PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEMUDAHAN PEMBAYARAN DIGITAL TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN JASUKE MOZARELLA DI YOGYAKARTA

PROPOSAL SKRIPSI DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI ISLAM

OLEH:

SYAMSUL MA'ARIF

20108010127

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2026

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEMUDAHAN PEMBAYARAN DIGITAL TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN JASUKE MOZARELLA DI YOGYAKARTA



SKRIPSI DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI ISLAM

OLEH:

SYAMSUL MA'ARIF

NIM: 20108010127

PEMBIMBING

Dr. Miftakhul Choiri, S.Sos.I., M.S.i.

NIP. 198210092015031003

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2026

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1384/Un.02/DEB/PP.00.9/10/2026

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEMUDAHAN PEMBAYARAN DIGITAL TERHADAPLOYALITAS KONSUMEN JASUKE MOZARELLA DI YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SYAMSUL MA'ARIF
Nomor Induk Mahasiswa : 20108010127
Telah diujikan pada : Kamis, 27 Agustus 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dr. Miftakhul Choiri, S.Sos.I., M.S.I.
SIGNED

Valid ID: 6ad5bafc0586a

Penguji I

Prof. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6ad01abdf300f

Penguji II

Drs. Slamet Khilmi, M.SI.
SIGNED

Valid ID: 6aa9f73909520

Yogyakarta, 27 Agustus 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.
SIGNED

Valid ID: 6ad6c7ffd8819

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Hal : Skripsi Saudara Syamsul Ma'arif
Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di – Yogyakarta

Assalamualaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama	:	Syamsul Ma'arif
NIM	:	20108010127
Judul Tesis	:	Pengaruh Kualitas Produk dan Kemudahan Pembayaran Digital Terhadap Loyalitas Konsumen Jasuke Mozarella di Yogyakarta

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Prodi Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar Skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 05 Agustus 2026

Pembimbing

Dr. Miftakhul Choiri, S.Sos.I., M.S.i
NIP. 198210092015031003

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syamsul Ma`arif

NIM : 20108010127

Jurusan/Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Produk dan Kemudahan Pembayaran Digital Terhadap Loyalitas Konsumen Jasuke Mozarella di Yogyakarta"** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakrta, 20 Juli 2026

Penyusun



Syamsul Ma'arif
NIM. 20108010127

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Syamsul Ma'arif
NIM	: 20108010127
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya	: Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

— Pengaruh Kualitas Produk dan Kemudahan Pembayaran Digital Terhadap Loyalitas Konsumen Jasuke Mozarella di Yogyakarta

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 05 Agustus 2026



Syamsul Ma'arif

NIM: 20108010127

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN MOTTO

KEJARLAH UANG SAMPAI KE NEGERI CINA

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN



Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan karunia berupa nikmat sehat, dan atas dukungan orang-orang tercinta.

Akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan:

Teruntuk Kedua Orang Tua Bapak Suyudi dan Ibu Mujiati

Kepada istriku, kakak dan juga adikku tersayang yang selalu mendukung, mendo'akan, dan menyayangi Penulis dengan penuh kesabaran dan pengorbanan yang hebat sampai saat ini.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor:158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. **Konsonan Tunggal**

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Ṡā'	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Żāl	ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	w
ه	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

متعدّدة	Ditulis	*Muta'addidah*
عدّة	Ditulis	*'iddah*

C. Konsonan Tunggal

Semua tā' marbūṭah ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

terserap dalam bahasa indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	*Ḥikmah*
علّة	ditulis	*'illah*
كرامة الأولياء	ditulis	*karāmah al-auliyā'*

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

Semua tā' marbūṭah ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

----َ---	Fatḥah	ditulis	*A*
----ِ---	Kasrah	ditulis	*i*
----ُ---	Ḍammah	ditulis	*u*

فَعَل	Fatḥah	ditulis	*fa'ala*
ذُكر	Kasrah	ditulis	*żukira*
يَذهب	Ḍammah	ditulis	*yażhabu*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

E. Vokal Panjang

1. fatḥah + alif	Ditulis	*Ā*
جاهلية	ditulis	*jāhiliyyah*
2. fatḥah + yā' mati	ditulis	*ā*
تنسى	ditulis	*tansā*
3. Kasrah + yā' mati	ditulis	*ī*
كريم	ditulis	*karīm*
4. Ḍammah + wāwu mati	ditulis	*ū*
فروض	ditulis	*furūḍ*

1. fatḥah + yā' mati	Ditulis	*Ai*
بينكم	ditulis	*bainakum*
2. fatḥah + wāwu mati	ditulis	*au*
قول	ditulis	*qaul*

أأنتم	Ditulis	*a'antum*
أعدّت	ditulis	*u'iddat*
لئن شكرتم	ditulis	*la'in syakartum*

F. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qomariyah* maka ditulis denan menggunakan huruf awal "al"

القرآن	Ditulis	*al-Qur'ān*
القياس	ditulis	*al-Qiyās*

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

السّماء	Ditulis	*as-Samā*
الشّمس	Ditulis	*asy-Syams*

G. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisnya

ذوى الفروض	Ditulis	*żawi al-furūḍ*
أهل السّنّة	Ditulis	*ahl as-sunnah*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamu"alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Kemudahan Pembayaran Digital Terhadap Loyalitas Konsumen Jasuke Mozarella di Yogyakarta". Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi umat.

Skripsi ini merupakan hasil dari perjalanan panjang penelitian yang dilakukan dengan penuh dedikasi dan semangat. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan sarjana pada Program Studi Ekonomi Syari'ah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini bukanlah sebuah perjalanan yang mudah, namun berkat bantuan, dorongan, serta dukungan dari berbagai pihak, penulis berhasil menyelesaikannya. Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, S.Ag., MA, M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
2. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., AK., CA., ACPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. Miftakhul Choiri, S.Sos.I., M.S.I. Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa sabar dan ikhlas membimbing, memberikan arahan serta masukan berharga kepada penulis dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak Dr. Taosige Wau S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberi banyak waktu dan pikirannya untuk mengarahkan, menasehati segala hal yang berkaitan dengan dunia perkuliahan.
5. Seluruh Dosen Program Studi Ekonomi Syariah, seluruh Staff Tata Usaha dan seluruh pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberi pengetahuan dan wawasan selama menempuh pendidikan.
6. Seluruh keluarga tercinta, terutama kedua orang tua tercinta, Bapak Suyudi dan ibu Mujiati, serta Istri tercinta Alivia Almar Fadhilah, dan tak lupa kakak dan adik yang selalu memberikan doa dan semangat selalu mendukung dan mendoakan saya

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

sehingga penulis dapat menyelesaikan Studi S1 dan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi.

7. Seluruh mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI UIN Sunan Kalijaga angkatan 2020.
8. Pribadi inspiratif yang telah memotivasi dan membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini serta selama menempuh kuliah di Yogyakarta, semoga kita abadi.

Skripsi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi syari'ah. Penulis sadar bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan guna perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pengembangan ilmu pengetahuan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Wassalamu"alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 05 Agustus 2026



Syamsul Ma'arif

NIM: 20108010127

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR iii
HALAMAN PERSETUJUAN iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN v
HALAMAN PERSETUJUAN UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK vi
HALAMAN MOTTO vii
HALAMAN PERSEMBAHAN viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN ix
KATA) (PENGANTAR xiv
DAFTAR ISI xvi
Daftar Tabel xix
Daftar Gambar xx
Daftar Lampiran xxi
Abstrak xxii
Abstract xxiii
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar belakang 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan penelitian 6
D. Batasan Masalah 6
E. Manfaat penelitian 7
F. Gambaran Umum Objek Penelitian 8
G. Statistika Pembahasan 9

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB II 11

PEMBAHASAN 11

A. Landasan Teori 11

1. Teori Schumpeter 11
2. Technology Acceptance Model (TAM) 13
3. Perilaku Konsumen 15
4. Loyalitas Konsumen 17
5. Kualitas Produk 19
6. Kemudahan Pembayaran Digital 21
7. Hubungan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen 23
8. Hubungan Kemudahan Pembayaran Digital terhadap Loyalitas Konsumen 25

B. Telaah Pustaka 27

C. Pengembangan Hipotesis Penelitian 31

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen 31
2. Pengaruh Kemudahan Pembayaran Digital terhadap Loyalitas Konsumen 32
3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kemudahan Pembayaran Digital terhadap Loyalitas Konsumen 34

BAB III 37

METODOLOGI PENELITIAN 37

A. Metodologi Penelitian 37

1. Jenis Penelitian 37
2. Populasi dan Sampel 37
3. Definisi Operasional Variabel 39
4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data 41
5. Teknik Analisis Data 42
   a. Analisis statistik deskriptif 42
   b. Uji Validitas 43
   c. Uji Reliabilitas 44
   d. Uji Asumsi Klasik 45

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

e. Analisis Regresi Linear Berganda 46
6. Pengujian Hipotesis 47
a. Uji t (Uji Parsial) 47
b. Uji F (Uji Simultan) 48
c. Koefisien Determinasi (R^2) 49
BAB IV 51
HASIL DAN PEMBAHASAN 51
A. Gambaran Umum Penelitian 51
B. Analisis Deskriptif Responden 52
C. Analisis Deskriptif Penilaian atau Jawaban Responden 55
D. Analisis Instrumen Data 57
1. Uji Validitas Data 57
2. Uji Reabilitas 60
3. Uji Asumsi Klasik 61
4. Analisis Regresi Linier Berganda 65
E. Hasil dan Pembahasan 70
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen 70
2. Pengaruh Kemudahan Pembayaran Digital terhadap Loyalitas Konsumen 73
3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kemudahan Pembayaran Digital terhadap Loyalitas Konsumen 77
BAB V PENUTUP 82
A. Kesimpulan 82
Daftar Pustaka 84
LAMPIRAN 89

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Daftar Menu Best Seller dan Harga 8
Tabel 2. 1 Research Gap..... 27
Tabel 3. 1 Nilai Skala Likert 37
Tabel 3. 2 Tabel Operasional Variabel..... 40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 53
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 53
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 54
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembayaran yang Sering Digunakan 55
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kualitas Produk 57
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kemudahan pembayaran digital 58
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Loyalitas Konsumen 59
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen dan Dependen 60
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas Residual..... 62
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas..... 63
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heterodisiktas 63
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Hipotesis 67
Tabel 4. 13 HASIL UJI F (SIMULTAN)..... 68
Tabel 4. 14 Hasil Koefisien Determinasi 69

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Daftar Gambar

Gambar 2. 1 Model Teori TAM 14
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran 35
Gambar 4. 1 Produk jasuke Mozarella 52

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 89
Lampiran 2 Deskripsi Responden Penelitian 94
Lampiran 3 Hasil jawaban Responden 96

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kemudahan pembayaran digital terhadap loyalitas konsumen Jasuke Mozarella di Yogyakarta, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen Jasuke Mozarella di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, sedangkan analisis data dilakukan dengan analisis regresi linear berganda yang didukung oleh uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai koefisien regresi sebesar 1,151, nilai t hitung sebesar 13,501, dan nilai signifikansi sebesar 0,001 (<0,05). Sementara itu, kemudahan pembayaran digital tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,054, nilai t hitung sebesar -0,506, dan nilai signifikansi sebesar 0,614 (>0,05). Namun demikian, secara simultan kualitas produk dan kemudahan pembayaran digital berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai F hitung sebesar 133,579 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,728 menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan 72,8% variasi loyalitas konsumen, sedangkan sisanya sebesar 27,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk merupakan faktor utama dalam meningkatkan loyalitas konsumen Jasuke Mozarella, sedangkan kemudahan pembayaran digital hanya berperan sebagai faktor pendukung dalam menciptakan pengalaman transaksi yang lebih praktis.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kemudahan Pembayaran Digital, Loyalitas Konsumen, UMKM, Jasuke Mozarella.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Abstract

This study aims to examine the influence of product quality and digital payment convenience on customer loyalty at Jasuke Mozarella in Yogyakarta, both partially and simultaneously. This research employed a quantitative approach using a survey method. Primary data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who had purchased products from Jasuke Mozarella in Yogyakarta. The sampling technique used was purposive sampling, while the data were analyzed using multiple linear regression supported by validity tests, reliability tests, classical assumption tests, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination (R^2).

The findings indicate that product quality has a positive and significant effect on customer loyalty, with a regression coefficient of 1.151, a t-value of 13.501, and a significance value of 0.001 (<0.05). In contrast, digital payment convenience does not have a significant effect on customer loyalty, with a regression coefficient of -0.054, a t-value of -0.506, and a significance value of 0.614 (>0.05). Nevertheless, product quality and digital payment convenience simultaneously have a significant effect on customer loyalty, as indicated by an F-value of 133.579 and a significance value of 0.000. The Adjusted R Square value of 0.728 indicates that these two variables explain 72.8% of the variation in customer loyalty, while the remaining 27.2% is influenced by other variables outside the scope of this study.

This study concludes that product quality is the primary factor influencing customer loyalty at Jasuke Mozarella, whereas digital payment convenience mainly serves as a supporting factor in providing a more practical and efficient transaction experience.

Keywords: *Product Quality, Digital Payment Convenience, Customer Loyalty, MSMEs, Jasuke Mozarella.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai penyerap tenaga kerja maupun sebagai penggerak ekonomi lokal. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM mendominasi lebih dari 99 persen unit usaha di Indonesia dan berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (KemenKopUKM, 2023). Salah satu sektor UMKM yang berkembang pesat adalah sektor kuliner, seiring dengan meningkatnya kebutuhan konsumsi masyarakat, perkembangan pariwisata, serta perubahan gaya hidup yang menjadikan aktivitas makan tidak hanya sebagai pemenuhan kebutuhan, tetapi juga sebagai bagian dari pengalaman sosial (Putra et al., 2025). Yogyakarta sebagai wisata dan pelajar memiliki karakteristik pasar kuliner yang dinamis, ditandai dengan tingginya mobilitas penduduk, wisatawan, dan mahasiswa dari berbagai daerah, sehingga persaingan antar pelaku UMKM kuliner menjadi semakin ketat.

Dalam kondisi persaingan yang semakin intensif, UMKM kuliner tidak cukup hanya mengandalkan strategi untuk menarik konsumen baru, tetapi juga perlu membangun dan mempertahankan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen merupakan komitmen konsumen untuk melakukan pembelian ulang secara konsisten serta merekomendasikan produk kepada orang lain

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

(Nurhayati, 2020). Konsumen yang loyal memiliki nilai strategis bagi keberlangsungan usaha karena biaya untuk mempertahankan konsumen lama relatif lebih rendah dibandingkan dengan biaya untuk memperoleh konsumen baru. Oleh karena itu, loyalitas konsumen menjadi salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan dan keberlanjutan UMKM, khususnya di sektor kuliner yang memiliki tingkat substitusi produk yang tinggi.

Salah satu faktor utama yang memengaruhi loyalitas konsumen adalah kualitas produk. Kualitas produk mencerminkan kemampuan suatu produk dalam memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Kotler dan Keller menyatakan bahwa kualitas produk merupakan keseluruhan karakteristik produk yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Penelitian empiris menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada UMKM kuliner, karena kualitas yang baik akan menciptakan kepuasan dan kepercayaan konsumen (Tampubolon et al., 2023). Selain kualitas produk dan kemudahan pembayaran digital, loyalitas konsumen pada UMKM kuliner juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga produk, variasi menu, desain kemasan, serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kualitas produk yang baik akan menciptakan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya mendorong terbentuknya loyalitas (Arsyad, 2015). Dalam konteks UMKM kuliner, kualitas produk menjadi sangat krusial karena pengalaman konsumsi bersifat langsung dan mudah dibandingkan antar produk pesaing. Penelitian yang

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

dilakukan oleh Tjiptono dan Chandra (2017) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, khususnya pada industri makanan dan minuman, di mana konsumen sangat sensitif terhadap perubahan rasa dan mutu produk (Jannang et al., 2021). Namun, penelitian ini secara khusus memfokuskan analisis pada kualitas produk dan kemudahan pembayaran digital sebagai faktor utama yang diduga memengaruhi loyalitas konsumen.

Selain kualitas produk, perkembangan teknologi digital juga membawa perubahan signifikan dalam perilaku konsumen, khususnya dalam proses transaksi pembayaran. Seiring meningkatnya penggunaan smartphone dan layanan keuangan digital, konsumen semakin terbiasa menggunakan pembayaran digital seperti dompet elektronik dan QRIS (Pangestika et al., 2025). Bank Indonesia mencatat bahwa implementasi QRIS mendorong peningkatan transaksi non-tunai secara signifikan, terutama pada sektor UMKM, karena memberikan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi. Dalam perspektif *Technology Acceptance Model* (TAM), Davis, (1989) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor kunci yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. Semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin besar kemungkinan konsumen untuk mengadopsi dan menggunakannya secara berkelanjutan.

Kemudahan pembayaran digital tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga menjadi bagian dari pengalaman berbelanja konsumen. Proses pembayaran yang cepat dan praktis dapat meningkatkan kenyamanan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

konsumen serta mengurangi hambatan dalam melakukan pembelian (Nadinta & Kusumawati, 2023). Penelitian Widodo et al., (2024) menemukan bahwa kemudahan pembayaran digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen pada UMKM kuliner. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh Pratiwi & Imsar, (2022), yang menyatakan bahwa sistem pembayaran digital mampu meningkatkan niat pembelian ulang konsumen karena memberikan rasa aman dan efisiensi waktu dalam bertransaksi. Temuan-temuan tersebut mengindikasikan bahwa aspek pembayaran memiliki peran penting dalam membentuk sikap dan perilaku konsumen terhadap suatu usaha.

Kualitas produk dan kemudahan pembayaran digital dipandang sebagai bentuk kinerja yang dirasakan konsumen. Kualitas produk yang baik serta sistem pembayaran digital yang mudah, cepat, dan aman diharapkan mampu memenuhi ekspektasi konsumen Ketika ekspektasi tersebut terpenuhi, konsumen akan merasa puas dan menunjukkan perilaku loyal terhadap usaha tersebut (Saharuddin et al., 2025).

Dalam praktiknya, loyalitas konsumen pada UMKM kuliner tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor tunggal, melainkan merupakan hasil dari kombinasi antara kualitas produk yang dirasakan konsumen dan kemudahan dalam proses transaksi, termasuk pembayaran digital (Naimah, 2025). Konsumen cenderung akan tetap loyal pada suatu produk apabila mereka merasa puas dengan kualitas produk yang ditawarkan dan memperoleh pengalaman berbelanja yang nyaman (Agustina et al., 2024). Namun

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada perusahaan berskala besar atau pada aspek kualitas layanan dan harga, sementara penelitian yang mengkaji secara simultan pengaruh kualitas produk dan kemudahan pembayaran digital terhadap loyalitas konsumen pada UMKM kuliner lokal masih relatif terbatas, khususnya di Yogyakarta.

Jasuke Mozarella merupakan salah satu UMKM kuliner di Yogyakarta yang menawarkan produk jasuke dengan berbagai variasi topping dan telah memiliki beberapa cabang. Dalam menghadapi persaingan usaha kuliner yang semakin dinamis, Jasuke Mozarella perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas konsumennya. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada analisis pengaruh kualitas produk dan kemudahan pembayaran digital terhadap loyalitas konsumen Jasuke Mozarella di Yogyakarta

Berdasarkan adanya kesenjangan penelitian tersebut, maka penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna menganalisis "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEMUDAHAN PEMBAYARAN DIGITAL TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN JASUKE MOZARELLA DI YOGYAKARTA". Pemilihan objek penelitian pada UMKM kuliner lokal diharapkan dapat memberikan gambaran empiris yang lebih kontekstual mengenai perilaku konsumen di tingkat usaha kecil. Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian pemasaran dan perilaku konsumen, tetapi juga

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

memberikan manfaat praktis bagi pelaku UMKM dalam merumuskan strategi peningkatan loyalitas konsumen di era digital.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Jasuke Mozarella di Yogyakarta?
2. Apakah kemudahan pembayaran digital berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Jasuke Mozarella di Yogyakarta?
3. Apakah kualitas produk dan kemudahan pembayaran digital secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Jasuke Mozarella di Yogyakarta?

C. Tujuan penelitian

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Jasuke Mozarella di Yogyakarta.
2. Menganalisis pengaruh kemudahan pembayaran digital terhadap loyalitas konsumen Jasuke Mozarella di Yogyakarta.
3. Menganalisis pengaruh kualitas produk dan kemudahan pembayaran digital secara simultan terhadap loyalitas konsumen Jasuke Mozarella di Yogyakarta.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

D. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada analisis pengaruh kualitas produk dan kemudahan pembayaran digital terhadap loyalitas konsumen Jasuke Mozarella di Yogyakarta. Faktor lain yang juga berpotensi memengaruhi

loyalitas konsumen, seperti harga produk, variasi menu, desain kemasan, dan kualitas pelayanan, tidak dianalisis secara kuantitatif dalam penelitian ini dan hanya disajikan sebagai gambaran umum objek penelitian. Pembatasan ini dilakukan agar penelitian lebih terfokus dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan

E. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi pelaku UMKM kuliner, khususnya Jasuke Mozarella, dalam merumuskan strategi bisnis yang berorientasi pada peningkatan loyalitas konsumen. Informasi mengenai pengaruh kualitas produk dan kemudahan pembayaran digital dapat membantu pelaku usaha dalam menentukan prioritas perbaikan kualitas produk serta optimalisasi sistem pembayaran digital guna meningkatkan pembelian ulang dan rekomendasi konsumen. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi UMKM lain yang memiliki karakteristik serupa dalam menghadapi persaingan di era digital.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan perbandingan dalam mengembangkan penelitian sejenis, baik dengan menambahkan variabel lain, memperluas objek penelitian, maupun menggunakan metode analisis yang berbeda. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat sebagai sarana penerapan teori dan metode penelitian yang telah dipelajari selama perkuliahan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

F. Gambaran Umum Objek Penelitian

Jasuke Mozarella merupakan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di bidang kuliner yang bergerak dalam penjualan jajanan jagung susu keju dengan tambahan mozarella. Usaha ini beroperasi di Yogyakarta dan telah memiliki beberapa cabang yang tersebar di lokasi strategis. Produk yang ditawarkan menyasar konsumen dari berbagai kalangan, khususnya pelajar dan mahasiswa, dengan konsep makanan ringan yang praktis dan terjangkau.

Dalam menjalankan usahanya, Jasuke Mozarella menawarkan beberapa varian menu yang menjadi favorit konsumen. Setiap menu ditetapkan dengan harga yang relatif terjangkau dan disesuaikan dengan daya beli pasar sasaran.

Tabel 1. 1 Daftar Menu Best Seller dan Harga

Daftar menu + harga		**Tambahan Topping +harga**	
Original medium	10 k	Oreo	3 k
Original large	15 k	Coklat	3 k
Original ekstra large	20 k	Matcha	3 k
Mozzarella medium	14 k	Cream cheese	4 k
Mozzarella large	20 k	Ekstra keju	4 k
Mozzarella ekstra large	26 k		

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Tabel tersebut disajikan untuk memberikan gambaran umum mengenai objek penelitian, khususnya terkait produk dan harga yang ditawarkan oleh Jasuke Mozarella, serta tidak digunakan sebagai variabel yang dianalisis dalam penelitian.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

G. Statistika Pembahasan

Penelitian ini akan disajikan dalam lima bab dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian awal penelitian yang membahas latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, gambaran umum objek penelitian, serta sistematika pembahasan. Bab ini menjelaskan alasan dilakukannya penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan kemudahan pembayaran digital terhadap loyalitas konsumen Jasuke Mozarella di Yogyakarta.

BAB II: PEMBAHASAN

Bab ini membahas landasan teori yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian. Pembahasan meliputi Teori Schumpeter, Technology Acceptance Model (TAM), perilaku konsumen, loyalitas konsumen, kualitas produk, dan kemudahan pembayaran digital. Selain itu, bab ini memuat hubungan antara variabel kualitas produk dengan loyalitas konsumen serta hubungan antara kemudahan pembayaran digital dengan loyalitas konsumen. Bab ini juga membahas penelitian terdahulu, telaah pustaka, serta pengembangan hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi jenis penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, sumber dan teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta pengujian hipotesis.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Teknik analisis data meliputi analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari pengolahan data responden. Pembahasan meliputi gambaran umum penelitian, analisis deskriptif responden, analisis deskriptif jawaban responden, analisis instrumen penelitian, pengujian asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta hasil dan pembahasan pengaruh kualitas produk dan kemudahan pembayaran digital terhadap loyalitas konsumen Jasuke Mozarella di Yogyakarta. Hasil penelitian selanjutnya diinterpretasikan dan dikaitkan dengan teori serta penelitian terdahulu yang telah dibahas pada Bab II.

BAB V: KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Bab ini merupakan bagian akhir penelitian yang berisi kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan. Kesimpulan disusun berdasarkan rumusan masalah dan hasil pengujian hipotesis. Selain itu, bab ini memuat saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak Jasuke Mozarella serta menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan topik yang berkaitan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar <0,001 yang lebih kecil dari 0,05 dengan nilai t hitung sebesar 13,501. Dengan demikian, semakin baik kualitas produk yang diberikan kepada konsumen maka akan semakin tinggi loyalitas konsumen.
2. Variabel Kemudahan Pembayaran Digital tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,614 yang lebih besar dari 0,05 dengan nilai t hitung sebesar -0,506. Dengan demikian, kemudahan pembayaran digital belum mampu meningkatkan loyalitas konsumen secara signifikan.
3. Variabel Kualitas Produk dan Kemudahan Pembayaran Digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F dengan nilai signifikansi <0,001 dan nilai F hitung sebesar 133,579.
4. Berdasarkan hasil koefisien determinasi, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,728 atau 72,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Kemudahan Pembayaran Digital mampu menjelaskan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Loyalitas Konsumen sebesar 72,8%, sedangkan sisanya sebesar 27,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi Pelaku Usaha
   a) Pelaku usaha diharapkan dapat terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk, baik dari segi rasa, kualitas bahan, kebersihan, maupun konsistensi produk agar loyalitas konsumen tetap terjaga.
   b) Pelaku usaha juga perlu memperhatikan sistem pembayaran digital yang digunakan agar lebih praktis, stabil, dan mudah digunakan oleh konsumen walaupun dalam penelitian ini variabel tersebut belum menunjukkan pengaruh yang signifikan.
   c) Pelaku usaha dapat meningkatkan loyalitas konsumen melalui strategi lain seperti pelayanan yang baik, harga yang sesuai, promosi menarik, dan inovasi produk.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
   a) Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi loyalitas konsumen, seperti harga, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, promosi, dan citra merek.
   b) Penelitian selanjutnya juga disarankan menggunakan jumlah sampel yang lebih besar dan wilayah penelitian yang lebih luas agar hasil penelitian lebih representatif.
   c) Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode analisis yang berbeda untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih mendalam.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Daftar Pustaka

Agustina, R. F., Bisnis, A., Syafei, M. C. F., Bisnis, A., Ginanjar, S. E., Publik, A., Aninditya, S., & Bisnis, A. (2024). *Kepercayaan , Kepuasan , Loyalitas Konsumen Dalam Membeli Barang Di Aplikasi Online Shop*. *2*(1), 261–272.

Akbar, R., & Ridwan, R. (2019). Pengaruh Kondisi Keuangan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan Dan Reputasi Kap Terhadap Penerimaan Opini Audit Going Concern Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, *4*(2), 286–303. https://doi.org/10.24815/jimeka.v4i2.12239

Amanda, T., Devi, Y., Islam, U., Raden, N., Lampung, I., & Lampung, B. (2025). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Dan Self Efficacy Terhadap Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Kasus Pengguna Qris Pada UMKM Di Bandar Lampung)*. *3*(10).

Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (R. Cipta. (ed.)).

Arsyad, L. (2015). Ekonomi Pembangunan dan Pembangunan Ekonomi. *Ekonomi Pembangunan Berkelanjutan*, *05*(01), 1–37.

Aviantono, B., & Laura, C. (2023). *The Impact of Product Quality and Consumer Satisfaction to Consumer Loyalty at Mc . Donald ' s Cut Meutia Kota Bekasi*. *4*(1), 51–59.

Ayem, S., & Hernindya, N. R. (2025). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERLANGSUNGAN USAHA UMKM*. *13*(2), 82–90.

Azriel, A., & Sutanto, J. E. (2024). *THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY , PRICE , AND E-WOM ON*. *2024*(2), 551–557.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, *13*(3), 319–339. https://doi.org/10.2307/249008

Dewanti, K., Amanda, D., Alichsan, F., Noviyanti, I., Ekonomi, F., Bisnis, D., Manajemen, P., & Belitung, U. B. (2025). *Pengaruh Penggunaan Qris sebagai Strategi Pembayaran Digital terhadap Kepuasaan dan Loyalitas Konsumen di Era Modern*. *April*.

Djunaedi, Sulistyowati, Y., & Sastro, G. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan sebagai Upaya Peningkatan Loyalitas Pelanggan pada UMKM Sektor Kuliner di Kabupaten Kediri*. *2*.

Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*.

Hartono, M. F., Ramadhani, D. B., & Rosalia, I. (2024). *Evaluating the Use of QRIS in MSME Services : Insights for Financial Education in Tawang ,*

Tasikmalaya. *4*(001), 434–446.

Hendiarto, R. S., Rosmayanti, S., Sanusi, I., Lingga R, R., Rosilawati, Y., & Febriyanti, A. (2021). The Influence of Digital Marketing Competence and Financial Statements on Performance (Case Study on the Development Business of the West Java Chamber of Commerce and Industry in Bandung) | Review of International Geographical Education Online. *Wibest-Ii*, 58–76. https://rigeo.org/submit-a-menuscript/index.php/submission/article/view/613

Irawati, T., Rimawati, E., & Pramesti, N. A. (2020). Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi Alista (Application Of Logistic And Supply Telkom Akses). *Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise ISSN:*, *04*(2019), 106–120. https://doi.org/10.34010/aisthebest.v4i02.2257

Ismail, M. A., & Apriadi, D. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN*. *6*(3), 403–416.

Jannang, A. R., Suwito, & Marwa. (2021). *OPTIMALISASI SERVICE QUALITY PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI KOTA TERNATE*. *5*(2), 1–16.

Jati, T. N. (2025). *Pengaruh Kemudahan Transaksi , Harga , Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Penggunaan E-Commerce Di Solo*. *2*, 117–123.

Jim, J., Maria, S., Loureiro, C., Rubio, N., & Romero, J. (2022). *Journal of Retailing and Consumer Services Service brand coolness in the construction of brand loyalty : A self-presentation theory approach*. *65*(September 2021). https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102876

Joseph A. Schumpeter. (1934). *The Theory of Economic Development*.

Kriyanto, R. (2006). *TEKNIK PRAKTIS RISTEK KOMUNIKASI Disertai contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* (1st ed.). Kencana.

Lubis, R., Nazaruddin2, Nur, M., Anwardi, & Hamdy, M. I. (2025). *Analisis Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen di UMKM Nagih Kuliner Menggunakan Metode IPA dan SEM*. *XXV*(2). https://doi.org/10.350587/Matrik

Maatuil, R. A., Markus, J., Anthe, M. E. O., Marchelina, A. P., Sagay, G. A., Lumi, G., Manajemen, P. S., Ilmu, F., & Teknologi, P. (2025). *Kajian Teoritas Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen pada Bisnis Kuliner Digital*. *1*(2), 3042–3053.

Maulana, A. A. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Kopi Tuku Bekasi Utara*. *2*(1).

Mauludin, M. S., Saputra, A. D., Sari, A. Z., & Munawaroh, I. (2022). *Analisis*

Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *1*(1).

Nadinta, P. S., & Kusumawati, N. (2023). *The Influence of QRIS Payment Customer Satisfaction Towards Customer Loyalty And Continuity*. *1*(1), 61–66. https://doi.org/10.58229/jcsam.v1i1.52

Naimah, Y. N. (2025). *PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN, VARIASI PRODUK, DAN KEMUDAHAN SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL TERHADAP KEBERLANJUTAN USAHA HOME INDUSTRI DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI*.

Nisak, H., & Indarayani, L. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN*. *3*(1), 37–46.

Nugraha, J. T., Achmad, T., Warsono, H., & Yuningsih, T. (2023). *E-Government Dalam Perspektif Pengguna: Konsep, Teori dan Perkembangannya*. Stiletto Book.

Nurhayati, S. (2020). *Pengaruh Brand Trust , Brand Experience dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. *VII*(2), 188–198.

Nurhilalia, N., & Saleh, Y. (2024). *The Impact of Consumer Behavior on Consumer Loyalty*. *4*, 140–153.

Pangestika, Z. N., Putri, D. K., Angelica, S. F., & Nihayah, D. M. (2025). *SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW : PERSEPSI PENGGUNAAN QRIS SEBAGAI PENINGKATAN EFEKTIVITAS ALAT PEMBAYARAN DAN SISTEM KEUANGAN DIGITAL*. *13*(2), 103–115.

Panjaitan, F., Erick, K., Naibaho, T., & Damanik, H. M. (2025). *Peran Pembayaran Digital , Media Sosial , dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Medan*. *8*(5), 575–583.

Pratiwi, D. C., & Imsar, I. (2022). Analisis penyaluran bantuan sosial program keluarga harapan (PKH) dan bantuan pangan non tunai (BPNT) dinas sosial pada masyarakat Kabupaten Batu Bara. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, *4*(12), 5684–5690. https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.2122

Prayogi, A., & Kurniawan, M. A. (2024). *Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif : Suatu Telaah Complex : Jurnal Multidisiplin Ilmu Nasional*. *1*, 30–37.

Purnomo, N., & Hidayatullah, S. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus UMKM pada Soto Ayam Haji Karim)*. *7*, 394–410.

Putra, A., Pradikto, S., Pgri, U., & Pasuruan, W. (2025). *Pengaruh UMKM Kuliner dan Wisata Lokal terhadap Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Desa Ranggeh Kecamatan Gondangwetan Kabupaten Pasuruan Desa Rangge yang terletak di Kecamatan Gondangwetang Provinsi Pasuruan*.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Rinata, Y. A. C., Koesworo, Y., & Mawasti, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan, dan Keputusan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Usaha Mie Gacoan di Surabaya*. *13*(1), 13–24. https://doi.org/10.33508/jumma.v13i1.5733

Rizkiani, F., Bachri, S., & Faculty, B. (2024). *THE EFFECT OF CONVENIENCE AND SECURITY OF USING QRIS PAYMENT METHODS ON PURCHASING DECISIONS*. *6*(3), 164–171.

Saharuddin, Nafia, H., Judia, & Herna. (2025). *ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL*. *5*(2), 156–165.

Saputra, G. A., & Pramulita, S. (2025). *Cashless Movement : Peran QRIS Sebagai Pembayaran Digital dalam Mendorong Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Saparua Bandung*. *4*(3), 7658–7666.

Sari, D. M. P. (2024). *Pengaruh Brand Trust Terhadap Loyalitas konsumen pada Lipstik Hanasui dikalangan Mahasiswi STIA Tabalong*.

Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*.

Sidik Priadana, & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.

Sihombing, R. E., Vitaharsa, L. I., & Pramadanti, R. (2025). *Determinants of Product Quality on Customer Loyalty through Repurchase Intention and Customer Satisfaction at Kopi Kenangan Rusman*. *4*, 1602–1620.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif R&D.* ALFABETA.

Suhendar, A. F., & Putra, H. T. (2025). *THE EFFECT OF PERCEIVED EASE OF USE AND PERCEIVED USEFULNESS ON CUSTOMER LOYALTY MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION: A STUDY OF OVO USERS IN BANDUNG, INDONESIA PENGARUH*. *8*, 3265–3274.

Taluke, D., Lakat, R. S. M., Sembel, A., Mangrove, E., & Bahwa, M. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Spasial*, *6*(2), 531–540.

Tampubolon, E. S., Sulaeman, F. R., Rosyidta, A., & Octasylva, P. (2023). *Pengaruh Brand Image Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan UMKM Kuliner (The Effect of Brand Image Product Quality and Consumer Satisfaction on Culinary MSME Customer Loyalty)*. 21–30.

Vicario, V., Edy, I., Sebayang, S., & Pramita, E. H. (2025). *Pengaruh Perilaku Konsumen dan Loyalitas Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk melalui Pelayanan Konseling*. *4*(3), 601–616. https://doi.org/10.55123/mamen.v4i3.6113

Wibowo, H. M., Maghfiroh, I. S. E., & Rokhmawati, R. I. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Intention To Use Dan Actual Usage Dalam Penggunaan Aplikasi Beam Di Lingkungan Universitas Brawijaya. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, *1*(1), 1–8.

Widodo, K. D., Juanda, B., & Hakim, D. B. (2024). Determinan Implementasi Central Bank Digital Currency di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, *12*(1), 120–137. https://doi.org/10.21002/jepi.2024.8

Zein, A. F., Santoso, E. B., & Aini, Y. N. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Lumpur Kentang 27 Cabang Pasar Oro-Oro Dowo Kota Malang*. *1*(2), 1326–1334.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA