



PENGARUH PENERAPAN CASHLESS-ONLY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA OUTLET F&B DI DAERAH KHUSUS JAKARTA

PRAMESI NINDA RAMADHANI



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI TUGAS AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Penerapan *Cashless-Only* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *Outlet* F&B di Daerah Khusus Jakarta” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Januari 2026

Pramesi Ninda Ramadhani
K1401211185



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

PRAMESI NINDA RAMADHANI. Pengaruh Penerapan *Cashless-Only* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *Outlet* F&B di Daerah Khusus Jakarta. Dibimbing oleh ANITA PRIMASWARI WIDHIANI dan POPONG NURHAYATI.

Penelitian ini meneliti dampak penerapan *cashless-only* terhadap keputusan pembelian konsumen F&B di Daerah Khusus Jakarta dengan responden Gen Z dan Gen Y menggunakan metode SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *cashless-only* tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian, namun melalui persepsi kemudahan dan persepsi manfaat pengaruhnya menjadi signifikan. Sistem yang dianggap mudah, aman, dan efisien meningkatkan kepercayaan serta dorongan konsumen untuk membeli. Penelitian menyimpulkan bahwa keberhasilan penerapan *cashless-only* bergantung pada persepsi positif konsumen. Pelaku usaha disarankan menyederhanakan sistem, memberikan edukasi, serta menawarkan insentif dan opsi *cashless-preferred* agar transisi menuju pembayaran digital lebih inklusif.

Kata Kunci: *Cashless*, Keputusan Pembelian, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat

ABSTRACT

PRAMESI NINDA RAMADHANI. The Effect of Cashless-Only Payment Implementation on Consumer Purchase Decisions at Food and Beverage Outlets in the Special Capital Region of Jakarta. Supervised ANITA PRIMASWARI WIDHIANI and POPONG NURHAYATI.

This study examines the impact of cashless-only implementation on consumer purchasing decisions in F&B outlets in the Special Capital Region of Jakarta, involving Gen Z and Gen Y respondents using the SEM-PLS method. The results show that cashless-only implementation does not have a direct effect on purchasing decisions; however, through perceived ease of use and perceived usefulness, the influence becomes significant. A system that is considered easy, secure, and efficient increases consumer trust and purchasing motivation. The study concludes that the success of cashless-only implementation depends on consumers' positive perceptions. Business owners are advised to simplify the system, provide user education, and offer incentives and cashless-preferred options to ensure a more inclusive transition toward digital payments.

Keywords: Cashless, Purchase Decision, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness.



@Hak cipta milik IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



PENGARUH PENERAPAN *CASHLESS-ONLY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *OUTLET F&B* DI DAERAH KHUSUS JAKARTA

PRAMESI NINDA RAMADHANI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana
pada
Program Studi Sarjana Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada ujian Skripsi:

1. Dr. Ir. Rr. Heny Kuswanti Suwarsinah, M.Ec.
2. Dr. Agustina Widi Palupiningrum, S.E., M.M



Judul Skripsi : Pengaruh Penerapan *Cashless-Only* terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen pada *Outlet F&B* di Daerah Khusus Jakarta

Nama : Pramesi Ninda Ramadhani

NIM : K1401211185

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Anita Primaswari Widhiani, S.P., M.Si.



Pembimbing 2:

Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi Bisnis:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP 197711262008122001



Tanggal Ujian: 23 Desember 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari sampai bulan Juli 2025 ini ialah analisis pengaruh loyalitas alumni, dengan judul “Pengaruh *Social Capital* Terhadap Loyalitas Alumni di IPB University”.

Penulisan karya ilmiah ini tentunya tidak lepas dari dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, rezeki, dan kekuatan yang telah dititipkan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan seluruh rangkaian penelitian ini dengan baik.
2. Kristanto Lusiadi dan Yudhi Astuti selaku orang tua, Paramitha Retno selaku saudara atas segala bentuk dukungan yang telah diberikan dan menjadi motivasi terbesar penulis untuk dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Anita Primaswari Widhiani, S.P., M.Si. dan Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran, evaluasi, dan dukungan yang berharga selama proses penyusunan penelitian ini.
4. Muhammad Rafly Akbar selaku pasangan penulis yang senantiasa telah memberikan dukungan, doa dan kasih sayangnya
5. Arina, Ayu, Marsya, Najmi, Keysha, Caca, dan Raida, selaku teman dekat penulis yang telah setia dan menerima untuk mendengar keluh kesah penulis, pendapat, dukungan, bantuan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
6. Naela, Arka, dan Badii sebagai tempat pulang dan pengingat bahwa setiap perjalanan yang saya lalui tidak pernah sendiri.
7. Seluruh rekan angkatan 58 Sekolah Bisnis IPB serta segenap sivitas akademika Sekolah Bisnis IPB University atas segala bentuk dukungan dan kerja sama yang diberikan, meskipun tidak dapat disebutkan satu per satu.

Bogor, Januari 2026

Pramesi Ninda Ramadhani



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	10
II TINJAUAN PUSTAKA	1
2.1 Penerapan <i>Cashless-Only</i>	1
2.2 <i>Technology Acceptance Model</i>	1
2.3 Keputusan dan Kepuasan Transaksi	6
2.4 Alur Penelitian	7
2.5 Hipotesis Penelitian	9
III METODE PENELITIAN	11
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	11
3.2 Jenis Penelitian dan Sumber Data	11
3.3 Metode Penentuan Sampel	11
3.4 Skala Pengukuran	12
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	13
3.6 Definisi Operasional Variabel	14
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	17
4.1 Analisis Deskriptif	17
4.2 Hasil Validitas dan Reabilitas	23
4.3 Pengaruh Penerapan <i>Cashless-only</i> terhadap Keputusan Pembelian	29
4.4 Pengaruh Penerapan <i>Cashless-only</i> terhadap Persepsi Kemudahan	30
4.5 Pengaruh Penerapan <i>Cashless-only</i> terhadap Persepsi Manfaat	31
4.6 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian	31
4.7 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Pembelian	32
4.8 Pengaruh Penerapan <i>Cashless-only</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui Mediasi Persepsi Kemudahan	33
4.9 Pengaruh Penerapan <i>Cashless-only</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui Mediasi Persepsi Manfaat	33
4.10 Rekomendasi Kebijakan Berdasarkan Hasil Analisis	34
V SIMPULAN DAN SARAN	37
5.1 Simpulan	37
5.2 Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	39
RIWAYAT HIDUP	44



DAFTAR TABEL

1	Model skala likert	12
2	Rentang kriteria	13
3	Definisi operasional variabel	15
4	Variabel penelitian	15
5	Karakteristik responden	17
6	Kriteria persepsi responden	21
7	<i>Average variance extracted</i>	25
8	Validitas diskriminan: <i>fornell-larcker criterion</i>	25
9	<i>Construct reliability</i>	26
10	Koefisien determinasi	27
11	Pengujian hipotesis melalui <i>path coefficient</i>	29

DAFTAR GAMBAR

1	Jumlah transaksi digital di Indonesia	1
2	Volume transaksi QRIS di Indonesia	3
3	Jumlah <i>merchant</i> QRIS di Indonesia	4
4	Provinsi dengan pendapatan transaksi terbesar di <i>outlet</i> F&B	4
5	Preferensi jenis pembayaran di Indonesia	7
6	Metode pembayaran terbanyak di Indonesia	7
7	<i>Technology Acceptance Model</i>	2
8	Bagan alir	8
9	Kerangka konseptual	9
10	Model penelitian	10
11	Sebaran usia responden	19
12	Wilayah <i>outlet</i> yang ditemukan menerapkan <i>cashless-only</i>	20
13	Jenis <i>outlet</i> F&B yang ditemukan menerapkan <i>cashless-only</i>	20
14	Model jalur PLS	24