

Ekosistem *Cashless* dan Perilaku Konsumen: Eksplorasi Fenomena Pembelian Spontan di Pos Bloc Medan

Sabrina Imrani Ritonga¹, Mulyani^{2*}

^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Indonesia

* E-mail: diajengmulyanii@gmail.com

Information Article

History Article

Submission: 01-06-2026

Revision: 20-06-2026

Published: 23-06-2026

DOI Article:

10.62421/jibema.v3i4.402

ABSTRAK

Pembelian Impulsif atau pembelian spontan banyak terjadi pada ruang publik komersial dengan intensitas konsumsi tinggi. Salah satu ruang komersial yang mengalami fenomena ini adalah kawasan kreatif Pos Bloc Medan, yang memiliki desain estetik dan ragam tenant UMKM yang menarik minat pengunjung untuk belanja tanpa perencanaan sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh implementasi sistem pembayaran non-tunai dan efisiensi transaksi terhadap perilaku pembelian spontan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Pos Bloc Medan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang dipilih menggunakan rumus Slovin dari populasi pelanggan yang melakukan transaksi non-tunai. Analisis data dilakukan dengan teknik regresi linear berganda menggunakan program SPSS versi 26. Hasil pengujian secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel pembayaran non-tunai berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian spontan. Variabel efisiensi transaksi juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian spontan. Secara simultan (uji F), kedua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap pembelian spontan.

Kata Kunci: Pembelian Spontan, Efisiensi Transaksi, Pembayaran Non-Tunai, QRIS, UMKM

ABSTRACT

Impulse buying, or spontaneous purchases, often occurs in commercial public spaces with high consumption intensity. One commercial space experiencing this phenomenon is the Pos Bloc Medan creative area, which has an aesthetic design and a variety of MSME tenants that attract visitors to shop without prior planning. This study aims to determine the effect of the implementation of a non-cash payment system and transaction efficiency on spontaneous purchasing behavior in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Pos Bloc Medan. This study used a quantitative method by distributing questionnaires to 100 respondents selected using the Slovin formula from a population of customers who make non-cash transactions. Data analysis was performed using multiple linear regression techniques using the SPSS program version 26. The results of partial testing (t-test) indicate that the non-cash payment variable has a positive and significant effect on spontaneous purchases. The transaction efficiency variable also proved to have a positive and significant effect on

Acknowledgment

spontaneous purchases. Simultaneously (F-test), both independent variables have a significant effect on spontaneous purchases.

Key word: *Spontaneous Buying, Transaction Efficiency, Non-Cash Payment, QRIS, MSMEs*

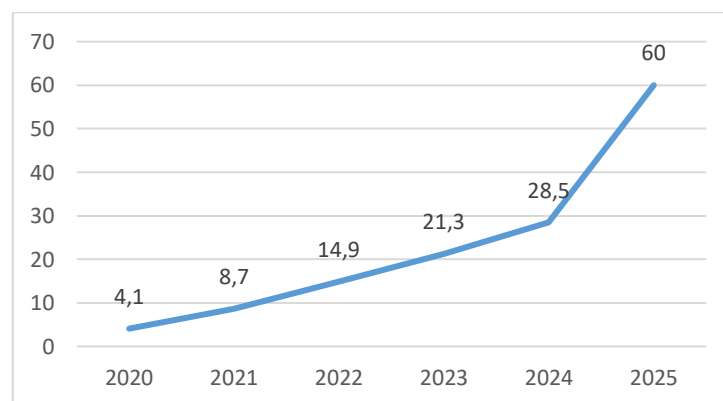
©2026 Published by JIBEMA. Selection and/or peer-review under responsibility of JIBEMA

PENDAHULUAN

Di era konsumsi modern, perilaku pembelian konsumen tidak selalu didasarkan pada kebutuhan rasional, tetapi sering dipicu oleh rangsangan lingkungan seperti tampilan produk, promosi, suasana, dan emosi positif yang muncul secara spontan. Fenomena ini dikenal sebagai *pembelian impulsif* atau pembelian spontan, yang banyak terjadi pada ruang publik komersial dengan intensitas konsumsi tinggi. Salah satu ruang komersial yang mengalami fenomena ini adalah kawasan kreatif Pos Bloc Medan, yang memiliki desain estetik dan ragam tenant UMKM yang menarik minat pengunjung untuk belanja tanpa perencanaan sebelumnya. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memegang peran strategis dalam perekonomian, baik di tingkat nasional maupun daerah. Di Kota Medan, UMKM menjadi salah satu penyumbang utama dalam penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat lokal. Pos Bloc Medan hadir sebagai kawasan kreatif dan komersial yang mendukung perkembangan UMKM, menyediakan ruang bagi pelaku usaha kuliner, fesyen, dan produk kreatif lainnya untuk memasarkan produk dan berinteraksi dengan konsumen. Keberagaman produk dan dinamika pengunjungnya menjadikan Pos Bloc Medan sebagai lokasi yang potensial untuk mengamati perilaku konsumen di lingkungan UMKM. Kemajuan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat bertransaksi dan membuat keputusan pembelian. Salah satu bentuknya adalah meningkatnya penggunaan sistem pembayaran non-tunai seperti dompet digital, QRIS, serta kartu debit dan kredit, yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi. Kemudahan ini dapat menurunkan hambatan psikologis konsumen dan memperbesar peluang terjadinya pembelian spontan, terutama di kawasan dengan intensitas interaksi konsumsi tinggi seperti Pos Bloc Medan.

Sistem pembayaran non-tunai adalah metode transaksi tanpa uang fisik yang menggunakan instrumen elektronik seperti kartu debit, kartu kredit, dompet digital (e-wallet), dan QRIS. Metode ini berkembang seiring digitalisasi ekonomi dan menawarkan transaksi yang lebih cepat, aman, dan praktis dibandingkan pembayaran tunai. Keunggulan tersebut turut membantu pelaku UMKM memperluas pasar dan mendukung operasional usaha secara lebih efisien (Hutahaean et al., n.d.). Peralihan dari pembayaran tunai ke sistem non-tunai mencerminkan perubahan sosial yang dipicu oleh dinamika teknologi digital dalam kegiatan ekonomi. Seiring meningkatnya adopsi instrumen pembayaran elektronik seperti kartu debit/kredit, mobile banking, dan QRIS, transaksi keuangan menjadi lebih

cepat, praktis, dan terdigitalisasi. Pergeseran ini menandai berkurangnya dominasi uang tunai dan tumbuhnya masyarakat yang semakin akrab dengan sistem pembayaran non-tunai di era digital (Putri et al., 2024). Peran uang tunai kini mulai tergantikan oleh sistem pembayaran non-tunai yang lebih efisien, cepat, dan praktis dalam transaksi sehari-hari. Transaksi non-tunai memungkinkan pembayaran dilakukan secara elektronik tanpa uang fisik, sehingga lebih mempermudah kegiatan ekonomi masyarakat modern (Diana & Kurniasari, 2021). Pembayaran non-tunai melalui instrumen elektronik seperti uang elektronik memungkinkan proses pembayaran berlangsung lebih cepat dan praktis dibandingkan dengan pembayaran tunai, terutama untuk transaksi bernilai kecil. Hal ini mengurangi ketergantungan pada uang fisik dan mendorong perubahan pola transaksi di masyarakat modern (Kristia & Ahmadi, 2024). Sistem pembayaran non-tunai memiliki sejumlah manfaat, seperti pencatatan transaksi yang lebih akurat, proses transaksi yang lebih efisien dan cepat, serta keamanan yang lebih terjamin, termasuk membantu meminimalkan risiko kehilangan uang fisik dan peredaran uang palsu. Selain itu, pencatatan otomatis dalam sistem non-tunai memudahkan pelacakan dan pengelolaan transaksi secara digital (Hasibuan, 2022). Transaksi non-tunai bertujuan meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam pembayaran serta melindungi konsumen selama berinteraksi. Sistem ini memudahkan pelacakan transaksi sehingga mengurangi resiko kecurangan dan memberikan perlindungan hukum keamanan data masih perlu di perhatikan agar manfaatnya optimal (Nasution et al., 2023).



Tabel 1. Jumlah Pengguna QRIS di Indonesia 2020-2025

Sumber: data diolah (2026)

Penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran elektronik dapat meningkatkan efisiensi transaksi UMKM dengan mempercepat proses pembayaran, mengurangi biaya pengelolaan kas, dan mempermudah pencatatan transaksi. Dengan mekanisme yang sederhana dan cepat, QRIS membantu mengurangi waktu antrean dan menjadi solusi pembayaran yang praktis bagi pelaku usaha kecil dalam menjalankan operasionalnya (Bachtiar et al., 2024). Efisiensi transaksi dalam pembayaran digital berarti sistem mampu memproses transaksi secara lebih cepat, praktis, dan murah dibandingkan metode konvensional, sehingga mendukung kelancaran operasional dan kenyamanan pelanggan dalam kegiatan ekonomi modern (Nistiani et al., 2025). Adopsi QRIS oleh UMKM mendorong transformasi digital

sistem pembayaran, karena metode ini mempermudah proses transaksi dan pencatatan keuangan secara efisien. Namun, implementasinya masih terbatas oleh rendahnya literasi digital, keterbatasan akses teknologi dan infrastruktur, serta kekhawatiran terhadap keamanan dan kepercayaan penggunaan sistem digital. Upaya edukasi dan peningkatan dukungan infrastruktur diperlukan agar QRIS dapat berperan maksimal dalam mempercepat digitalisasi UMKM (Turi & Syahrir, 2025). Transaksi non-tunai umumnya lebih efisien dibandingkan tunai karena pembayaran digital dapat diproses dengan waktu yang lebih cepat, biaya operasional lebih rendah, serta kenyamanan pengguna yang lebih tinggi dalam aktivitas sehari-hari. Hal ini membuat transaksi digital unggul dalam hal kecepatan dan kemudahan penggunaan dibandingkan pembayaran tunai, meskipun tunai masih digunakan dalam beberapa konteks tertentu (Sihotang & Nasution, 2025). Kemudahan bertransaksi berarti seberapa jauh seseorang yakin bahwa sistem pembayaran dapat digunakan dengan mudah tanpa banyak usaha, sehingga persepsi ini mendorong seseorang lebih sering memanfaatkan teknologi tersebut dalam kegiatan transaksi sehari-hari (Nasikah & Fuadi, 2022).

Dengan adanya perubahan sistem tunai ke non-tunai pelaku UMKM jadi bisa memahami kebutuhan konsumen. Perilaku konsumen sangat bervariasi dan dapat berubah setiap saat. Pelaku UMKM perlu melakukan pendekatan terhadap perilaku tersebut agar mengetahui apa saja yang melatarbelakangi konsumen dalam melakukan pembelian. Pembelian spontan sering kali terjadi tanpa direncanakan seperti melihat barang atau makanan yang unik. Pembelian secara spontan (*impulsive buying*) adalah tindakan dimana konsumen ingin membeli sebuah produk yang awalnya konsumen tidak berencana untuk membeli produk tersebut (Fatmalasari, 2024). Fenomena nyata dalam perilaku konsumen di mana keputusan membeli sering dipengaruhi oleh kondisi lingkungan dan dorongan situasional tanpa perencanaan sebelumnya. Dalam situasi ini, konsumen dapat membeli barang yang tidak mereka rencanakan sebelumnya karena adanya rangsangan eksternal seperti tampilan produk atau promosi yang menarik (Pujiastuti & Astuti, n.d.). Fenomena pembelian spontan (*impulse buying*) terjadi ketika konsumen membuat keputusan pembelian secara tiba-tiba tanpa perencanaan sebelumnya, sering kali dipicu oleh rangsangan lingkungan seperti promosi, penataan produk, atau suasana toko. Perilaku ini dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal konsumen seperti emosi dan kontrol diri, serta faktor eksternal seperti iklan, tata letak toko, dan stimulus pemasaran yang menarik perhatian secara instan (Yamini, 2022). Pembelian yang terjadi tanpa perencanaan sebelumnya kini semakin umum dan dapat mencerminkan gaya hidup konsumen modern, di mana keputusan membeli sering dilakukan secara spontan karena kemudahan akses pada produk dan rangsangan pemasaran, sehingga fenomena ini meluas pada berbagai kelompok konsumen (Darmawan & Putra, 2022). Tindakan membeli yang terjadi secara tiba-tiba dan tanpa perencanaan sebelumnya, dipicu oleh dorongan kuat setelah konsumen terpapar rangsangan lingkungan seperti tampilan produk atau promosi, sehingga keputusan pembelian dibuat tanpa pertimbangan matang terhadap alternatif atau konsekuensi lain (Eviyana & Yamini, 2023).

Menurut (Harahap & Amanah, 2022), keputusan pembelian konsumen tidak selalu direncanakan, karena kondisi dan situasi tertentu dapat memicu *impulsive buying* atau pembelian impulsif. Oleh karena itu, memahami perilaku impulsif ini penting agar pelaku usaha mengetahui seberapa besar kemungkinan konsumen melakukan pembelian spontan saat mengambil keputusan membeli suatu produk.

Berdasarkan uraian di atas, perilaku pembelian spontan pada konsumen UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh faktor pemasaran seperti promosi dan display produk, tetapi juga oleh implementasi sistem pembayaran non-tunai dan efisiensi transaksi. Sistem pembayaran digital yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dapat menurunkan hambatan dalam proses pembayaran, sehingga berpotensi meningkatkan kecenderungan pembelian spontan tersebut. Dengan demikian, sistem pembayaran non-tunai dan efisiensi transaksi menjadi variabel penting dalam memperluas kajian perilaku pembelian spontan pada konsumen UMKM, khususnya di lingkungan seperti Pos Bloc Medan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Pos Bloc Medan yang berlokasi di Jl. Pos No.1, Kesawan, Kec. Medan Barat, Kota Medan, Sumatera Utara 20111, selama periode Maret–Juni 2026. Penelitian menggunakan metode kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan survei kuantitatif dengan kuesioner sebagai instrumen utama. Pengumpulan data dilakukan secara langsung kepada pengunjung Pos Bloc Medan yang menjadi responden penelitian. Selanjutnya data tersebut dianalisis dengan teknik statistik untuk mengetahui hubungan maupun pengaruh antar variabel yang diteliti. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada objek penelitian. Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung dari sumber pertama, baik individu maupun kelompok (Sugiyono, 2021).

Populasi penelitian ialah semua pelanggan yang pernah berkunjung dan melakukan transaksi non-tunai. Populasi dalam penelitian ini bersifat tidak terbatas, karena jumlah pengunjung yang melakukan transaksi di Pos Bloc Medan setiap harinya tidak dapat diketahui secara pasti. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, sehingga diperoleh jumlah responden sebanyak 100 orang. Untuk mengetahui pengaruh sistem pembayaran non-tunai serta efisiensi transaksi terhadap pembelian spontan. Pengolahan data dilakukan menggunakan program SPSS.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden UMKM di Pos Bloc Medan dan dianalisis untuk menguji hipotesis serta mengetahui pengaruh variabel indepen-

den terhadap variabel dependen. Analisis yang digunakan meliputi analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden, analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh implementasi sistem pembayaran non-tunai dan efisiensi transaksi terhadap perilaku pembelian spontan, serta uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas guna memastikan kelayakan model regresi. Selain itu, dilakukan uji validitas menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dan uji *reliabilitas* menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan kriteria nilai lebih dari 0,6.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Penelitian ini dilakukan pada UMKM yang beroperasi di kawasan Pos Bloc Medan, yang bergerak di berbagai bidang usaha kreatif dan kuliner di Kota Medan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pembayaran non-tunai dan efisiensi transaksi terhadap pembelian spontan konsumen. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang konsumen yang pernah melakukan transaksi di UMKM Pos Bloc Medan. Metode analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji simultan (F), uji parsial (t), serta koefisien determinasi.

Uji Validitas Dan Reabilitas

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menilai kelayakan instrumen penelitian. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment, dengan kriteria bahwa item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung $> r$ tabel, dan tidak valid apabila r hitung $< r$ tabel. Sementara itu, uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur tingkat konsistensi instrumen dalam mengukur variabel penelitian, yang dinyatakan melalui nilai Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha (α) $> 0,60$. Hasil pengujian reliabilitas selanjutnya disajikan pada tabel berikut.

Table 1. Uji Validitas Dan Reabilitas

Variabel	Rentang r_{hitung}	Cronbach Alpha	Kesimpulan
Pembayaran Non-Tunai (X_1)	0,593 – 0,476	0,747	Valid dan Reliabel
Efisiensi Transaksi (X_2)	0,415 – 0,422	0,633	Valid dan Reliabel
Pembelian Spontan (Y)	0,578 – 0,450	0,662	Valid dan Reliabel

Sumber : Data Diolah Output SPSS Versi 26 (2025)

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Pembayaran Non-Tunai (X_1), Efisiensi Transaksi (X_2), dan Pembelian Spontan (Y) memiliki nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan r tabel (0,1975), sehingga seluruh instrumen dinyatakan valid. Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada masing-masing variabel berada di atas 0,60, yaitu sebesar 0,747 untuk variabel Pembayaran Non-Tunai, 0,633 untuk Efisiensi Transaksi, dan 0,662 untuk Pembelian Spontan. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas, tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen, serta tidak terdapat heteroskedastisitas, sehingga model layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Table 1. Hasil Uji Asumsi Klasik

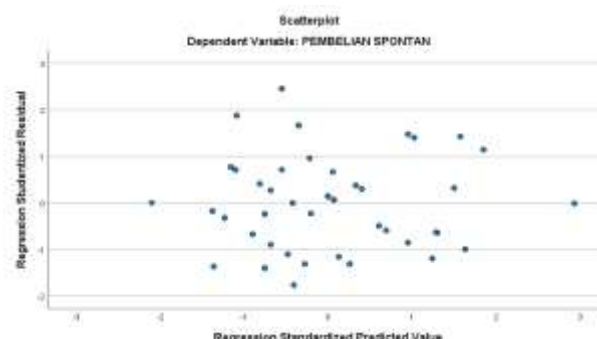
Uji	Hasil	Standar	Kesimpulan
Normalitas	Sig. 0,200	$> 0,05$	Data Berdistribusi Normal
Multikolinearitas	Tolerance 963; VIF 1.039	Tolerance $> 0,10$; VIF < 10	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber : Data Diolah Output SPSS Versi 26 (2025)

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik, model regresi dalam penelitian ini bisa dilihat dari tabel diatas dimana hasilnya telah memenuhi syarat statistik sehingga layak digunakan untuk analisis regresi linear berganda.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah varians residual dalam model regresi bersifat konstan. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengandung heteroskedastisitas (homoskedastisitas), karena keberadaan heteroskedastisitas dapat menurunkan keakuratan dan keandalan hasil analisis regresi.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Output SPSS Versi 26 (2025)

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot antara *Regression Standardized Predicted Value* dan *Regression Studentized Residual*, dapat diketahui bahwa titik-titik data tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Sebaran titik terlihat baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, serta tidak menunjukkan pola mengerucut, melebar, atau bergelombang. Kondisi ini mengindikasikan bahwa varians residual bersifat konstan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, sehingga data layak digunakan untuk analisis regresi selanjutnya.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel Pembayaran Non Tunai (X1) dan Efisiensi Transaksi (X2) terhadap Pembelian Spontan (Y), penelitian ini menggunakan metode analisis regresi

linear berganda. Proses pengolahan serta analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 26 for Windows. Selanjutnya, hasil analisis pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen diuraikan secara sistematis pada pembahasan berikut:

Table 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficient ^a	
	Model	Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	3.352	2.103
	Pembayaran Non-tunai	.493	.063
	Efisiensi Transaksi	.363	.073

a. Dependent Variable: PEMBELIAN SPONTAN

Sumber : Data Diolah Output SPSS Versi 26 (2025)

Nilai konstanta sebesar 3,352 menunjukkan bahwa apabila variabel pembayaran non-tunai dan efisiensi transaksi dianggap konstan atau bernilai nol, maka tingkat pembelian spontan tetap memiliki nilai sebesar 3,352. Koefisien regresi variabel pembayaran non-tunai sebesar 0,493 bernilai positif, yang berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan pembayaran non-tunai akan meningkatkan pembelian spontan sebesar 0,493 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan pembayaran non-tunai mendorong konsumen melakukan pembelian secara spontan.

Selanjutnya, koefisien regresi variabel efisiensi transaksi sebesar 0,363 juga bernilai positif. Artinya, setiap peningkatan efisiensi transaksi akan meningkatkan pembelian spontan sebesar 0,363 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Hal ini mengindikasikan bahwa proses transaksi yang cepat dan praktis dapat memicu perilaku pembelian spontan. Secara keseluruhan, hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa pembayaran non-tunai dan efisiensi transaksi berpengaruh positif terhadap pembelian spontan, sehingga kedua variabel tersebut berperan penting dalam mendorong perilaku pembelian konsumen.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui analisis regresi. Pengujian ini meliputi uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual, uji simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, serta koefisien determinasi untuk mengukur besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

Table 3. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian	Nilai	Signifikansi	Kesimpulan
Koefisien Determinasi (R ²)	,522	-	Pengaruh variabel sebesar 522
Uji F	53,016	0,000	Berpengaruh simultan signifikan
Uji t Pembayaran non-tunai (X1)	7.859	0,000	Berpengaruh positif dan signifikan

Uji t Efisiensi transaksi (X2)	5.006	0,000	Berpengaruh positif dan signifikan
--------------------------------	-------	-------	------------------------------------

Sumber : Data Diolah Output SPSS Versi 26 (2025)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembayaran non-tunai dan efisiensi transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian spontan konsumen di UMKM Pos Bloc Medan. Variabel pembayaran non-tunai memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan efisiensi transaksi, yang ditunjukkan oleh nilai t hitung pembayaran non-tunai yang lebih besar. Secara simultan, kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 52,2% variasi pembelian spontan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian seperti promosi, suasana toko, harga, dan faktor emosional konsumen.

PEMBAHASAN

Pengaruh Pembayaran Non-Tunai terhadap Pembelian Spontan

Hasil uji t menunjukkan bahwa pembayaran non-tunai berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian spontan. Hal ini dibuktikan oleh nilai t hitung sebesar 7,859 yang lebih besar dari t tabel (1,98472) serta nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan dan kepraktisan pembayaran non-tunai mendorong konsumen untuk melakukan pembelian secara spontan. Penggunaan pembayaran digital mengurangi hambatan transaksi dan memberikan kenyamanan, sehingga konsumen lebih mudah mengambil keputusan pembelian tanpa perencanaan sebelumnya. Temuan ini dapat dijelaskan melalui kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital, seperti QRIS, yang mampu menurunkan hambatan psikologis konsumen dalam bertransaksi. Ketika proses pembayaran menjadi lebih praktis dan tidak memerlukan uang tunai, konsumen cenderung lebih mudah mengambil keputusan pembelian secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan (Hasibuan, 2022) dan (Nasution et al., 2023) yang menyatakan bahwa penggunaan sistem pembayaran non-tunai meningkatkan intensitas transaksi dan mendorong perilaku konsumsi impulsif. Selain itu, (Diana & Kurniasari, 2021). juga menegaskan bahwa instrumen pembayaran non-tunai berperan penting dalam membentuk perilaku konsumsi masyarakat modern yang lebih fleksibel dan responsif terhadap rangsangan pembelian.

Pengaruh Efisiensi Transaksi terhadap Pembelian Spontan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa efisiensi transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian spontan, dengan nilai t hitung sebesar 5,006 dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Efisiensi transaksi yang ditunjang oleh penggunaan sistem pembayaran digital, seperti QRIS, membuat proses pembayaran menjadi lebih cepat dan mudah. Kondisi ini mempercepat pengambilan keputusan pembelian dan meningkatkan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian spontan. Efisiensi

transaksi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian spontan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin cepat dan sederhana proses transaksi, semakin besar kemungkinan konsumen melakukan pembelian secara impulsif. Efisiensi transaksi, yang ditandai dengan minimnya waktu tunggu dan kemudahan prosedur pembayaran, membuat konsumen merasa nyaman dan tidak ragu untuk segera menyelesaikan transaksi. Kondisi ini mendukung teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa situasi transaksi yang efisien dapat mempercepat pengambilan keputusan pembelian. Temuan ini konsisten dengan penelitian (Bachtiar et al., 2024) serta (Sihotang & Nasution, 2025) yang menyimpulkan bahwa sistem pembayaran digital mampu meningkatkan efisiensi transaksi UMKM dan mendorong peningkatan aktivitas pembelian. Penelitian (Putri et al., 2024) juga menemukan bahwa efektivitas penggunaan QRIS berkontribusi terhadap kelancaran transaksi yang berdampak pada peningkatan frekuensi pembelian.

Pengaruh Pembayaran Non-Tunai dan Efisiensi Transaksi terhadap Pembelian Spontan

Berdasarkan uji F , diperoleh nilai F hitung sebesar 53,016 yang lebih besar dari F tabel (3,09) dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa pembayaran non-tunai dan efisiensi transaksi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pembelian spontan. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,522 mengindikasikan bahwa kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 52,2% variasi pembelian spontan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Temuan ini menegaskan bahwa kemudahan pembayaran dan efisiensi transaksi merupakan faktor penting dalam mendorong perilaku pembelian spontan konsumen di Pos Bloc Medan. Secara simultan, pembayaran non-tunai dan efisiensi transaksi berpengaruh signifikan terhadap pembelian spontan. Temuan ini mengindikasikan bahwa integrasi antara sistem pembayaran digital yang mudah digunakan dan proses transaksi yang efisien menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku pembelian konsumen. Kombinasi kedua variabel tersebut menciptakan pengalaman berbelanja yang nyaman, cepat, dan minim hambatan, sehingga konsumen lebih terdorong untuk melakukan pembelian secara spontan. Hasil ini mendukung penelitian (Hutahaean et al., n.d.).. yang menyatakan bahwa ekosistem pembayaran digital yang optimal mampu meningkatkan penjualan UMKM melalui peningkatan kenyamanan transaksi. Selain itu, (Nasikah & Fuadi, 2022). menegaskan bahwa kemudahan dan kepercayaan dalam bertransaksi menjadi faktor kunci dalam keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa pembayaran non-tunai dan efisiensi transaksi memiliki peran strategis dalam mendorong perilaku pembelian spontan pada konsumen UMKM di Pos Bloc Medan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa implementasi sistem pembayaran non-tunai dan efisiensi transaksi memiliki peran yang sangat penting dan berpengaruh positif serta signifikan dalam mendorong perilaku pembelian spontan pada konsumen UMKM di Pos Bloc Medan. Secara parsial, kemudahan, kepraktisan, dan kenyamanan yang ditawarkan oleh sistem pembayaran non-tunai digital mampu menurunkan hambatan psikologis konsumen sehingga memicu pengambilan keputusan belanja tanpa perencanaan sebelumnya. Di samping itu, efisiensi transaksi yang optimal seperti penggunaan QRIS yang mempercepat proses pembayaran dan meminimalkan waktu tunggu antrean terbukti mempercepat jalannya transaksi dan secara langsung meningkatkan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian sesaat. Secara simultan, integrasi yang baik antara ekosistem pembayaran non-tunai yang andal dengan proses transaksi yang efisien memberikan kontribusi yang besar dalam menjelaskan variasi tindakan pembelian spontan para pengunjung.

Sebagai saran praktis bagi para pelaku UMKM di Pos Bloc Medan, sangat direkomendasikan untuk terus mempertahankan dan mengoptimalkan penggunaan instrumen pembayaran digital seperti QRIS serta memastikan stabilitas jaringan pendukungnya guna meminimalkan hambatan teknis saat transaksi berlangsung. Bagi pengelola kawasan Pos Bloc Medan, disarankan untuk memperkuat infrastruktur digital seperti penyediaan jaringan Wi-Fi publik yang stabil bagi pengunjung untuk terus merangsang ekosistem *cashless* yang lancar. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas variabel penelitian dengan menambahkan faktor eksternal lain seperti suasana tempat (*store atmosphere*), emosi positif, atau program promosi tenant yang belum terakomodasi dalam model penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- ANHARI, R. (2025). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL, EFISIENSI TRANSAKSI DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT PENGGUNAAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS) DI PURBALINGGA*.
- Bachtiar, A., Wesla, M., Sukirman, D., Claudia, N., Delia, D., Nicolas, R., Cendrawati, V., & Salsabila, W. F. (2024). *Penggunaan Qris Sebagai Sistem Cashless Dalam Meningkatkan Efisiensi Transaksi Umkm di UPN “ Veteran ” Jawa Timur*. *Ekonomi dan Bisnis , Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran ” Jawa Timur*. 2(1).
- Darmawan, D., & Putra, A. R. (2022). *Pengalaman pengguna, keamanan transaksi, kemudahan penggunaan, kenyamanan, dan pengaruhnya terhadap perilaku pembelian online secara impulsif*. 18(1), 26–45.
- Diana, F. N., & Kurniasari, W. (2021). *ANALISIS PENGARUH INSTRUMEN PEMBAYARAN NON TUNAI TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA*. 2(2), 116–133.

- Eviyana, D., & Yamini, E. A. (2023). *Pengaruh Suasana Toko , Tampilan Produk , Dan Potongan Harga. 1*(1).
- Fatmalasari, Y. (2024). *PENGARUH SIARAN LANGSUNG, FLASH SALE DAN SHOPEE AFFILIATE TERHADAP PEMBELIAN SECARA SPONTAN PADA PENGGUNA SHOPEE DI LAMONGAN.*
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2022). *MEMAHAMI IMPULSIF BUYING DALAM PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. 19*(28), 31–55.
- HASIBUAN, S. N. I. (2022). *ANALISIS TRANSAKSI PEMBAYARAN NON TUNAI MENGGUNAKAN APLIKASI QRIS PADA MASYARAKAT KOTA SIBOLGA.*
- Hutahaean, L., Shabrina, A. R., Martiani, Y., Syakduzzaman, Yulia, A., & Gunardi. (n.d.). *PERAN SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM. 1–8.*
- Kristia, E., & Ahmadi, M. A. (2024). *Implementasi QRIS sebagai Alternatif Pembayaran Non Tunai pada Kalangan Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah (UMKM): Peluang dan Tantangan. 2*(1), 1014–1024.
- Khasanah, N., & Oktiani, N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Konsumen Terhadap Kepuasan Layanan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, 1*(3), 223–233. <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i3.20>
- Mora, N., & Sidiq, S. S. (2024). *Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau. 7*(September), 10260–10268.
- Nasikah, D., & Fuadi, S. (2022). *PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN, KEMUDAHAN BERTRANSAKSI, KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA. 16*(1), 162–173.
- Nasution, S. A., Yafiz, M., & Nasution, M. L. I. (2023). *DAMPAK PENERAPAN SISTEM PEMBAYARAN NON TUNAI (CASHLESS) TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM DI SIPIROK PADA MASA COVID-19. 6.*
- Nistiani, A., Febrianti, L., Harpepen, A., Syariah, E., Islam, J. E., Islam, U., Fatmawati, N., & Bengkulu, S. (2025). *PELATIHAN PENERAPAN PEMBAYARAN QRIS PADA UMKM UNTUK MENINGKATKAN EFISIENSI TRANSAKSI TRAINING ON IMPLEMENTING QRIS PAYMENT FOR UMKM TO IMPROVE. 4*(3), 238–243. <https://doi.org/10.58184/mestaka.v4i3.672>
- Pujiastuti, N., & Astuti, R. F. (n.d.). *Pengaruh literasi ekonomi dan lingkungan sosial terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa. 107–117.*
- Putri, S. A., Noer, D., & Rahmanto, A. (2024). *Analisis Efektivitas Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai Alat Pembayaran Non Tunai pada Bank Syariah Indonesia KCP Godean 2. 5*(1), 456–476.
- Saranadila, & Lubis, D. I. D. (2026). Pengaruh Kualitas Produk dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Segar Sei Piring Kabupaten Asahan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, 3*(4), 998–1006. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.304>
- Sari, D. A. ., & Cece. (2026). Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Tingkat Kunjungan Konsumen Pada Cafe Kyoku Dimsum. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, 3*(4), 960–969. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.278>
- Sihotang, H. T. M., & Nasution, M. I. P. (2025). *PERBANDINGAN EFISIENSI TRANSAKSI UANG*

- Sugiyono, D. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi*. Alfabeta.
- Turi, L. O., & Syahrir, S. N. (2025). *Analisis penggunaan pada efisiensi transaksi keuangan pada umkm di boepinang. 8(339), 1–4.*
- Wijayanti, W. (2021). *Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, dan Display Product terhadap Impulse Buying (Survey pada Mokko Factory Ponorogo)*. 105–138.
- Wistiasari, D., Adi, R., Bahri, M. I. ., Siswanto, H., & Ling, T. A. (2026). Mendorong Loyalitas Konsumen dalam E-Commerce melalui Kesadaran Merek, Kepuasan Pelanggan, dan Keterlibatan Pelanggan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(4), 375–385. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.209>
- Yamini, E. A. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Spontan. 1(4), 882–888.*