 1 = 80$ diperoleh sebesar 1.99006. Dengan demikian diperoleh t hitung X1 (5.171) > t tabel (1.99006) dan t hitung X2 (2.718) > t tabel (1.99006) yang berarti H3 diterima. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa pembayaran non-tunai (X1) dan harga produk (X2) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen (Y) dapat diterima. Integrasi strategi harga yang tepat dengan kemudahan akses pembayaran menjadi faktor kunci dalam menciptakan nilai tambah bagi konsumen serta mempengaruhi keputusan pembelian secara positif. Selain itu, penelitian oleh Santoso (2021) menegaskan bahwa konsumen cenderung memiliki minat lebih tinggi terhadap produk yang menawarkan proses pembayaran yang praktis dan harga yang dianggap sepadan dengan manfaatnya, sehingga kedua variabel tersebut saling memperkuat dalam mendorong minat konsumen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pembayaran non-tunai dan harga produk berperan penting secara simultan dalam meningkatkan minat konsumen secara signifikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan koefisien sebesar 0.453, lalu pada uji t hitung menghasilkan 5.171 sedangkan nilai t tabel sebesar 1.99006. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa system pembayaran non-tunai memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen di usaha kopi bukit *Coffee*.
- b. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen. Dengan hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan koefisien sebesar 0.263, lalu pada uji t hitung menghasilkan 2.718 sedangkan t tabel sebesar 1.99006. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi sebesar 0.008 nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian harga produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam penggunaan system pembayaran non-tunai di usaha kopi bukit *Coffee*.
- c. Hasil pengujian diperoleh nilai t hitung untuk variabel pembayaran non-tunai (X1) menunjukkan nilai t hitung = 5.171 dengan tingkat signifikansi 0.000 dan variabel harga produk (X2) menunjukkan nilai t hitung = 2.718 dengan tingkat signifikansi 0.008 dengan menggunakan batas signifikansi 0.05, nilai t tabel dengan $df = n - k - 1 = 83 - 2 - 1 = 80$ diperoleh sebesar 1.99006. Dengan demikian diperoleh $t_{hitung} X1 (5.171) > t_{tabel} (1.99006)$ dan $t_{hitung} X2 (2.718) > t_{tabel} (1.99006)$ yang berarti H3 diterima. Dengan demikian maka pembayaran non-tunai dan harga produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen di usaha kopi bukit *Coffee*.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal :

- Arjuniadi, A., & Jannah, M. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Produk Honda Merek Scoopy di Kecamatan Bandar Dua Kabupaten Pidie Jaya*. Jurnal Ekobismen, 2(2).
- Atriani, A., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO*. Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora, 6(1), 54-61.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Intan Parwati, (2021). *Pengaruh Pembayaran Nontunai, Harga, dan Religiusitas terhadap Pembelian Impulsif Produk Fesyen* : Universitas Siliwangi
- Kotler, P., Keller, K. L., & Ang, S. H. (2018). *Marketing management: an Asian perspective* . Edisi 16. Pearson.
- le, Wan, Q., Li, Z., Zhou, W., & Shang, S. (2018). Effects of work environment and job characteristics on the turnover intention of experienced nurses: The mediating role of work engagement. *Journal of Advanced Nursing*, 74 (6).
- Liswaty Namir, L. (2023). *Hubungan Antara Faktor Emosional Dengan Kejadian Hipertensi di Posyandu Lanjut Usia Puncak Wilayah Kerja Puskesmas Manipi Kabupaten Sinjai* (Doctoral dissertation, Universitas Indonesia Timur).
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Putri, A. (2021). *Analisis Perilaku Konsumen dalam Penggunaan Pembayaran Digital*. Jakarta: Pustaka Media.

- Rahardi, K. (2019). Konteks Intralinguistik dan Konteks Ekstralinguistik (Cetakan. Pe). Yogyakarta:
- Santoso, H., & Wibowo, D. (2020). *Kemudahan dan Kepraktisan dalam Sistem Pembayaran Digital*. Jurnal Bisnis dan Teknologi, 11(3), 90-105.
- Santoso. (2021). *Analisis pembayaran Non-tunai pada marketplace*. Jurnal Universitas Airlangga. Jakarta.
- Saputri, O. B. (2020). *Preferensi konsumen dalam menggunakan quick response code indonesia standard (qris) sebagai alat pembayaran digital*. Journals of Economics and Business Mulawarman, 17(2), 237-247.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (8th ed.). New York: Wiley.

Buku :

- A. Steiner, G., & B. Mine, J. (2019). *Kebijakan dan Strategi Manajemen* Cetakan 9. Jakarta: Erlangga.
- Arikunto, S. (2021). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bank Indonesia. (2023). *Laporan Sistem Pembayaran Indonesia 2023*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Budiman, Raymond. (2020). *Rahasia Analisis Fundamental Saham: Analisis Perusahaan*. Jakarta: Alex Media Komputindo.
- Gujarati, D. N. (2020). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat
- Riduwan. (2020). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2020). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson.
- Sriekaningsih, A. (2020). *QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0*. Penerbit Andi.
- Sudiro, A., & Putri, O. A. (2023). *Manajemen sumber daya manusia*. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategic Marketing and Consumer Behavior*. Andi Publisher.