

PENGARUH KEMUDAHAN TRANSAKSI DIGITAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA UMKM BUBUR AYAM LUMRAH

Rihhadatul Aisya¹, Restu Solehatunnisa², Indah Dwi Septiani³, Amanda Putri Rosianih⁴, Dhia Fitriyani⁵, Sunita Dasman⁶

¹⁻⁶ Universitas Pelita Bangsa, Cikarang Selatan, Bekasi, Jawa Barat, Indonesia

Rihhadatul.aisya04@gmail.com , restusn12345@gmail.com , indahdwiseptiani931@gmail.com ,
amandaputrirosiani11@gmail.com , dhiafitriyani2@gmail.com ,
sunita.dasman@pelitabangsa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan transaksi digital dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Bubur Ayam Lumrah. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 50 responden yang merupakan konsumen UMKM Bubur Ayam Lumrah dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kemudahan transaksi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai signifikansi sebesar 0,066. Secara simultan, kemudahan transaksi digital dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,810 menunjukkan bahwa kemudahan transaksi digital dan harga mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 81,0%, sedangkan sisanya sebesar 19,0% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kemudahan transaksi digital menjadi faktor yang berpengaruh dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada UMKM Bubur Ayam Lumrah,

Article history

Received: Juli 2026

Reviewed: Juli 2026

Published: Juli 2026

Plagirism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under
a [creative commons
attribution-noncommercial
4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

sedangkan harga tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Kemudahan Transaksi Digital, Harga, Keputusan Pembelian, UMKM.

Abstract

This study aims to analyze the influence of digital transaction convenience and price on consumer purchasing decisions at Bubur Ayam Lumrah MSME. The study uses a quantitative approach with a survey method. Data were obtained through distributing questionnaires to 50 respondents who are consumers of Bubur Ayam Lumrah MSME using a purposive sampling technique. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 26. The results of the study show that partially, digital transaction convenience has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions with a significance value of 0.000, while price does not have a significant effect on consumer purchasing decisions with a significance value of 0.066. Simultaneously, digital transaction convenience and price have a significant effect on consumer purchasing decisions with a significance value of 0.000. The coefficient of determination (R Square) value of 0.810 indicates that digital transaction convenience and price are able to explain consumer purchasing decisions by 81.0%, while the remaining 19.0% is influenced by other factors outside the study. Based on the results of the study, it can be concluded that digital transaction convenience is a factor that influences the improvement of consumer purchasing decisions at Bubur Ayam Lumrah MSME, while price does not provide a significant influence on consumer purchasing decisions.

Keywords: Digital Transaction Convenience, Price, Purchasing Decisions, MSMEs.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Perkembangan UMKM yang semakin pesat menyebabkan persaingan usaha menjadi semakin ketat, termasuk pada sektor kuliner. Kondisi tersebut mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam memberikan pelayanan yang mampu meningkatkan minat dan keputusan pembelian konsumen. Salah satu bentuk inovasi yang banyak diterapkan saat ini adalah penggunaan sistem pembayaran digital yang memberikan kemudahan dalam proses transaksi.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi. Pembayaran digital melalui QRIS, mobile banking, maupun dompet digital semakin banyak digunakan karena dinilai lebih praktis, cepat, dan efisien dibandingkan transaksi tunai. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk UMKM (Wildana et al., 2026). Kemudahan dalam bertransaksi mampu meningkatkan kenyamanan konsumen sehingga mendorong terjadinya keputusan pembelian.

Selain kemudahan transaksi digital, harga juga merupakan faktor yang sering menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian. Menurut (Utami & Artino, 2025) Harga yang sesuai dengan kualitas produk, manfaat yang diperoleh, serta kemampuan daya beli konsumen dapat memengaruhi keputusan pembelian. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen baik secara parsial maupun simultan dengan variabel lainnya (Wijayanto et al., 2023).

UMKM Bubur Ayam Lumrah merupakan usaha kuliner yang telah beroperasi selama kurang lebih satu tahun dan berlokasi di Jalan Raya Setu-Kampung Utan, Kampung Rawa Banteng. Lokasi usaha yang berada di tepi jalan raya memberikan kemudahan akses bagi konsumen. Selain menyediakan pembayaran secara tunai, usaha ini juga telah menerapkan sistem pembayaran digital untuk mempermudah transaksi pelanggan. Namun demikian, keputusan pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan transaksi digital, tetapi juga oleh persepsi konsumen terhadap harga yang ditawarkan (Situmorang et al., 2026).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kemudahan transaksi digital dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Bubur Ayam Lumrah.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh kemudahan transaksi digital dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Bubur Ayam Lumrah.

Penelitian dilaksanakan pada UMKM Bubur Ayam Lumrah yang berlokasi di Jalan Raya Setu, Kampung Utan, Kampung Rawa Banteng. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen UMKM Bubur Ayam Lumrah. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden pernah melakukan pembelian pada UMKM Bubur Ayam Lumrah dan bersedia mengisi kuesioner penelitian. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 responden.

Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima poin, yaitu:

- 1 = Sangat tidak setuju
- 2 = Tidak setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat setuju.

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas kemudahan transaksi digital (X1) dan harga (X2), sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y). Variabel kemudahan transaksi digital diukur menggunakan lima indikator, variabel harga diukur menggunakan lima indikator, dan variabel keputusan pembelian diukur menggunakan lima indikator.

Analisis data dilakukan menggunakan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 26. Teknik analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, serta analisis regresi linear berganda.

3. Hasil dan Pembahasan

Pada penelitian ini, analisis data dilakukan menggunakan metode regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh kemudahan transaksi digital dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Bubur Ayam Lumrah. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 26. Hasil analisis meliputi koefisien determinasi (R^2), uji F, uji t, dan persamaan regresi linear berganda. Adapun hasil pengujian dapat dijelaskan sebagai berikut.

3.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 1. Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.900 ^a	.810	.801	.361
a. Predictors: (Constant), X2, X1				

(Sumber: Output SPSS)

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan nilai R Square sebesar 0,810. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel kemudahan transaksi digital dan harga mampu menjelaskan variasi keputusan pembelian konsumen sebesar 81,0%. Sementara itu, sisanya sebesar 19,0% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi usaha, promosi, maupun faktor lainnya.

Nilai koefisien determinasi yang tinggi menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dengan demikian, kemudahan transaksi digital dan harga dapat dikatakan memiliki kontribusi yang cukup besar dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada UMKM Bubur Ayam Lumrah.

3.2 Uji F (Pengaruh Simultan)

Tabel 2. ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.032	2	13.016	99.886	.000 ^b
	Residual	6.125	47	.130		
	Total	32.157	49			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

(Sumber: Output SPSS)

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 99,886 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa kemudahan transaksi digital dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Bubur Ayam Lumrah.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan dipengaruhi oleh kombinasi berbagai faktor. Dalam penelitian ini, kemudahan transaksi digital dan harga terbukti secara simultan mampu memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Semakin mudah proses transaksi yang diberikan dan semakin baik persepsi konsumen terhadap harga yang ditawarkan, maka kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian akan semakin tinggi.

3.3 Uji t (Pengaruh Persial)

Tabel 3. Coefficients

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.064	.305	.209	.835		
	X1	.767	.118	6.519	.000	.331	3.022
	X2	.224	.119	1.882	.066	.331	3.022

a. Dependent Variable: Y

(Sumber: Output SPSS)

3.3.1 Pengaruh kemudahan transaksi digital terhadap keputusan pembelian

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kemudahan transaksi digital memiliki nilai t hitung sebesar 6,519 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa kemudahan transaksi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung mempertimbangkan kemudahan pembayaran ketika melakukan pembelian. Ketersediaan metode pembayaran digital seperti transfer bank maupun QRIS memberikan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam proses transaksi. Kemudahan tersebut dapat meningkatkan pengalaman konsumen sehingga mendorong terjadinya keputusan pembelian.

3.3.2 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai t hitung sebesar 1,882 dengan nilai signifikansi sebesar 0,066. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Bubur Ayam Lumrah.

Hasil ini mengindikasikan bahwa konsumen tidak menjadikan harga sebagai pertimbangan utama dalam melakukan pembelian. Meskipun harga tetap menjadi salah satu faktor yang diperhatikan, namun konsumen kemungkinan lebih mempertimbangkan faktor lain seperti kemudahan transaksi, rasa produk, kualitas pelayanan, maupun lokasi usaha. Oleh karena itu, perubahan persepsi harga tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

3.4 Persamaan Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,064 + 0,767X_1 + 0,224X_2$$

Nilai konstanta sebesar 0,064 menunjukkan bahwa apabila variabel kemudahan transaksi digital dan harga dianggap konstan atau bernilai nol, maka keputusan pembelian memiliki nilai sebesar 0,064.

Koefisien regresi variabel kemudahan transaksi digital sebesar 0,767 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kemudahan transaksi digital akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,767 satuan dengan asumsi variabel lain tetap. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan transaksi digital memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Koefisien regresi variabel harga sebesar 0,224 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada persepsi harga akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,224 satuan. Namun demikian, berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa pengaruh variabel harga tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kemudahan transaksi digital dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Bubur Ayam Lumrah, dapat disimpulkan bahwa kemudahan transaksi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah sistem transaksi digital yang tersedia, maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen.

Variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen tidak menjadikan harga sebagai faktor utama dalam melakukan pembelian pada UMKM Bubur Ayam Lumrah.

Secara simultan, kemudahan transaksi digital dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Selain itu, kedua variabel tersebut mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 81,0%, sedangkan sisanya sebesar 19,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Situmorang, P. R., Silalahi, R., & Sihite, M. (2026). Pengaruh Kemudahan Transaksi , Konten Informatif , Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Aplikasi Shopee Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Angkatan 2023-2024 Universitas Methodist Indonesia. 5(1), 10820-10831.
- Utami, A. D., & Artino, A. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Siomay dan Es Sekoteng. 3(1), 32-42.
- Wijayanto, D. R., Niaga, A., Malang, P. N., Pembelian, K., & Teduh, A. P. (2023). Pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian di umkm angkringan kraksaan.
- Wildana, T., Lubis, H., Efendi, N., & Siagian, H. (2026). Implementasi Sistem Pembayaran Digital Dan Digital Marketing Mendorong Keputusan Pembelian Produk UMKM Kota Pematangsiantar. 16(01), 102-116. <https://doi.org/10.55601/jwem.v16i1.2018>