

ABSTRAK

PENGARUH PEMBAYARAN TUNAI DAN QRIS (*QUICK RESPONSE INDONESIAN STANDART*) TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG DI BOJA COFFE & ROASTERY BANDAR LAMPUNG PADA ERA DIGITAL

Oleh

MELIA NUR INTAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pembayaran tunai dan QRIS (*Quick Responses Indonesian Standart*) terhadap niat pembelian ulang di BOJA Coffe & Roastery Bandar Lampung. Niat Pembelian Ulang merupakan Niat pembelian ulang menjadi indikator utama untuk keberlanjutan bisnis karena pelanggan yang terus melakukan pembelian akan memberikan stabilitas pendapatan bagi perusahaan. Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa bisnis yang mampu mempertahankan loyalitas pelanggan akan memiliki daya tahan lebih baik dalam menghadapi persaingan dan perubahan pasar. Dengan adanya transformasi digital dalam bisnis, digitalisasi telah mendorong perubahan dalam transaksi keuangan, dimana metode pembayaran non-tunai semakin populer. Dan salah satunya adalah *Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS)* yang sekarang semakin diterapkan oleh pelaku bisnis untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer dan data sekunder yang dikumpulkan melalui kuesioner kepada 232 responden yang merupakan pelanggan dari BOJA Coffe & Roastery di Bandar Lampung. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk menguji pengaruh antara pembayaran Tunai, QRIS (*Quick Response Indonesian Standart*) terhadap Niat Pembelian Ulang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis 1 tidak di dukung yang tercermin melalui nilai signifikansi sebesar 0.068. Selain itu, hipotesis 2 di dukung yang tercermin melalui nilai signifikan sebesar 0.000.

Kata Kunci: Tunai, QRIS (*Quick Response Indonesian Standart*), Niat Pembelian Ulang, *Coffe Shop*, Era Digital.

ABSTARCT

THE INFLUENCE OF CASH PAYMENTS AND QRIS (QUICK RESPONSE INDONESIAN STANDARD) ON REPURCHASE INTENTION AT BOJA COFFE & ROASTERY BANDAR LAMPUNG IN THE DIGITAL ERA

**BY
MELIA NUR INTAN**

This study aims to analyze the effect of cash payments and QRIS (Quick Response Indonesian Standard) on repurchase intention at BOJA Coffe & Roastery Bandar Lampung. Repurchase intention is a primary indicator of business sustainability because customers who continue to make purchases provide revenue stability for the company. Kotler & Keller (2016) state that firms capable of maintaining customer loyalty will be more resilient in the face of competition and market changes. With the ongoing digital transformation in business, digitalization has driven changes in financial transactions, making non-cash payment methods increasingly popular. One such method is Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), which is now widely adopted by businesses to enhance efficiency and customer convenience. This study uses a quantitative approach with primary and secondary data collected via questionnaires administered to 232 respondents, all of whom are customers of BOJA Coffe & Roastery in Bandar Lampung. The analytical method employed is simple linear regression to examine the relationships between cash payment, QRIS (Quick Response Indonesian Standard), and repurchase intention. The results indicate that cash payments do not have a significant effect on repurchase intention, as reflected by a significance value of 0.068. In contrast, QRIS payments have a positive and significant effect, as shown by a significance value of 0.000.

Keywords: Cash, QRIS (Quick Response Indonesian Standard), Repurchase Intention, Coffee Shop, Digital Era.