



Website:

ejournal.umm.ac.id/index.php/jaa

Afiliasi:

^{1,2}Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Solo, Indonesia

***Correspondence:**

a210200062@student.ums.ac.id

DOI: [10.22219/jaa.v7i2.32767](https://doi.org/10.22219/jaa.v7i2.32767)

Sitasi:

Rachmawati, S., & Wahyudi, T, N. (2024). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Qris Pada Generasi Z. Jurnal Akademi Akuntansi, 7(2), 251-266.

Proses Artikel

Diajukan:

19 Maret 2024

Direviu:

22 April 2024

Direvisi:

22 Mei 2024

Diterima:

24 Mei 2024

Diterbitkan:

30 Mei 2024

Alamat Kantor:

Jurusan Akuntansi
Universitas Muhammadiyah Malang
Gedung Kuliah Bersama 2
Lantai 3,
Jalan Raya Tlogomas 246,
Malang, Jawa Timur,
Indonesia

P-ISSN: 2715-1964

E-ISSN: 2654-8321

Tipe Artikel: Paper Penelitian

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGUNAAN QRIS PADA GENERASI Z

Selly Rachmawati^{1*}, Tri Nur Wahyudi²

ABSTRACT

Purpose: The research aims to analyze the influence of lifestyle, financial literacy, benefits, ease, security and confidence on the decision to use QRIS as a modern payment method on Generation Z born on 1997–2012 and using QRIS payments.

Methodology/approach: The research used quantitative data with random sampling from Generation Z respondents. Using descriptive analysis, double regression analysis and data analysis techniques : validity and reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroskedasy test, simple linear regression analytics test, partial t-test, simultaneous f-test and determination coefficient test.

Findings: The result of this study showed that lifestyle, benefits and security variables influenced (positively) the decision to use QRIS in Generation Z. While the financial literacy, ease and trust variables did not influence (negatively) QRIS use decisions in Generation Z.

Practical and Theoretical contribution/Originality: The research contributes to modern and practical transaction activities that can reduce conventional transactions so as to increase revenue and increase knowledge about the use of cashless payment applications.

Research Limitation: The research is limited only to the Z Generation. The spread is not at its maximum so subsequent censorship will expand the population spread in data acquisition.

KEYWORDS: Buying Decisions; Financial Literacy; Lifestyle; Security; Trust.

ABSTRAK

Tujuan penelitian: Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh lifestyle, literasi keuangan, manfaat, kemudahan, keamanan, dan kepercayaan dalam pilihan menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran modern pada Generasi Z kelahiran tahun 1997-2012 dan memakai pembayaran QRIS.

Metode/pendekatan: Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan kriteria random sampling dari responden Generasi Z. Menggunakan analisis deskriptif, analisis Regresi berganda dan menggunakan teknik analisis data uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linear sederhana, uji t parsial, uji f simultan dan uji koefisien determinasi.

Hasil: Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Lifestyle, Manfaat dan Keamanan berdampak (positif) terhadap keputusan yang berkaitan dengan penggunaan QRIS



pada generasi Z. Sebaliknya variabel Literasi Keuangan, Kemudahan dan Kepercayaan tidak berpengaruh (negatif) terhadap keputusan yang berkaitan dengan penggunaan QRIS pada generasi Z.

Kontribusi Praktik dan Teoretis/Orisinalitas: Penelitian ini memberikan kontribusi pada praktek transaksi modern yang dapat mengurangi kegiatan transaksi secara konvensional sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan meningkatkan pengetahuan tentang penggunaan aplikasi pembayaran cashless.

Keterbatasan Penelitian: Studi ini hanya dibatasi hanya generasi Z saja. Dalam penyebaran belum maksimal sehingga untuk penelitian yang selanjutnya agar memperluas sebaran jumlah populasi dalam pemerolehan data.

KATA KUNCI: Literasi Keuangan; Lifestyle; Keamanan; Kepercayaan; Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, ekonomi global mengalami digitalisasi yang signifikan. Pada saat ini dunia berada di era 5.0, di mana semua teknologi telah menjadi bagian dari manusia dan digunakan untuk membantu kehidupan sehari-hari. Penggunaan smartphone sangat vital dalam menjalani kehidupan, seperti yang dijelaskan oleh Suranto bahwa Hp adalah simbol teknologi modern dan simbol kehidupan modern (Saputri, 2020). Hal ini akan mengakibatkan transformasi yang melibatkan penggunaan teknologi komunikasi dan informasi dalam banyak aspek kehidupan sehari-hari. Metode pembayaran dan transaksi keuangan sudah diterapkan sehingga mulai mengalami perubahan yang signifikan. Masyarakat menjadi lebih cerdas, inklusif dan berkelanjutan sudah mulai melakukan pemanfaatan teknologi digital. Sehingga sekarang ini transformasi digital membentuk cara baru dalam berinteraksi dengan uang dan layanan keuangan.

Keterbaruan di dalam penelitian ini yaitu memasukan variabel lifestyle sebagai pertimbangan generasi z dalam pengambilan keputusan penggunaan pembayaran digital. penelitian ini menjadi pionir dengan mengintegrasikan faktor gaya hidup (Lifestyle) sebagai faktor utama yang mempengaruhi preferensi pembayaran digital generasi Z, yang selama ini belum banyak dieksplorasi secara mendalam pada studi-studi sebelumnya. Dengan memfokuskan pada aspek-aspek gaya hidup (Lifestyle) seperti kebiasaan belanja, penggunaan teknologi pembayaran digital, dan preferensi lainnya penelitian ini akan memberikan perspektif baru yang lebih komprehensif dalam memahami perilaku konsumen generasi z.

Menurut Harsono, kondisi lingkungan kehidupan modern ditandai dengan perubahan besar yang saling terkait dan munculnya perusahaan yang saling bersaing (Saputri, 2020). Munculnya teknologi keuangan Fintech sebagai tanggapan terhadap kebutuhan dan tuntutan industri keuangan telah mendorong masyarakat untuk beralih ke metode pembayaran digital yang lebih canggih. Untuk mendukung gaya hidup digital, perilaku konsumen yang menginginkan layanan keuangan digital yang cepat, mudah dan aman.

Bentuk dari Financial Teknologi dengan Transformasi digital yaitu Pembayaran Digital. Adanya pembayaran digital maka mulai bermunculan layanan berupa Dompot Digital atau *Digital Wallet*. Dompot digital memudahkan pengelolaan uang dan transaksi dengan perangkat pintar seperti smartphone. Beberapa penyedia dompet digital yang mulai diminati di Indonesia termasuk GoPay, OVO, DANA, LinkAja, Shopeepay, BCA Mobile (SAKUKU),

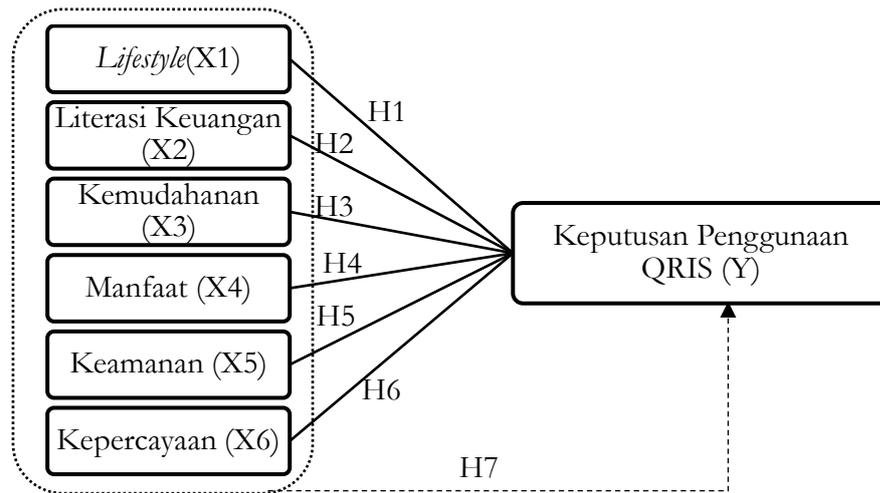
JENIUS, iSAKU (Telkomsel), Kredivo, dan BRI MOBILE (BRIMO). Dengan adanya pembayaran ini akan memberikan keamanan dan kenyamanan bagi konsumen dan pihak merchant. Karena ada beberapa tahapan mulai dari scan kode QR yang sudah disediakan oleh pihak merchant sampai akhirnya pada tahap transaksi yang dinyatakan berhasil dengan munculnya bukti transaksi di masing-masing aplikasi e-wallet. Hal ini dianggap kurang efisien oleh konsumen karena harus mempunyai bermacam-macam aplikasi e-wallet. Untuk tujuan ini, Bank Indonesia (BI) menetapkan standar yang dikenal sebagai Kode Nasional juga dikenal sebagai QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*).

Penggunaan dompet digital dengan menggunakan sistem QRIS membawa perubahan yang signifikan bagi berbagai kalangan usaha. Ini karena sebagian besar bisnis menggunakan sistem QRIS. Bank Indonesia (BI) melaporkan bahwa jumlah pedagang (merchant) yang telah memanfaatkan metode Quick Response Code Indonesia (QRIS) sampai 31 Oktober 2023 dengan jumlah yang diperoleh 29,63 juta pengguna. Dari sekelompok orang ini, mayoritas 91,9% adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sebaliknya, BI mencatat volume transaksi QRIS sebanyak 243 juta kali pada Oktober 2023, naik 155% dibandingkan tahun sebelumnya dan menjadi 43,44 juta pengguna, setara dengan 96,53% dari target jumlah pengguna QRIS yang ditetapkan bank sentral hingga akhir tahun ini. Selanjutnya, nilai transaksi QRIS sebesar Rp24,97 triliun pada bulan lalu, naik sebesar 186,08% dibandingkan bulan sebelumnya ([Bayu, 2023](#)).

Berdasarkan data diatas, kenaikan penggunaan QRIS berdampak pada banyak hal salah satunya adalah keputusan pembelian. Pada penelitian sebelumnya menunjukkan perbedaan dalam hal objek penelitiannya ([Sava et al., 2024](#)). Di sisi lain, penelitian sebelumnya tidak menjelaskan hasil dari variabel kondisi fasilitas. Sehingga tidak dapat mengetahui sejauh mana kinerja penggunaan QRIS sebagai tolak ukur pengembangan teknologi QRIS ([Gunawan et al., 2023](#)). Dalam penelitian lainnya yang berfokus pada variabel ketersediaan layanan dan efektivitas penggunaan secara parsial maupun simultan penggunaan QRIS ([Lintang et al., 2023](#)).

Dalam pengambilan keputusan melibatkan proses integrasi, mengintegrasikan informasi dalam menilai beberapa tindakan potensial memilih salah satu proses yang akan dilalui ([Wahyuni & Waloejo, 2020](#)). Konsumen membuat keputusan dengan menggabungkan berbagai perspektif untuk membuat keputusan ([Hafifuddin & Wahyudi, 2022](#)). Menurut penjelasan ahli diatas terbukti bahwa keputusan penggunaan merupakan langkah-langkah yang diambil untuk membuat keputusan yang bisa terjadi di keputusan pembelian yang dilakukan oleh individu atau pihak konsumen sebagai evaluasi dari pilihannya.

QRIS (dibaca KRIS) adalah program yang menggunakan kode QR yang dibuat oleh berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) untuk membuat proses transaksi lebih mudah, cepat, dan aman.. QRIS yang sudah dikembangkan harus dilakukan oleh semua penyedia jasa sistem pembayaran yang menggunakan kodeQR. Pedoman implementasi QRIS yaitu dalam Bank Indonesia (BI) yang menerbitkan Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG) No.21/18/PADG/2019 tentang Implementasi Standar Nasional Quick Response Code untuk Pembayaran pada 16 Agustus 2019. Tujuan dari penerbitan adalah untuk menjamin keberhasilan operasi sistem pembayaran QRIS di Indonesia. QRIS sudah digunakan secara nasional sejak 1 Januari 2020. Bank Indonesia membuat QR Standar untuk kompensasi yang dilakukan melalui dompet elektronik atau mobile banking ([Komunikasi, 2019](#)).



Gambar 1.
Kerangka
Penelitian

Data menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia terdiri dari Generasi Z dengan mayoritas yang lahir dari tahun 1997 hingga 2012 (Rainer, 2023). Penelitian sebelumnya oleh menemukan bahwa 78% dari Gen Z memiliki ketertarikan dan memiliki barang keuangan yang bersifat non tunai (Hanni & Pujiastuti, 2023). Lebih dari 73% Gen Z memiliki dompet digital dan Hanya 5% generasi Z yang memiliki uang elektronik (e-money). Selanjutnya, 68 persen anggota Gen Z ingin menggunakan metode pembayaran nontunai. Namun, 57 persen Gen Z hanya tertarik dengan transaksi tunai dan tidak tertarik menggunakan uang elektronik (e-money) atau dompet digital (e-wallet). Berdasarkan jumlah dan cara generasi Z menggunakan transaksi keuangan, fokus penelitian ini adalah pada subjek Generasi Z. Namun, penelitian ini juga akan menggunakan variabel yang berbeda dari penelitian sebelumnya.

Lifestyle atau gaya hidup menurut Chaney merupakan tindakan yang membedakan orang satu dengan orang lain (M. T. Putri et al., 2023). Menurut Kotler dan Armstrong, menyatakan ada dua sumber daya yang dapat berdampak pada kehidupan seseorang, yaitu faktor internal (dalam diri) dan eksternal (luar) (Mahdiyan & Hermani, 2019). Penelitian ini akan meneliti faktor yang asalnya dari dalam diri seseorang (internal). Faktor internal termasuk sikap, pengalaman, pengamatan, kepribadian, ide, niat, dan persepsi. Melalui pengujian *Lifestyle* yang mencakup berbagai aspek internal akan memiliki peranan penting dalam mempengaruhi generasi Z terhadap keputusan penggunaan metode pembayaran (QRIS). gaya hidup seseorang termasuk preferensi, kebiasaan dan nilai-nilai yang dimilikinya, dapat mempengaruhi pilihan dan keputusan pembayaran individu. Misalnya, individu dengan gaya hidup yang lebih modern dan mengutamakan efisiensi dalam bertransaksi akan cenderung lebih menggunakan QRIS sebagai opsi pembayaran, karena sesuai dengan pola hidup dan nilai-nilai individu tersebut sebaliknya, jika individu dengan gaya hidup yang lebih konservatif atau tradisional mungkin akan lebih cenderung untuk tetap menggunakan metode pembayaran konvensional. Hal ini akan memberikan pemahaman bagaimana faktor internal *Lifestyle* mempengaruhi perilaku keuangan generasi Z, yang belum banyak dijelaskan secara mendalam dalam penelitian sebelumnya. Dalam studi penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa *Lifestyle* berdampak positif yang signifikan pada keputusan penggunaan QRIS (Ramadhan et al., 2023), (Rohmaniyah et al., 2022), (M. T. Putri et al., 2023).

H1 : *Lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS pada Generasi Z.

Literasi keuangan didefinisikan kemampuan seseorang untuk mengatur keuangan maupun usaha pribadi dengan tujuan untuk mencapai kesejahteraan pribadi maupun usahanya

(Kusumaningrum et al., 2023). Literasi Keuangan memiliki peranan penting dalam pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan individu (L. P. Putri, 2021). Indikator yang diaplikasikan sebagai variabel literasi keuangan pada penelitian ini yakni : Pengetahuan dan keterampilan keuangan, sikap dan perilaku keuangan dan Resiko penggunaan QRIS (Nia Monica Putri et al., 2023). Pengetahuan dan keterampilan keuangan memungkinkan individu untuk lebih memahami dan memanfaatkan teknologi pembayaran digital, sementara sikap dan perilaku keuangan yang baik akan mendorong penggunaan teknologi pembayaran digital yang lebih bijak dan efisien. Pemahaman terhadap resiko dalam penggunaan QRIS juga akan membantu individu dalam membuat keputusan yang tepat. Melalui literasi keuangan dapat membantu individu dalam keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital. Hal ini dikatakan dalam studi penelitian yang menjelaskan bahwa variabel literasi keuangan berdampak positif yang signifikan pada keputusan mengenai penggunaan QRIS (Agustian & Wibisono, 2023), (Nia Monica Putri et al., 2023), dan (Ramadhan et al., 2023).

H2 : Literasi Keuangan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS pada Generasi Z.

Menurut Turban et al., menyatakan jika sistem informasi mudah digunakan dan dipahami maka kepercayaan seseorang dapat dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan (Dirwan & Themba, 2022). Sedangkan menurut Venkatesh, aspek usability yaitu: sistem yang sederhana dan mudah dipahami, dapat memungkinkan interaksi, dapat mengurangi jumlah upaya yang dibutuhkan untuk berhubungan dengan sistem, dan memiliki kemampuan untuk menggunakan sistem yang dibuat oleh individu dengan mudah (Dirwan & Themba, 2022). Pernyataan ini dapat menjadi dasar bagi pihak konsumen untuk memilih menggunakan QRIS dalam berdasarkan persepsi kemudahan. Sistem yang sederhana dan mudah dipahami akan meningkatkan kenyamanan bagi pengguna, memungkinkan interaksi yang lancar, serta dapat mengurangi upaya yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi. Melalui persepsi kemudahan akan mempengaruhi keputusan penggunaan pembayaran digital (QRIS) oleh generasi Z secara umum. Hal ini dikatakan dalam studi penelitian oleh dalam hasil analisisnya diketahui bahwa variabel kemudahan berdampak besar pada keputusan tentang penggunaan QRIS (Rahmawati & Arief Arfiandy, 2023), (Hanni & Pujiastuti, 2023), (Sava et al., 2024), (Agustiningrum & Andjarwati, 2021), (Ramadhan et al., 2023), dan (M. T. Putri et al., 2023).

H3 : Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS pada Generasi Z.

Perceived Trust merupakan keadaan individu dalam menetapkan niat untuk menerima kepekaan perilaku individu lain (Gunawan et al., 2023). Kepercayaan dalam segala transaksi mempunyai tugas penting dalam bertransaksi dimana tidak ada jaminan bahwa vendor tidak akan mencari keuntungan dengan mempertaruhkan pelanggan. Sedangkan dalam penelitian lain menjelaskan bahwa dengan adanya standar scan kode QR menggunakan sistem pembayaran QRIS memiliki banyak keuntungan bagi pengguna (konsumen) maupun bagi pihak merchant (Pratiwi, 2023). Manfaat penggunaan QRIS antara lain:

1. Bagi Pihak Pengguna Aplikasi (Konsumen)
 - a) Cepat, hal ini dikarenakan dalam pembayaran menggunakan teknologi scan QR Code
 - b) Praktis, hal ini dikarenakan konsumen tidak perlu repot untuk membawa uang tunai (cash).
 - c) Efektif, dikarenakan pengguna dapat menggunakan sistem pembayaran QRIS di semua tempat pembelian (Merchant).
 - d) Aman, dikarenakan sistem sudah dilindungi dan diawasi oleh Bank Indonesia.
2. Bagi Pihak Merchant

- a) Menjadikan pihak merchant lebih praktis dalam memproses transaksi penjualan.
- b) Menjadikan pihak merchant memiliki potensi untuk terus meningkatkan penjualan.
- c) Dapat mengurangi potensi adanya uang palsu yang beredar.
- d) Dapat meningkatkan branding merchant yang menguntungkan pihak merchant.
- e) Dapat mengurangi human error dalam memproses transaksi penjualan.

Dapat disimpulkan bahwa manfaat dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS dapat dirasakan dan telah memberikan insentif tambahan bagi pengguna dan pedagang yang sudah menggunakan. Melalui persepsi manfaat berperan penting bagi pengguna dan merchant. Ketika pengguna merasakan manfaat yang signifikan dari penggunaan QRIS, pengguna akan cenderung untuk mempengaruhi keputusan pembelian dengan menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran. Persepsi manfaat mempengaruhi bagaimana pengguna mengevaluasi nilai tambah yang diberikan oleh QRIS dalam memenuhi kebutuhan pembayaran. Dalam pengambilan keputusan penggunaan QRIS, persepsi manfaat menjadi faktor penting yang akan mempengaruhi penerimaan atau tidaknya terhadap penggunaan metode pembayaran digital QRIS. Hal ini dikatakan dalam studi penelitian dimana dalam hasil penelitian menjelaskan bahwa variabel keuntungan berdampak positif pada pilihan penggunaan QRIS oleh [\(Hanni & Pujiastuti, 2023\)](#), [\(Agustiningrum & Andjarwati, 2021\)](#), [\(Ramadhan et al., 2023\)](#), dan [\(M. T. Putri et al., 2023\)](#).

H4 : Manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS pada Generasi Z.

Keamanan yakni cara pandang seseorang untuk melihat sejauh mana suatu produk atau layanan dapat dikatakan aman [\(Sava et al., 2024\)](#). Sedangkan menurut Gupta et al., berpengaruh besar terhadap pemilihan penggunaan, transmisi data dan penyimpanan data [\(Dirwan & Themba, 2022\)](#). Dari penjelasan ini dapat disimpulkan bahwa persepsi keamanan terhadap keputusan pembelian merupakan cerminan seseorang untuk melihat mekanisme metode pembayaran dan transmisi data serta penyimpanan suatu produk atau layanan sehingga dapat dikatakan aman khususnya untuk penggunaan teknologi QRIS. Persepsi keamanan ini sangat penting bagi teknologi pembayaran seperti QRIS, karena pengguna perlu merasa aman dalam setiap transaksi. Sehingga dengan adanya persepsi keamanan, pengguna merasa aman dalam pengambilan keputusan penggunaan QRIS. Hal ini dikatakan dalam studi penelitian dimana dalam hasil penelitian menjelaskan bahwa variabel kemanfaatan berkontribusi besar pada keputusan penggunaan QRIS oleh [\(Sava et al., 2024\)](#), [\(Agustiningrum & Andjarwati, 2021\)](#), dan [\(Rachmawati & Arief Arfiansyah, 2023\)](#).

H5 : Keamanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS pada Generasi Z.

Kepercayaan merupakan evaluasi hubungan antara individu dengan individu lainnya dalam melakukan transaksi berdasarkan ketergantungan integritas sistem teknologi saat memanfaatkan sistem teknologi informasi [\(Nia Monica Putri et al., 2023\)](#). Menurut Kaufaris dan Hampton-Sosa menjelaskan bahwa Kepercayaan dapat diukur dengan cara membentuk keyakinan pelanggan pada integritas, kebijakan, dan kemampuan perusahaan [\(Agustiningrum & Andjarwati, 2021\)](#). Kesimpulan yang dapat ditarik adalah bahwa kepercayaan dalam transaksi berbasis teknologi diperhitungkan tidak hanya keandalan sistem teknologi, namun juga adanya integritas, kebijakan, dan kemampuan penyediaan layanan. Indikator yang diaplikasikan pada penelitian ini adalah integritas, kebijakan dan kemampuan perusahaan. Persepsi kepercayaan diperlukan dalam pengambilan keputusan penggunaan, terutama dalam metode pembayaran digital. Kepercayaan yang kuat akan mempengaruhi individu dalam menggunakan QRIS, dan sebaliknya jika persepsi kepercayaan rendah maka individu enggan untuk menggunakan atau mengandalkan QRIS sebagai alat pembayaran digital. Hasil studi penelitian menyatakan bahwa persepsi kepercayaan memiliki dampak positif yang signifikan

pada pilihan penggunaan QRIS oleh ([Nia Monica Putri et al., 2023](#)), ([Agustiningrum & Andjarwati, 2021](#)), ([Adabi, 2020](#)), dan ([M. T. Putri et al., 2023](#)).

257

H6 : Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS pada Generasi Z.

Penelitian ini menggunakan Generasi Z sebagai subjek penelitiannya. Oleh sebab itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak gaya hidup, literasi keuangan, pengetahuan tentang keuntungan, kemudahan, keamanan, dan kepercayaan dalam pilihan penggunaan QRIS pada generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan kepada pihak merchant dan pihak layanan digital agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan khususnya pelanggan Generasi Z yang bertransaksi dengan menggunakan metode pembayaran QRIS.

METODE

Kriteria populasi yang digunakan yaitu pada Generasi Z (kelahiran 1997 sampai 2012) ([Rainer, 2023](#)). Dimana pada tahun 2024 ini, kriteria generasi Z berumur mulai dari usia 12 tahun sampai dengan usia 27 tahun. Kriteria populasi yang lain yaitu pengguna secara aktif dan pasif penggunaan QRIS. Dikarenakan Jumlah Orang-orang yang terlibat dalam penelitian ini tidak diketahui, maka metode *purposive sampling* digunakan dalam pengambilan sampel. Menurut Sugiyono, *Purposive Sampling* adalah metode pengumpulan sampel yang mempertimbangkan aspek tertentu. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan jumlah sampel penelitian. Dengan demikian, 100 orang yang berpartisipasi dalam penelitian ini dipilih sebagai sampel melalui penerapan metode *stratified random sampling* ([Pradnyawati & Cipta, 2021](#)).

Jenis penelitian kuantitatif diterapkan dalam penelitian ini, dan sumber data primernya adalah kuesioner yang disebar melalui Google Form. Penelitian ini melakukan analisis deskriptif bertujuan untuk menjelaskan sampel penelitian. Data penelitian terkumpul dari 111 Responden. Ini sudah cukup memenuhi kriteria dari minimum 100 responden dengan metode *Purposive Sampling* dengan rumus solvin. Perolehan responden berdasarkan karakteristik tahun kelahiran, didominasi oleh responden kelahiran tahun 1997-2004 dengan jumlah 92 orang, dan responden kelahiran tahun 2005-2012 dengan jumlah 19 orang. Selanjutnya berdasarkan karakteristik lama menggunakan QRIS, mayoritas responden telah menggunakan QRIS selama lebih dari 1 Tahun yaitu sejumlah 76 orang, sedangkan 35 orang responden hanya menggunakan QRIS kurang dari 1 tahun. Karakteristik yang terakhir yaitu intensitas penggunaan QRIS dalam 1 bulan terakhir, kebanyakan responden menggunakan QRIS lebih dari 5 kali dalam sebulan sejumlah 65 orang, dan responden yang menggunakan QRIS kurang dari 5 kali dalam sebulan sejumlah 48 orang.

Penelitian ini mengukur variabel dengan skala likert dari 1 hingga 4. Nilai 1 menunjukkan bahwa sangat tidak setuju, Nilai 2 menunjukkan bahwa tidak setuju, Nilai 3 menunjukkan bahwa setuju, dan Nilai 4 menunjukkan bahwa sangat setuju. Hasil kuesioner telah di modifikasi menjadi empat point untuk menghindari hasil bias dari kuesioner yang sudah disebar. Atau dengan kata lain untuk menghilangkan jawaban netral atau ragu-ragu dari responden yang menjawab kuesioner. Alasan jawaban netral dihilangkan adalah karena memiliki sifat multi-interpretabel, artinya jawaban memiliki makna ganda. Alasan lainnya karena jawaban netral akan menimbulkan kecenderungan responden yang memilih jawaban tengah, khususnya untuk mereka yang ragu-ragu dalam menentukan pendapatnya ke setuju atau ke tidak setuju. Sehingga, jika disediakan kategori jawaban netral maka informasi yang didapatkan dari responden akan cenderung kurang maksimal ([Wahyudi & Ratna Sari, 2019](#)).

JAA

7.2

Data untuk penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji t parsial, uji f simultan, dan uji koefisien determinasi adalah beberapa metode yang digunakan

untuk menganalisis data. Program SPSS versi 25 for windows digunakan untuk pengolahan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas digunakan dalam penelitian untuk mengevaluasi validitas kuesioner. Proses validasi dilakukan apabila tingkat signifikansi 95 % ($\alpha = 5\%$) dan $df = 30 - 2 = 28$, lalu membandingkan r hitung dan r tabel, jika r hitung lebih besar dari r tabel maka kuesionernya valid, jika sebaliknya tidak valid. Diperoleh jumlah hasil uji responden sejumlah 30 sampel. Hasil dari analisis uji validitas dengan jumlah pertanyaan sebanyak 38 item dalam kuesioner menunjukkan bahwa semua variabel valid karena r -hitung ≥ 0.361 , sehingga Semua pertanyaan yang berkaitan dengan masing-masing variabel dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji responden sejumlah 30 orang, analisis uji realibilitas menunjukkan hasil seluruh variabel memiliki nilai *cronbach alpha* $\geq 0,70$. Jadi, hasil uji realibilitas dengan item pertanyaan sejumlah 38 item dalam seluruh variabel dapat diputuskan bahwa penelitian ini dapat digunakan dalam penelitian ini..

Menurut Tabel 1, dengan jumlah 111 responden dapat diketahui apakah variabel-variabel tersebut telah terdistribusi normal atau tidak untuk menghindari adanya bias dalam analisis data. Hasil normalitas dianggap normal jika nilai signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, sesuai dengan prinsip pengambilan keputusan uji normalitas Kolmogorov-smirnov, dapat dilihat bahwa hasil data pada tabel diatas memiliki nilai signifikansi 0,54, yang lebih besar dari 0,05. Ini menampilkan data terdistribusi normal, yang berarti bahwa standar normalitas model regresi telah dipenuhi.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Tabel 1.
Hasil Uji
Normalitas

	Unstandardized Residual	Sig. Determinan	Result
N	111		
Asymp. Sig. (2-tailed)	,054 ^c	0,50	Normal

Sumber: data diolah SPSS, 25

Coefficients^a

Tabel 2.
Hasil Uji
Multikolonieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Result
	Tolerance	VIF	
<i>Lifesyle (X1)</i>	,354	2,829	Tidak terjadi multikolonieritas
Literasi Keuangan (X2)	,248	4,034	Tidak terjadi multikolonieritas
Kemudahan (X3)	,213	4,688	Tidak terjadi multikolonieritas
Manfaat (X4)	,221	4,534	Tidak terjadi multikolonieritas
Keamanan (X5)	,181	5,540	Tidak terjadi multikolonieritas
Kepercayaan (X6)	,212	4,714	Tidak terjadi multikolonieritas

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: data diolah SPSS, 25

Coefficients ^a		
Variabel	Sig.2 Tailed	Result
<i>Lifesyle (X1)</i>	,077	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Literasi Keuangan (X2)	,467	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kemudahan (X3)	,859	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Manfaat (X4)	,661	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Keamanan (X5)	,318	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kepercayaan (X6)	,972	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Tabel 3.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: data diolah SPSS, 23

Menurut Tabel 2, dilihat dari nilai Tolerance dan VIF diketahui bahwa nilai toleransi masing-masing variabel dependen lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10,00. Jadi, Tidak semua variabel dependen menunjukkan korelasi yang signifikan satu sama lain antara variabel independen dan model regresi dapat diterima.

Menurut Tabel 3, dengan variabel Abs_RES sebagai variabel dependen, dapat diketahui nilai signifikansi (Sig).2 Tailed Semua variabel memiliki nilai di atas 0,05. Dengan demikian, sesuai dengan prinsip pengambilan keputusan uji glejser, Ada kemungkinan bahwa gejala heteroskedastisitas tidak ditemukan selama pemeriksaan ini.

Setelah uji asumsi klasik kemudian Data diproses melalui proses regresi linier berganda. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah variabel *Lifestyle*, Literasi Keuangan, Kemudahan, Manfaat, Keamanan dan Kepercayaan mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS pada generasi Z. Dibawah ini merupakan uraian tentang pengujian analisis regresi linier berganda:

Persamaan regresi dapat diperoleh sebagai berikut :

$$Y = 3,296 + 0,244 (X1) - 0,061 (X2) + 0,123 (X3) + 0,386 (X4) + 0,314 (X5) - 0,146 (X6)$$

MODEL	Koefisien Regresi	T _{hitung}	Sig. Determinan
Constant	3,296	2,778	,006
<i>Lifesyle (X1)</i>	,244	3,646	,000
Literasi Keuangan (X2)	-,061	-,504	,615
Kemudahan (X3)	,123	,748	,456
Manfaat (X4)	,386	2,415	,017
Keamanan (X5)	,314	2,259	,026
Kepercayaan (X6)	-,146	-1,348	,181

Tabel 4.
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Dependent Variabel : Keputusan Pembelian

Sumber: data diolah SPSS, 25

Tabel 5.
Hasil Uji T
(Parsial)

Coefficients ^a				
Variabel	T _{Hitung}	Nilai Sig.	Kriteria	Hasil
<i>Lifestyle</i> (X1)	3,646	0,000	0,05	Berpengaruh
Literasi Keuangan (X2)	-,504	0,615	0,05	Tidak Berpengaruh
Kemudahan (X3)	,748	0,456	0,05	Tidak Berpengaruh
Manfaat (X4)	2,415	0,017	0,05	Berpengaruh
Keamanan (X5)	2,259	0,026	0,05	Berpengaruh
Kepercayaan (X6)	-1,348	0,181	0,05	Tidak Berpengaruh

Sumber: data diolah SPSS, 25

Nilai koefisien konstanta ditampilkan dari penjelasan hasil koefisien regresi linier berganda yang diperoleh sebesar 4,156 dapat diartikan secara matematis menyatakan maka dapat diartikan jika variabel independen X1, X2, X3, X4, X5 dan X6 bernilai 0 (konstan) maka variabel dependen (Y) bernilai 4,156. Dengan kata lain bahwa keputusan pembelian tanpa *Lifestyle*, Literasi Keuangan, Kemudahan, Manfaat, Keamanan dan Kepercayaan adalah 4,156.

H1 : Pengaruh *Lifestyle* terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Z

Dari hasil riset pengujian yang sudah dilakukan sesuai dengan Tabel 5, dapat disimpulkan bahwa variabel *Lifestyle* (X1) memiliki nilai T-hitung sebesar 3,646 sedangkan nilai T-tabel sebesar 1,98157. Oleh karena itu, nilai T-hitung besar dari T-tabel ($3,646 > 1,98157$) dan taraf signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel *Lifestyle* berdampak besar pada keputusan tentang penggunaan QRIS.

Penemuan ini mendukung hipotesis dari penelitian sebelumnya oleh ([Ramadhan et al., 2023](#)) yang menjelaskan bahwa *lifestyle* berdampak besar pada keputusan tentang penggunaan QRIS pada generasi muda. Penelitian lain yang dilakukan ([Rohmaniyah et al., 2022](#)) menjelaskan bahwa *lifestyle* berdampak besar pada keputusan tentang penggunaan QRIS oleh mahasiswa angkatan 2019 di Universitas Islam Malang. Dan penelitian lainnya oleh ([M. T. Putri et al., 2023](#)) yang menjelaskan bahwa *lifestyle* berkontribusi positif dan signifikan terhadap keputusan siswa Yogyakarta untuk menggunakan QRIS. Berdasarkan analisis penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa Generasi Z sudah mampu menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran modern. Penemuan ini tidak hanya memperkuat hasil dari penelitian sebelumnya tetapi juga menunjukkan konsistensi dan relevansi persepsi Lifestyle sebagai faktor penentu dalam keputusan [enggunan QRIS di kalangan Generasi Z sebagai kelompok usia muda di Indonesia.

H2 : Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Z

Dari hasil riset pengujian yang sudah dilakukan sesuai dengan Tabel 5, dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan (X2) memiliki nilai T-hitung -0,504 dan nilai T-tabelnya 1,9815. Maka T-hitung lebih kecil dari T-tabel ($-0,504 < 1,98157$) dan tingkat relevansinya sebesar $0,615 > 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel literasi keuangan tidak berdampak besar pada keputusan tentang penggunaan QRIS.

Penemuan ini tidak mendukung hipotesis dan tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh ([Agustian & Wibisono, 2023](#)) yang menemukan bahwa keputusan dipengaruhi secara signifikan oleh pengetahuan keuangan yakni masyarakat Bantul dalam menggunakan QRIS. Penelitian lain oleh ([Nia Monica Putri et al., 2023](#)) menemukan bahwa keputusan dipengaruhi secara signifikan oleh pengetahuan keuangan dalam bertransaksi dengan menggunakan QRIS pada kalangan UMKM di Kota Bengkulu. Selain itu, penelitian sebelumnya oleh ([Ramadhan](#)

[et al., 2023](#)) menjelaskan bahwa literasi keuangan mempengaruhi keputusan tentang penggunaan QRIS pada generasi muda. Hasil pengujian tersebut dikarenakan perbedaan subjek penelitian yang lebih spesifik. Dalam penelitian ini menggunakan Generasi Z sebagai subjek penelitian dengan kriteria umur 12-27 tahun dan daerah penyebaran kuesioner lebih luas. Sehingga menyebabkan Generasi Z masih belum bisa sepenuhnya menggunakan QRIS karena masih sedikit pengetahuan tentang literasi keuangan dalam memilih untuk menggunakan pembayaran digital QRIS. Meskipun literasi keuangan penting, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada Generasi Z, literasi keuangan belum menjadi faktor yang signifikan dalam keputusan penggunaan QRIS.

H3 : Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Z

Dari hasil riset pengujian yang sudah dilakukan sesuai dengan Tabel 5, Ada kemungkinan bahwa variabel kemudahan (X3) memiliki nilai T-tabel 1,98157 dan nilai T-hitung 0,748. Jadi, T-tabel lebih besar daripada T-hitung ($0,748 < 1,98157$), dan taraf signifikansinya 0,456 lebih besar daripada 0,05. Oleh karena itu, Dimungkinkan untuk mengatakan bahwa variabel kemudahan tidak memengaruhi keputusan tentang penggunaan QRIS.

Penemuan ini tidak mendukung hipotesis dan tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh [\(Rahmawati & Arief Arfiansyah, 2023\)](#) yang menemukan bahwa kemudahan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan bahwa pelaku UMKM harus menggunakan QRIS. Penelitian lain yang dilakukan [\(Hanni & Pujiastuti, 2023\)](#) bahwa generasi Z di Kota Batang sangat tertarik untuk menggunakan QRIS karena dianggap mudah digunakan. Penelitian lainnya oleh [\(Nia Monica Putri et al., 2023\)](#) menyatakan bahwa kemudahan berdampak besar pada keputusan transaksi menggunakan QRIS pada UMKM dikota Bengkulu. Penelitian sebelumnya oleh [\(Sava et al., 2024\)](#) menemukan bahwa persepsi kemudahan berdampak besar pada keputusan pembelian terhadap efektifitas QRIS pada mahasiswa di Kantin Pusat ITS. Penelitian lainnya oleh [\(Agustiningrum & Andjarwati, 2021\)](#) menyatakan bahwa hal tersebut mempengaruhi preferensi pembelian online secara signifikan. Penelitian lainnya oleh [\(Ramadhan et al., 2023\)](#) menyatakan bahwa persepsi kemudahan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS pada Generasi Muda. Dan penelitian lainnya oleh [\(M. T. Putri et al., 2023\)](#) dalam analisisnya menyatakan bahwa persepsi kemudahan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap penggunaan QRIS pada mahasiswa di Yogyakarta.

Hasil pengujian sebelumnya berbeda dengan hasil analisis pengujian ini dikarenakan perbedaan subjek penelitian yang lebih spesifik. Dalam penelitian ini menggunakan Generasi Z sebagai subjek penelitian dengan kriteria umur 12-27 tahun dan daerah penyebaran kuesioner lebih luas. Hal ini menyebabkan persepsi kemudahan dalam penggunaan QRIS masih belum diterima dengan baik sehingga Generasi Z masih belum mudah menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital. meskipun kemudahan merupakan faktor penting dalam konteks tertentu, namun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada Generasi Z, persepsi kemudahan belum menjadi faktor yang signifikan dalam keputusan penggunaan QRIS.

H4 : Pengaruh Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Z

Dari hasil riset pengujian yang sudah dilakukan sesuai dengan Tabel 5, dapat disimpulkan bahwa variabel manfaat (X4) memiliki nilai T-hitung 2,415 dan T-tabelnya 1,98157. T-tabel tidak sama dengan T-hitung, jadi T-hitung lebih besar ($2,415 > 1,98157$) dan taraf signifikansi sebesar $0,017 < 0,05$. Jadi, Ada kesimpulan bahwa variabel manfaat memengaruhi pilihan penggunaan QRIS.

Penemuan ini mendukung hipotesis yang ada dan sudah konsisten dengan temuan penelitian sebelumnya oleh ([Hanni & Pujiastuti, 2023](#)) yang berpendapat bahwa persepsi kemanfaatan berdampak besar pada minat dalam keputusan penggunaan QRIS pada generasi Z di Kota Batang. Penelitian sebelumnya oleh ([Agustiningrum & Andjarwati, 2021](#)) menemukan bahwa hubungan persepsi manfaat dengan keputusan penggunaan QRIS berpengaruh positif signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh ([Ramadhan et al., 2023](#)) menemukan bahwa persepsi manfaat berdampak besar pada peningkatan keputusan untuk menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS di Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh ([M. T. Putri et al., 2023](#)) mengatakan bahwa persepsi kemanfaatan memiliki dampak besar terhadap keputusan aplikasi pembayaran digital QRIS untuk pelajar di Yogyakarta. Sehingga dapat disimpulkan dari hasil analisis, bahwa manfaat penggunaan QRIS bagi Generasi Z sudah terasa baik sebagai pihak konsumen maupun sebagai pihak merchant saat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran modern. Penemuan ini menunjukkan konsistensi persepsi manfaat QRIS dalam berbagai konteks dan pengguna, menguatkan relevansi dan pentingnya QRIS sebagai solusi pembayaran digital yang lebih efektif.

H5 : Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Z

Dari hasil riset pengujian yang sudah dilakukan sesuai dengan Tabel 5, Ada kemungkinan bahwa variabel keamanan (X5) memiliki nilai T hitung 2,259 dan nilai t tabel 1,98157. Dengan demikian, T-hitung lebih besar daripada T-tabel (2,259 lebih besar daripada 1,98157), dan taraf relevansinya 0,026 lebih rendah daripada 0,05. Akibatnya, dapat dikatakan bahwa faktor keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan QRIS.

Hasil penelitian ini tidak hanya mendukung hipotesis saat ini, tetapi juga sesuai dengan temuan penelitian sebelumnya oleh ([Sava et al., 2024](#)) yang berpendapat bahwa persepsi keamanan mempunyai dampak besar pada keputusan pembelian terhadap efektifitas QRIS pada mahasiswa di Kantin Pusat ITS. Penelitian lainnya oleh ([Agustiningrum & Andjarwati, 2021](#)) menyatakan bahwa faktor keamanan sangat memengaruhi keputusan pembelian. Namun ini tidak konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh ([Rachmawati & Arief Arfiansyah, 2023](#)) menyatakan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS pada UMKM. Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat dikatakan bahwa persepsi keamanan dalam penggunaan QRIS sudah aman dan melindungi pengguna sehingga Generasi Z bisa sepenuhnya menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital dengan rasa aman tanpa cemas. Penemuan ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan merupakan faktor penting yang mendukung keputusan penggunaan QRIS, terutama di kalangan Generasi Z yang mengandalkan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari.

H6 : Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Z

Dari hasil riset pengujian yang sudah dilakukan sesuai dengan Tabel 5, dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan (X6) memiliki nilai T-hitung -1,348 dan T-tabelnya 1,98157. Karena itu, T-tabel lebih kecil dari T-hitung ($-1,348 < 1,98157$), dan tingkat relevansinya adalah $0,181 < 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kepercayaan tidak berdampak besar pada keputusan tentang penggunaan QRIS.

Penemuan ini tidak mendukung hipotesis dan tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh ([Nia Monica Putri et al., 2023](#)) telah menunjukkan bahwa kepercayaan mempengaruhi keputusan yang dibuat tentang transaksi menggunakan QRIS pada UMKM di Kota Bengkulu. Penelitian lainnya oleh ([Agustiningrum & Andjarwati, 2021](#)) menyatakan bahwa Faktor kepercayaan memengaruhi keputusan pembelian aplikasi online. Penelitian lainnya

oleh (Adabi, 2020) bahwa kekuatan relatif pada Indikator kepercayaan pelanggan Indihome di Witel Telkom Depok dapat diklasifikasikan sebagai baik atau signifikan. Penelitian lainnya oleh (M. T. Putri et al., 2023) mengatakan bahwa persepsi kepercayaan itu berdampak baik dan signifikan terhadap penggunaan QRIS. Berdasarkan perbedaan hasil analisis sebelumnya dengan hasil analisis dalam penelitian ini, dapat dikatakan bahwa kepercayaan dalam penggunaan QRIS masih bisa dikatakan rendah sehingga Generasi Z masih belum bisa sepenuhnya percaya menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital. Hasil penemuan ini menunjukkan bahwa meskipun penelitian sebelumnya menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS, faktor kepercayaan mungkin belum sepenuhnya diterima oleh Generasi Z, yang membutuhkan upaya lebih lanjut untuk meningkatkan kepercayaan mereka terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital.

Uji F (Simultan)

Berdasarkan hasil Uji F (Simultan) dengan Keputusan Pembelian sebagai variabel dependent menunjukkan hasil Sig. Determinan < Alpha Penelitian sebesar ($0,000 < 0,05$), maka Tolak H_0 (signifikan).

H7 : Pengaruh *Lifestyle*, Literasi Keuangan, Kemudahan, Keamanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Z

Dari hasil riset pengujian yang sudah dilakukan sesuai dengan Tabel 6, Ada bukti bahwa nilai Sig($0,000 < 0,05$). Jadi, Ada kemungkinan bahwa variabel X1,X2,X3,X4,X5 dan X6 secara bersamaan berdampak signifikan pada Keputusan Pembelian (Y). Sehingga persyaratan Nilai koefisien determinasi untuk analisis linear berganda telah memenuhi syarat..

Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh hasil besarnya nilai koefisien determinasi (R Square) yakni sebesar 61,9%. Artinya, bahwa variabel *Lifestyle* (X1), Literasi Keuangan (X2), Kemudahan (X3), Manfaat (X4), Keamanan (X5) dan Kepercayaan (X6) secara bersamaan (berpengaruh pada Keputusan Pembelian (Y) sebesar 61,9 persen). Sedangkan sisanya sebesar 38,1% dipengaruhi oleh variabel alternatif yang tidak termasuk dalam persamaan regresi ini atau variabel yang belum diteliti.

SIMPULAN

Temuan yang di dapatkan dalam penelitian ini yakni ditemukan perbedaan terhadap penelitian sebelumnya. Hal ini disebabkan karena populasi yang dilakukan menggunakan generasi Z dalam percobaannya serta ditemukan adanya pro dan kontra dalam penggunaan aplikasi QRIS yang mempengaruhi generasi Z dalam menggunakan metode pembayaran tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian menunjukkan hanya variabel *Lifestyle*, Manfaat dan Keamanan yang berpengaruh positif terhadap keputusan yang dibuat tentang penggunaan QRIS pada generasi Z. Sebaliknya variabel Literasi Keuangan, Kemudahan dan Kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan yang dibuat tentang penggunaan QRIS pada generasi Z.

Keterbatasan pada penelitian ini adalah nilai adjusted r² sebanyak 61,9%. Namun, variabel luar yang belum diteliti masih memengaruhi bagian lain hanya menggunakan generasi Z dan dalam penyebarannya belum secara maksimal disebarkan ke seluruh daerah. Penelitian ini hanya berfokus pada sistem penggunaan QRIS dalam proses keputusan pembelian dan tidak menjelaskan aplikasi apa yang dipakai. Rekomendasi untuk penelitian lanjutan diharapkan dapat memperluas subjek penelitian Dan juga hasil penelitian dapat dijadikan pengetahuan

dan pertimbangan untuk pembelian dalam mengambil keputusan penggunaan QRIS.

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.30872/jmmn.v12i1.7259>
- Agustian, R. T., & Wibisono, D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Manfaat, Motivasi Hedonis Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran (Qris). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK Dan BI)*, 6(2), 203–212. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v6i2.1091>
- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 896–906. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p896-906>
- Bayu, D. (2023). *Data Merchant QRIS Menurut Skala Usaha per 31 Oktober 2023*. Ekonomi Digital. <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/data-merchant-qr-is-menurut-skala-usaha-per-31-oktober-2023>
- Dirwan, D., & Themba, O. S. (2022). Keputusan Pembelian dari Aspek Desain Website, Kepercayaan, Keamanan dan Kemudahan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1305–1314. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2735>
- Gunawan, A., Fatikasari, A. F., & Putri, S. A. (2023). The Effect of Using Cashless (QRIS) on Daily Payment Transactions Using the Technology Acceptance Model. *Procedia Computer Science*, 227, 548–556. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.10.557>
- Hafifuddin, H., & Wahyudi, R. (2022). Analisis Persepsi Jamaah Masjid di Kecamatan Gondokusuman Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness*, 4(1), 114–127. <https://doi.org/10.24256/dinamis.v5i2.3347>
- Hanni, N. F., & Pujiastuti, Y. (2023). Peningkatan Minat Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS) Sebagai Pendukung Bisnis Islami. *JIEF Journal of Islamic Economics and Finance*, 3(2), 125–133. <https://doi.org/10.28918/jief.v3i2.1126>
- Komunikasi, D. (2019). *Bank Indonesia Terbitkan Ketentuan Pelaksanaan QRIS*. Bank Indonesia Bank Sentral Republik Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/Bank-Indonesia-Terbitkan-Ketentuan-Pelaksanaan-QRIS.aspx>
- Kusumaningrum, S. M., Wiyono, G., & Maulida, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Sikap Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM di Kapanewon Godean, Kabupaten Sleman. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 227–238. <https://doi.org/10.33059/jseb.v14i2.6867>
- Lintang, A., Sudibyoy, P., Aprieza, R., Zandra, P., Wahyuni, H., Akuntansi, J., & Malang, P. N. (2023). Pengaruh Ketersediaan Dan Efektivitas Penggunaan QRIS Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Malang Jurusan Akuntansi Tahun 2019). *Seminar Nasional Gabungan Bidang Sosial-Polinema*, 2023.
- Mahdiyan, A., & Hermani, A. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan in Store Promotion Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Konsumen Matahari Departement Store Java Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8, 1–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2019.24042>

- Nia Monica Putri, Idham Lakoni, & Sintia Safrianti. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan Qris Pada Umkm Di Kota Bengkulu. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 356–364. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i2.1259>
- Pradnyawati, I. G. A. B., & Cipta, W. (2021). Pengaruh Luas Lahan, Modal dan Jumlah Produksi Terhadap Pendapatan Petani Sayur di Kecamatan Baturiti. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 93. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v9i1.27562>
- Pratiwi, F. N. (2023). The Influence of The QRIS Payment Method on Purchase Decisions in Bandung State Polytechnic Students. *International Journal Administration, Business & Organization*, 4(3), 79–87. <https://doi.org/https://doi.org/10.61242/ijabo.23.279>
- Putri, L. P. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi melalui Perilaku Keuangan sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora*, 1(1), 769–775. <https://doi.org/https://doi.org/10.53695/sintesa.v1i1.407>
- Putri, M. T., Hatta, A. J., & Indraswono, C. (2023). Analisis Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Dan Risiko Terhadap Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(3), 215–228. <https://doi.org/10.53916/jeb.v17i3.73>
- Rahmawati, S., & Arief Arfiansyah, M. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan QRIS Pada UMKM Kota Surakarta. *Journal Management*, 22(3), 2655–2826. <https://doi.org/https://doi.org/10.33557/mbia.v22i3.2663>
- Rainer, P. (2023). *Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/pierrerainer/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>
- Ramadhan, D., Asri, H. R., Gisijanto, H. A., Hartanti, N. D., & Setyarini, E. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda. *Lentera Bisnis Manajemen*, 01(04). <https://doi.org/https://doi.org/10.59422/lbm.v1i04.168>
- Rohmaniyah, F. A., Asiyah, S., & Rachmat, A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, e-WOM, Dan Cashless Society Terhadap Keputusan Dalam Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2019 Universitas Islam Malang). *Riset Manajemen*, 12(02), 1–10.
- Saputri, R. (2020). *Kemudahan Bertransaksi Terhadap Minat Bertransaksi Daring (Online) Di Tokopedia (Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah Surakarta)*.
- Sava, A. A., Mas, K., & Hardika, R. A. (2024). *Pengaruh Penggunaan Metode Pembayaran QRIS Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa ITS : Studi Kasus Kantin Pusat ITS*. 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.59581>
- Wahyudi, P. H. P., & Ratna Sari, M. M. (2019). Pengaruh Kecerdasan Emosional, Fasilitas Belajar dan Kompetensi Dosen Terhadap Persepsi Prestasi Akademik Mahasiswa Akuntansi. *E-Jurnal Akuntansi*, 29(3), 1083. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v29.i03.p13>
- Wahyuni, R. C., & Waloejo, H. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pt Pos Indonesia (Persero) Kantor

Pos Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 349–356.
<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26438>