

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi digital telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat modern, salah satunya di Indonesia, perkembangan ini tidak hanya mempengaruhi cara orang berkomunikasi atau mendapatkan informasi, tetapi juga membawa dampak signifikan terhadap sektor ekonomi. Dalam beberapa dekade terakhir, teknologi telah merevolusi berbagai aspek ekonomi, salah satunya adalah sistem pembayaran. Perbankan digital dan sistem pembayaran non-tunai berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi, sehingga masyarakat mulai beralih dari metode pembayaran konvensional ke metode yang lebih canggih dan efisien (Alfaris, 2023).

Inovasi dalam teknologi perbankan digital telah mendorong munculnya fenomena “*cashless society*”, di mana masyarakat semakin beralih ke penggunaan dompet digital. Peralihan ini merupakan dampak langsung dari kemajuan teknologi informasi yang telah mengubah cara masyarakat melakukan pembayaran, dari yang sebelumnya menggunakan uang tunai, kini lebih mengandalkan transaksi non-tunai. Seiring berkembangnya fenomena “*cashless society*” di Indonesia, pemerintah secara aktif mendukung terbentuknya Gerakan Nasional Non – Tunai (GNNT), dideklarasikan oleh Bank Indonesia (BI) pada 14 Agustus 2014 bertujuan untuk menciptakan sistem pembayaran aman, efisien dan lancar, pada gilirannya akan dapat mendorong sistem keuangan nasional bekerja secara efektif dan efisien. GNNT juga diharapkan mampu meminimalisasi kendala dalam pembayaran tunai, seperti uang tidak diterima karena lusuh/sobek/tidak layak edar dan meningkatkan efisiensi saat transaksi di mana masyarakat tidak perlu membawa uang dalam jumlah besar. Dengan demikian, dapat meningkatkan efektivitas transaksi yaitu menghindari adanya kesalahan hitung atau human error.

Sistem pembayaran digital menawarkan kemudahan dan efisiensi. Salah satu inovasi yang berperan penting dalam transformasi ini adalah QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard), sebuah standar kode QR yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan diluncurkan pada tanggal 17 Agustus 2019 untuk memfasilitasi pembayaran digital agar proses transaksi pembayaran secara domestik menggunakan QR Code dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Dengan adanya QRIS, masyarakat dapat melakukan transaksi dengan lebih cepat dan praktis hanya melalui perangkat seluler. Mulai 1 Januari 2020 Bank Indonesia (BI) secara resmi menerapkan kebijakan untuk pembayaran nontunai berbasis QR code dengan menggunakan standar QRIS. Peresmian QRIS bertujuan untuk menerapkan visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) sebagai metode pembayaran baru yang menggunakan kode QR (Bank Indonesia, 2024).

Tujuan diluncurkannya metode pembayaran QRIS adalah untuk meningkatkan sistem digitalisasi di Indonesia, untuk membantu masyarakat dalam mempermudah segala aktivitas dan pekerjaannya sehari-hari, tujuan ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat yang cukup efektif dalam mengoptimalkan banyak hal. Sehingga kita tidak perlu menghabiskan banyak waktu dan tenaga untuk mencapai target pekerjaan kita (Nainggolan et al., 2022).

Namun, seiring dengan meningkatnya adopsi QRIS, muncul masalah baru yang mengancam kepercayaan publik terhadap teknologi pembayaran digital, yaitu maraknya modus pemalsuan kode QRIS. Pelaku kejahatan dengan cerdas mengganti atau memalsukan kode QRIS yang asli dengan kode palsu, mengarahkan dana transaksi ke rekening mereka. Fenomena ini bukan hanya mencederai kepercayaan konsumen, tetapi juga menghambat upaya pemerintah dan penyedia layanan keuangan dalam mewujudkan *cashless society* yang aman dan andal.

Tabel 1.1
Jumlah User QRIS (Tahun 2022 – 2023)

User QRIS	Tahun 2022	Tahun 2023
Indonesia	28,76 Juta	45,6 Juta
Jawa Tengah	2,2 Juta	2,48 Juta
Semarang	265 Ribu	273 Ribu

Sumber: Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI)

Berdasarkan pada tabel diatas bahwa pengguna QRIS di Indonesia tercatat sebanyak 28,76 juta user pada tahun 2022, kemudian penggunaan QRIS meningkat pada tahun 2023 sebanyak 45,6 juta user. User pengguna QRIS di Jawa Tengah juga mengalami peningkatan semula 2,2 juta user pada tahun 2022 menjadi sebanyak 2,48 juta user pada tahun 2023. User pengguna QRIS di Semarang juga mengalami peningkatan semula 265 ribu pada tahun 2022 meningkat menjadi 273 ribu pada tahun 2023. Pengguna QRIS sebagai alat pembayaran digital telah membantu terciptanya sistem pembayaran yang lebih aman melalui standarisasi kode QR.

Tabel 1.2
Frekuensi Pengguna QRIS Gen Z dan Milenial

Pengguna Harian	Gen z	38%
	Milenial	25%
Pengguna Mingguan	Gen z	30%
	Milenial	35%

Sumber: Goodstats

Berdasarkan hasil riset IDN Research Institute, yang dilakukan dari bulan Maret – Agustus 2024 yang terdiri dari 390 responden wanita dan 360 responden laki – laki, lokasi riset di 12 kota dan wilayah besar, yaitu Jabodetabek, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Denpsar, Medan, Solo, Palembang, Banjarmasin, Balikpapan, dan Makasar. Hasil riset menunjukkan sebanyak 38% Gen Z menggunakan QRIS dalam kehidupan sehari-hari. Milenial berada di posisi selanjutnya dengan angka mencapai 25%. Dalam penggunaan mingguannya, 35% Milenial lebih sering menggunakan QRIS dari Gen Z yang hanya mencapai 30% (Report, 2019).

Terlihat adanya kesenjangan antara kasus penipuan melalui pemalsuan kode QRIS dan antusiasme pengguna QRIS yang terus bertumbuh. Kasus pemalsuan kode QRIS menyoroti tantangan keamanan dalam transaksi digital. Meskipun begitu, data menunjukkan bahwa jumlah pengguna QRIS justru terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini mencerminkan bahwa daya tarik QRIS sebagai metode pembayaran digital yang praktis dan mudah digunakan masih sangat kuat, bahkan di tengah meningkatnya risiko keamanan.

Generasi Z adalah generasi yang dari lahir berinteraksi dengan kemajuan teknologi. Pengasuhan mereka bahkan banyak dibantu oleh teknologi dan internet. Terlahir antara tahun 1997 sampai 2012. Generasi Z menunjukkan ketertarikan yang kuat terhadap penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran digital karena kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan. Sebagai generasi yang tumbuh dalam era digital, mereka cenderung mencari solusi pembayaran yang praktis dan efisien, dan QRIS memenuhi kebutuhan tersebut dengan memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi hanya melalui ponsel pintar tanpa harus membawa uang tunai atau kartu fisik. Selain itu, mereka merasa lebih aman menggunakan QRIS karena keterhubungannya dengan aplikasi perbankan yang sudah mereka percayai dan kemudahan memantau transaksi secara langsung. Keuntungan lain yang mendorong mereka untuk memilih QRIS adalah

banyaknya merchant yang menerima QRIS, memberikan fleksibilitas dalam bertransaksi, serta adanya promosi menarik yang sering ditawarkan bagi pengguna QRIS. Faktor sosial juga memainkan peran penting, di mana penggunaan QRIS menjadi tren di kalangan teman sebaya mereka, semakin memperkuat keputusan mereka untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran utama (Hastini & Fahmi, 2020).

Keputusan penggunaan atau pembelian merupakan pondasi penting bagi pengguna dalam menentukan apakah mereka akan mempergunakan suatu produk atau layanan (Aini et al., 2024). Keputusan penggunaan berarti aktivitas penetapan pilihan pada berbagai macam opsi yang ada (Firdaus et al., 2023). Keputusan untuk menggunakan teknologi seperti QRIS dipengaruhi oleh beberapa faktor yang saling berkaitan. Faktor-faktor yang berperan dalam keputusan penggunaan ini meliputi keamanan, kepercayaan, kemudahan, manfaat dan pengaruh sosial. Faktor keamanan juga menjadi aspek penting, karena pengguna lebih cenderung memilih metode pembayaran yang dianggap aman dari risiko kebocoran data dan penipuan. Kepercayaan turut memengaruhi, di mana keyakinan terhadap integritas dan transparansi sistem dapat meningkatkan minat penggunaan. Kemudahan penggunaan merujuk pada sejauh mana teknologi ini dinilai praktis dan mudah dipahami, sehingga menarik minat pengguna. Manfaat yang dirasakan, atau *perceived usefulness*, berarti pengguna menganggap teknologi ini mampu memberikan keuntungan atau meningkatkan efisiensi transaksi. Selain itu, pengaruh sosial dari lingkungan, seperti teman atau keluarga, dapat memengaruhi keputusan seseorang untuk mengadopsi QRIS, terutama di kalangan Generasi Z yang responsif terhadap tren dan rekomendasi sosial. Gabungan dari faktor-faktor ini berperan penting dalam membentuk sikap dan perilaku Generasi Z dalam memutuskan untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital.

Keamanan adalah kemampuan untuk melindungi atau mengelola informasi data diri ataupun data bisnis nasabah dari tindak jahat dunia maya, pencurian online serta sabotase data online (Erina, 2021). Menurut (Sumadi et al., 2022) Persepsi keamanan merupakan persepsi yang dapat menunjukkan tingkat keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap keamanan teknologi tersebut. Keamanan dalam penggunaan QRIS melibatkan perlindungan terhadap ancaman seperti pencurian data, penipuan, dan akses tidak sah. Ini mencakup penggunaan enkripsi data untuk mengamankan informasi pribadi selama transaksi, autentikasi ganda untuk memastikan hanya pengguna asli yang dapat mengakses akun, dan sistem deteksi penipuan real-time yang dapat memblokir aktivitas mencurigakan. Dengan perlindungan ini, pengguna dapat merasa lebih aman dan percaya dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rachmawati & Wahyudi, 2024) menyatakan jika persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan yang berkaitan dengan penggunaan QRIS pada Gen Z.

Menurut (Setiawan, 2020) kepercayaan merupakan keyakinan yang memungkinkan individu untuk secara sukarela menjadi pelanggan penyedia layanan setelah mempertimbangkan karakteristik penyedia layanan tersebut. Kepercayaan (*trust*) adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran (Adam, 2022). Kepercayaan ini melibatkan persepsi pengguna mengenai keamanan data, keandalan sistem, transparansi penyedia layanan, dan kemampuan teknologi dalam memenuhi kebutuhan mereka. Dalam hal ini, pengguna QRIS diharapkan memiliki keyakinan bahwa transaksi yang mereka lakukan terlindungi dari risiko pencurian data, penipuan, atau penyalahgunaan informasi pribadi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hafizah et al., 2023) menyatakan jika Kepercayaan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

Kemudahan penggunaan merupakan suatu tingkatan dimana pada saat menggunakan sistem teknologi akan memudahkan seseorang dalam melakukan pekerjaan (Fakhrudin, 2022). Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai Tolak ukur dimana seorang percaya bahwa QRIS sebuah teknologi yang mudah digunakan dan bebas dari usaha (baik waktu dan tenaga) serta pengoperasiannya mudah (Sheldy et al., 2023) kemudahan penggunaan memengaruhi niat seseorang untuk menerima dan mengadopsi teknologi tersebut. Jika pengguna merasa QRIS mudah dipahami dan digunakan dalam transaksi sehari-hari, maka keinginan untuk menggunakannya akan meningkat. Hasil penelitian yang di lakukan oleh (Ramadhan et al., 2023) menyatakan jika persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna QRIS sebagai teknologi pembayaran pada generasi muda.

Menurut (Sumadi et al., 2022) persepsi manfaat adalah keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan sebuah produk atau sistem dapat memberikan manfaat seperti meningkatkan kinerja, produktifitas dan efektifitas. Ketika seseorang merasakan bahwa sistem tersebut efektif dan memberikan manfaat nyata dalam memudahkan pekerjaannya, maka kecenderungan untuk menggunakan sistem tersebut akan meningkat. Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai ukuran individu percaya bahwa teknologi QRIS dapat meningkatkan performa kinerja serta memberikan dampak positif yang dirasakan pengguna selama menggunakan QRIS (Firdaus et al., 2023). Persepsi manfaat berperan penting bagi pengguna, terutama Generasi Z, yang cenderung memilih solusi praktis dan cepat dalam melakukan transaksi. QRIS memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran dengan lebih mudah dan tanpa kontak fisik, mengurangi kebutuhan akan uang tunai dan meningkatkan efisiensi waktu. Ketika pengguna merasakan manfaat langsung, seperti kecepatan dan kemudahan transaksi, mereka lebih terdorong untuk terus menggunakan teknologi tersebut. Dengan demikian, semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan oleh pengguna, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk memilih dan merekomendasikan QRIS sebagai metode pembayaran yang efektif dan efisien. Hasil penelitian yang di lakukan oleh (Ramadhan et al., 2023) persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan QRIS sebagai teknologi pembayaran pada generasi muda.

Menurut (Audita, 2024) pengaruh sosial merupakan proses di mana seseorang dipengaruhi oleh orang-orang di sekitarnya untuk mengadopsi suatu sistem. Pengaruh sosial mencakup segala usaha untuk mengubah keyakinan, sikap, atau perilaku orang lain, baik secara individu maupun dalam konteks kelompok. Pengaruh sosial adalah psikologi sosial yang menyelidiki bagaimana orang dipengaruhi oleh tekanan baik kenyataan atau perkiraan orang atau kelompok lain untuk mengubah sikap, kepercayaan, persepsi, atau tingkah laku orang lain (Umiyati et al., 2021). Pengaruh sosial merujuk pada bagaimana pandangan, rekomendasi, atau perilaku orang – orang di sekitar pengguna seperti teman, keluarga, atau public figur dapat memengaruhi keputusan mereka untuk mencoba atau menggunakan teknologi tertentu. Dalam konteks QRIS, jika individu di lingkungannya telah mengadopsi dan merekomendasikan penggunaannya, maka individu tersebut akan lebih mungkin mengikuti dan mempercayai QRIS sebagai alat pembayaran digital. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Fietroh, 2023) pengaruh sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pedagang UMKM Kota Sumbawa dalam menggunakan QRIS sebagai media transaksi keuangan.

Research Gap yang mendukung penelitian ini menurut penelitian (Aprianti et al., 2023) menyatakan jika keamanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan QRIS Livin' by Mandiri. Hasil ini juga berbeda dengan penelitian (Rahmawati & Arfiansyah, 2024) yang menunjukkan bahwa keamanan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS pada UMKM Kota Surakarta. Selanjutnya penelitian (Anggraini et al., 2024) menyatakan jika persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan QRIS di Bandar Lampung. Hasil ini juga berbeda dengan penelitian (Rachmawati1 & Wahyudi, 2024) menyatakan jika persepsi kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan yang dibuat tentang penggunaan QRIS pada generasi Z. Selanjutnya penelitian (Hafizah, 2023) menyatakan jika kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang. Hasil ini juga berbeda dengan penelitian (Fiorentina, 2023) menunjukkan hasil berbeda dimana persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM dalam mengaplikasikan penggunaan QRIS. Selanjutnya penelitian (Putri et al., 2024) menyatakan jika persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS pada mahasiswa Gen Z di Kota Pekanbaru. Hasil ini juga berbeda dengan penelitian (Ruri, 2024) menyatakan jika persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan transaksi QRIS. Selanjutnya penelitian (Aziz et al., 2024) menyatakan jika pengaruh sosial berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan metode pembayaran *cashless*. Hasil ini juga berbeda dengan penelitian (Wardani & Masdiantini, 2022) menyatakan jika pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS pada pengguna mobile banking di Kota Singaraja.

Berdasarkan latar belakang dan *Research Gap* diatas maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “KEPUTUSAN GENERASI Z DI SEMARANG MENGGUNAKAN QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) SEBAGAI ALAT TRANSAKSI PEMBAYARAN DIGITAL”. Maka, rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: (I) Apakah persepsi keamanan mempengaruhi keputusan Gen Z di Semarang menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital? (II) Apakah persepsi kepercayaan mempengaruhi keputusan Gen Z di Semarang menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital? (III) Apakah persepsi kemudahan mempengaruhi keputusan Gen Z di Semarang menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital? (IV) Apakah persepsi manfaat mempengaruhi keputusan Gen Z di Semarang menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital? (V) Apakah pengaruh sosial mempengaruhi keputusan Gen Z di Semarang menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital?.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)

TAM merupakan adaptasi dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang secara khusus telah disesuaikan dengan model penerimaan sistem informasi oleh pengguna. Technology Acceptance Model (TAM) adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan mengadopsi teknologi. TAM dikembangkan pada tahun 1986 oleh Fred Davis dalam tesis doktoralnya yang berjudul "A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems". Awalnya, TAM dirancang untuk menjelaskan bagaimana pengguna menerima teknologi informasi baru, seperti sistem informasi manajemen atau perangkat lunak. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi, TAM juga digunakan dalam

berbagai konteks teknologi, termasuk teknologi mobile, media sosial, dan IoT. Sejak pertama kali diperkenalkan pada tahun 1986 oleh Fred Davis, Technology Acceptance Model (TAM) terus mengalami perkembangan dan peningkatan. Dua konstruk utama ini adalah persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), namun persepsi keamanan dan persepsi kepercayaan bisa diukur menggunakan teori TAM.

2.1.2 Unified Theory of Acceptance and Use Technology (UTAUT)

Pada tahun 2003, Venkatesh dan beberapa peneliti lainnya mengembangkan UTAUT, yang merupakan pengembangan dari TAM. UTAUT menambahkan variabel moderator yaitu gender, umur, dan pengalaman dalam penggunaan teknologi, serta membedakan antara niat penggunaan dan perilaku penggunaan. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) adalah pengembangan dari Technology Acceptance Model (TAM) yang pertama kali diperkenalkan oleh Venkatesh dan beberapa peneliti lainnya pada tahun 2003. UTAUT adalah kerangka kerja yang menggabungkan beberapa teori perilaku dan mempertimbangkan pengaruh variabel moderator, sehingga dapat menjelaskan lebih baik adopsi teknologi oleh pengguna. Variabel pada UTAUT menggabungkan beberapa variabel dari teori perilaku yang ada, yaitu Performance expectancy, Effort expectancy, Social influence, dan Facilitating conditions. Selain itu, diperluas dengan menambahkan tiga variabel tambahan yaitu Gender, age, experience, dan voluntariness of use.

2.2 Generasi Z

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, adalah generasi muda yang berada di usia sekolah hingga memasuki usia kerja. Beberapa karakteristik Gen Z di Indonesia adalah *Digital Native*, Gen Z tumbuh di era digital dan sangat mahir menggunakan teknologi, seperti smartphone, media sosial, dan berbagai aplikasi digital. Dalam aktivitas sehari-hari dan aspek kehidupan lainnya, mereka sangat bergantung pada teknologi. Karakteristik Gen Z Menurut Ensiklopedia Britannica, Gen Z disebut sebagai generasi pertama yang menggunakan komputer asli. Berbeda dengan generasi milenial, yang hidup di era kebangkitan internet sambil tetap tumbuh dengan televisi kabel dan telepon rumah. Karena kehidupan Gen Z dipenuhi dengan koneksi digital, sebagian besar dari mereka tidak mengingat kehidupan mereka sebelum smartphone. Mereka tumbuh di era di mana konten streaming dapat diakses kapan saja. Berbeda dengan generasi sebelumnya, Gen Z menggunakan internet untuk berinteraksi satu sama lain. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa Gen Z dianggap lebih cepat untuk dewasa dan lebih praktis daripada generasi sebelumnya. Karakter yang jadi ciri-ciri Gen Z yaitu mandiri, sangat peduli dengan orang lain, berjuang untuk komunitas yang beragam, sangat kolaboratif dan sosial, menghargai fleksibilitas, relevansi dan keaslian, kepemimpinan non-hierarkis, suka cemas dengan masalah, dan memiliki sikap pragmatis tentang pekerjaan yang harus dilakukan untuk mengatasi masalah itu (Hastini & Fahmi, 2020).

2.3 Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) atau biasa disingkat QRIS (dibaca KRIS) adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Saat ini, dengan QRIS, seluruh aplikasi pembayaran dari penyelenggara manapun baik bank maupun nonbank yang digunakan masyarakat, dapat digunakan di seluruh toko, pedagang, warung, parkir, tiket wisata, donasi (*merchant*) berlogo QRIS, meskipun penyedia QRIS di merchant berbeda dengan penyedia aplikasi yang digunakan masyarakat.

QRIS merupakan standar QR Code untuk pembayaran digital melalui aplikasi uang elektronik server based, dompet elektronik, atau mobile banking. Hal ini diatur Bank Indonesia dalam PADG No.21/18/2019 tentang Implementasi Standar Internasional QRIS untuk Pembayaran Peluncuran QRIS merupakan salah satu implementasi visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025, yang telah dicanangkan pada Mei 2019. Dalam peluncuran tersebut, Gubernur Bank Indonesia, menyampaikan bahwa QRIS yang mengusung semangat UNGGUL (UNiversal, GampanG, Untung dan Langsung), bertujuan untuk mendorong efisiensi transaksi, mempercepat inklusi keuangan, memajukan UMKM, yang pada akhirnya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, untuk Indonesia maju. QRIS disusun oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), dengan menggunakan standar internasional EMV Co.1 untuk mendukung interkoneksi instrumen sistem pembayaran yang lebih luas dan mengakomodasi kebutuhan spesifik negara sehingga memudahkan interoperabilitas antar penyelenggara, antar instrumen, termasuk antar negara. QRIS bertujuan tak lain agar pembayaran digital jadi lebih mudah bagi masyarakat dan dapat diawasi oleh regulator dari satu pintu. Ada empat aspek komponen QRIS yang diatur dalam standarisasi yang diterbitkan oleh Bank Indonesia adalah a) Interoperabilitas ; b) Interkonektivitas; c) Security; dan d) Inklusi (Bank Indonesia, 2024).

2.4 Keputusan Penggunaan

Menurut (Putri et al., 2024) Keputusan penggunaan merupakan sebutan lain untuk keputusan pemakaian yang merupakan bagian dari perilaku konsumen. Definisi dari perilaku konsumen merupakan tingkahlaku seseorang yang terlibat langsung dalam mengevaluasi, memakai, serta menentukan sesuatu yang digunakan. Keputusan penggunaan berarti aktivitas penetapan pilihan pada berbagai macam opsi yang ada (Firdaus et al., 2023). Keputusan penggunaan adalah proses di mana seseorang menentukan untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu teknologi atau layanan berdasarkan pertimbangan manfaat, kemudahan, keamanan, serta faktor-faktor lain yang memengaruhi kepercayaannya terhadap teknologi tersebut. Menurut (Pribadi & Gunawan, 2020) indikator keputusan penggunaan dalam melakukan transaksi secara online antara lain:

- 1) Mudah dioperasikan
- 2) Menguntungkan
- 3) Menyesuaikan dengan kebutuhan
- 4) Biaya pengguna lebih ekonomis

2.5 Persepsi Keamanan

Menurut (Sumadi et al., 2022) Persepsi keamanan merupakan persepsi yang dapat menunjukkan tingkat keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap keamanan teknologi tersebut. Sehingga seseorang tersebut percaya untuk menggunakan teknologi yang sudah terjamin tingkat keamanannya. Keamanan adalah kondisi atau upaya untuk melindungi sistem atau teknologi dari berbagai ancaman, risiko, atau akses yang tidak sah, sehingga pengguna merasa terlindungi dan yakin bahwa data serta transaksi mereka aman saat menggunakan teknologi tersebut. Menurut (Siagian et al., 2022) persepsi keamanan dapat diukur menggunakan indikator antara lain yaitu:

- 1) Jaminan keamanan
- 2) Kerahasiaan data pribadi
- 3) Perlindungan transaksi
- 4) Jaminan dari penyedia layanan

2.6 Persepsi Kepercayaan

Menurut (Saputri, 2020) persepsi kepercayaan adalah keyakinan pengguna layanan terhadap sistem dan teknologi digital serta penyedia layanan atas komitmennya dalam

menjamin keamanan dan kerahasiaan akun konsumen. Kepercayaan ini terbentuk melalui pengalaman positif, reputasi, dan jaminan keamanan yang ditawarkan. Kepercayaan adalah elemen yang sangat penting dalam membangun hubungan bisnis. Dengan adanya kepercayaan, kedua pihak dapat menciptakan komitmen yang saling menguntungkan (Styarini & Riptiono, 2020) Kepercayaan didefinisikan sebagai Perilaku konsumen dalam memutuskan menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran yang dipengaruhi oleh informasi yang masuk dari berbagai sumber, termasuk upaya pemasar serta faktor budaya-lingkungan (Yudiantara & Widagda, 2022). Menurut (Siagian et al., 2022) persepsi kepercayaan dapat diukur menggunakan indikator antara lain yaitu:

- 1) Perlindungan
- 2) Keamanan
- 3) Terpercaya
- 4) Menepati janjinya

2.7 Persepsi Kemudahan

Kemudahan penggunaan adalah sejauh mana suatu teknologi atau sistem dapat digunakan dengan sederhana dan intuitif oleh pengguna, sehingga tidak memerlukan banyak usaha, waktu, atau pengetahuan khusus untuk mengoperasikannya. Menurut (Ermawati, 2022) kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai tolak ukur dimana seseorang percaya bahwa QRIS sebuah teknologi yang mudah digunakan dan bebas dari usaha (baik waktu dan tenaga) serta pengoperasiannya mudah (Sheldy et al., 2023). Menurut (Anouze & Alamro, 2020) persepsi kemudahan dapat diukur menggunakan indikator antara lain yaitu:

- 1) Sangat mudah digunakan
- 2) Jelas untuk dipahami
- 3) Mudah untuk dipelajari
- 4) Fleksibel atau praktis

2.8 Persepsi Manfaat

Menurut (Sumadi et al., 2022) persepsi manfaat adalah keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan sebuah produk atau sistem dapat memberikan manfaat seperti meningkatkan kinerja, produktifitas dan efektifitas. Dengan kinerja yang meningkat dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan dengan hasil yang lebih memuaskan dibandingkan tidak menggunakan teknologi tersebut. Kemanfaatan adalah tingkat sejauh mana suatu teknologi atau layanan dianggap memberikan manfaat atau nilai tambah bagi penggunanya, sehingga mendorong mereka untuk memanfaatkannya dalam aktivitas sehari-hari. Menurut (Sudiatmika & Martini, 2022) Persepsi kemanfaatan dalam penggunaan teknologi informasi dapat diukur dari beberapa indikator diantaranya:

- 1) Pemanfaatan teknologi informasi bisa meningkatkan produktifitas pemakai
- 2) Pemanfaatan teknologi informasi bisa meningkatkan kinerja pemakai
- 3) Pemanfaatan teknologi informasi bisa meningkatkan efisiensi proses yang dilakukan pemakai

2.9 Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial adalah dampak yang ditimbulkan oleh interaksi dan hubungan dengan orang lain, seperti teman, keluarga, atau kelompok masyarakat, terhadap sikap, perilaku, dan keputusan individu. Dalam konteks penggunaan teknologi, pengaruh sosial dapat memengaruhi pilihan seseorang untuk menggunakan atau tidak

menggunakan suatu produk atau layanan berdasarkan norma, dukungan, atau contoh dari orang-orang di sekitarnya. Pengaruh sosial merujuk pada pergantian sikap dari seseorang sebagai akibat dari desakan atau dorongan sosial yang ada disekitar seperti misalnya dari institusi ataupun antar individu (Bailey et al., 2020). Menurut (Mustofa & Maula, 2023) pengaruh sosial dalam adopsi penggunaan QRIS ini merupakan suatu anggapan dimana lingkungan sosial mempengaruhi atau mengajak dirinya untuk dapat menggunakan sistem pembayaran QRIS. Menurut (Butarbutar et al., 2022) persepsi pengaruh sosial dapat diukur menggunakan indikator antara lain yaitu:

- 1) Direkomendasikan oleh Keluarga Saya
- 2) Direkomendasikan oleh Teman Saya
- 3) Direkomendasikan oleh orang-orang di masyarakat

2.10 Penelitian Terdahulu

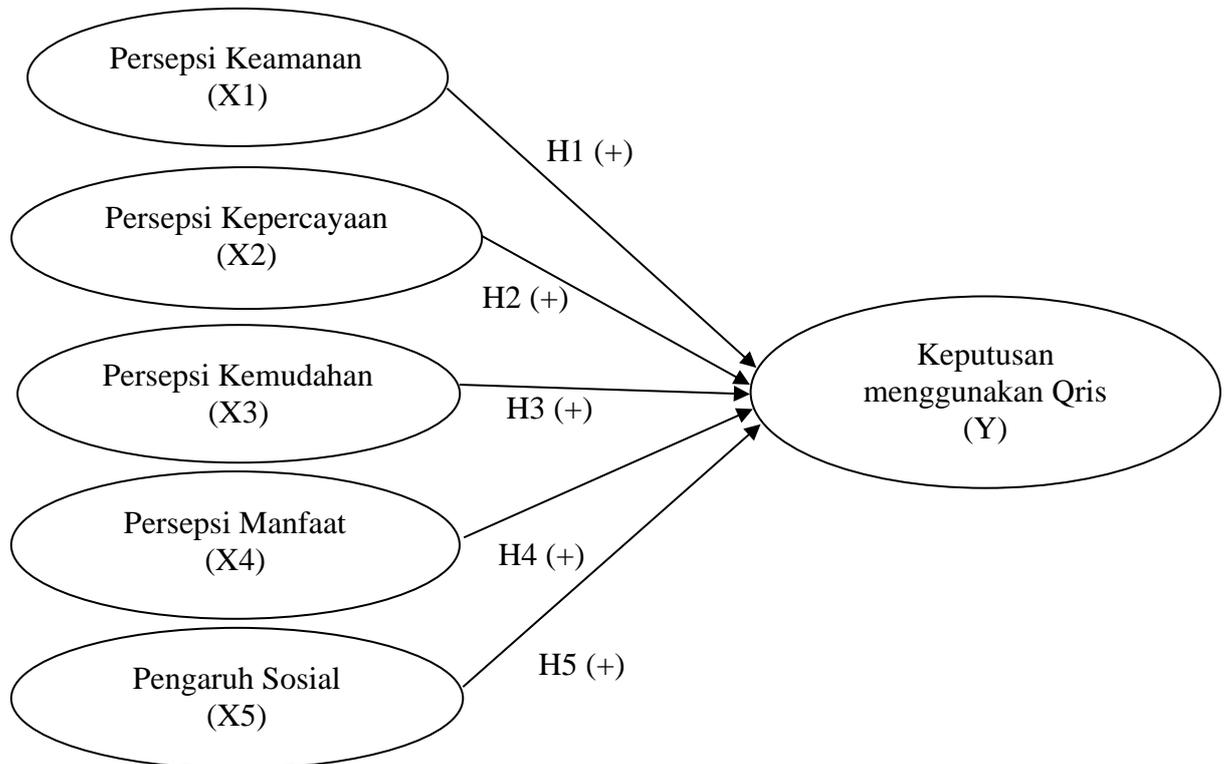
Tabel 2.10
Penelitian Terdahulu

No	Nama & Judul	Variabel	Metode	Hasil penelitian
1.	“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan, Keamanan, dan Minat Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Z di Kota Denpasar” (Ni Made Yuuka Narita Putri et al., 2025)	Independen: Persepsi kemudahan, kemanfaatan, keamanan, dan minat Dependen: Keputusan penggunaan QRIS pada Generasi Z di Kota Denpasar	Kuantitatif	Persepsi kemudahan, kemanfaatan, keamanan, dan minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan
2.	“Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan QRIS Pada GENERASI Z” (Selly Rachmawati & Tri Nur Wahyudi, 2024)	Independen: Lifestyle, Literasi Keuangan, Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kepercayaan Dependen: Keputusan Penggunaan QRIS	Kuantitatif	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.
3	“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat,	Independen: Persepsi kemudahan, Manfaat,	Kuantitatif	Persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, perilaku penggunaan, dan social

	Keamanan, Perilaku Penggunaan, dan Social Influence terhadap minat penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai media pembayaran yang dilakukan Gen Y & Gen Z di Provinsi DIY” (Rusita Filza Magfira, 2024)	Keamanan, Perilaku penggunaan, dan Sosial influence Dependen: Minat Penggunaan QRIS sebagai media pembayaran yang dilakukan Gen Y dan Gen Z		influence memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Y dan Generasi Z dalam menggunakan QRIS sebagai media pembayaran
4	“The Influence of Perceived Ease of use, Usefulness, and Security on Gen Z's Interest in using Q-Ris (Quick Response Code Indonesian Standard) as a Payment Method” (Harahap & Zoraya, 2024)	Independen: Persepsi kemudahan penggunaan, kemanfaatan, keamanan Dependen: Minat Gen Z dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran	Kuantitatif	Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan persepsi keamanan secara positif dan signifikan memengaruhi minat dalam mengadopsi QRIS sebagai metode pembayaran.
5	“Faktor – faktor memengaruhi niat pelaku UMKM kota Denpasar menggunakan QRIS” (Bagus Prasasta Sudiatmika & Ayu Oka Martini, 2022)	Independen: Persepsi kegunaan, kemudahan, kepercayaan, pengaruh sosial Dependen: Niat menggunakan QRIS	Kuantitatif	Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan dan pengaruh sosial berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan merchant QRIS bagi pelaku UMKM Kota Denpasar. Persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap niat menggunakan merchant QRIS bagi pelaku UMKM Kota Denpasar.

2.11 Kerangka Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan, Memiliki lima variabel X dan satu variabel Y. Variabel X1 adalah persepsi manfaat, variabel X2 adalah persepsi kemudahan penggunaan, variabel X3 adalah persepsi keamanan, variabel 4 adalah persepsi kepercayaan, variabel 5 adalah pengaruh sosial, dan variabel Y adalah keputusan konsumen menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Berdasarkan pengembangan hipotesis sebagaimana tersebut diatas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



2.12 Pengembangan Hipotesis

2.12.1 Pengaruh persepsi keamanan yang dirasakan terhadap keputusan menggunakan Qris

Menurut (Sumadi et al., 2022) persepsi keamanan merupakan persepsi yang dapat menunjukkan tingkat keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap keamanan teknologi tersebut. Semakin aman sistem QRIS untuk digunakan, maka semakin percaya juga seseorang terhadap sistem tersebut, seperti yang dijelaskan teori TAM bahwa seseorang akan menggunakan suatu teknologi jika seseorang tersebut merasa terlindungi. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Rizky et al., 2023) menyatakan bahwa persepsi keamanan layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS Bank Syariah pada mahasiswa Fakultas Islam UMSU. Ketika masyarakat yakin bahwa QRIS menyediakan tingkat keamanan yang tinggi, mereka lebih cenderung untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi ini dalam pembayaran digital.

H1: Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital.

2.12.2 Pengaruh persepsi kepercayaan terhadap keputusan menggunakan Qris

Menurut (Saputri, 2020) persepsi kepercayaan adalah keyakinan pengguna layanan terhadap sistem dan teknologi digital serta penyedia layanan atas komitmennya dalam

menjamin keamanan dan kerahasiaan akun konsumen. 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 transaksi pembayaran digital. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Anggraini & Anggraeni, 2024) menyatakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelaku usaha untuk menggunakan QRIS di Bandar Lampung. Semakin tinggi kepercayaan pelaku usaha terhadap QRIS, semakin besar kemungkinan mereka untuk mengadopsi teknologi ini.

H2: Persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital.

2.12.3 Pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan menggunakan Qris

Menurut (Ermawati, 2022) persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Persepsi kemudahan dapat mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS. Berdasar teori TAM, kemudahan penggunaan teknologi (*Perceived Ease of Use*) alasan dalam memutuskan untuk menggunakan suatu teknologi karena adanya kemudahan penggunaan. Seseorang yang merasa bahwa menggunakan QRIS mudah, maka ada kecenderungan untuk menggunakan QRIS sebagai alternative. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., 2024) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS pada mahasiswa Gen Z di Kota Pekanbaru. Hal ini berarti semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh pengguna maka keputusan untuk menggunakan QRIS akan semakin meningkat.

H3: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital.

2.12.4 Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan Qris

Menurut (Sumadi et al., 2022) persepsi manfaat adalah keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan sebuah produk atau sistem dapat memberikan manfaat seperti meningkatkan kinerja, produktifitas dan efektifitas. Persepsi manfaat dapat mempengaruhi keputusan penggunaan jika manfaat menggunakan QRIS mampu dirasakan oleh penggunanya. Berdasarkan teori TAM, manfaat penggunaan teknologi (*Perceived Usefulness*) salah satu alasan pengguna dalam memutuskan menggunakan suatu teknologi adalah karena adanya manfaat dari penggunaan teknologi tersebut. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhan et al., 2023) persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan QRIS sebagai teknologi pembayaran. Hal ini berarti semakin tinggi persepsi manfaat yang disuguhkan oleh QRIS maka keputusan untuk menggunakan QRIS akan semakin meningkat.

H4: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital.

2.12.5 Pengaruh persepsi pengaruh sosial terhadap keputusan menggunakan Qris

Menurut (Audita, 2024) pengaruh sosial merupakan proses di mana seseorang dipengaruhi oleh orang-orang di sekitarnya untuk mengadopsi suatu sistem. Pengaruh ini seringkali berasal dari individu yang memiliki peran penting atau dekat dalam kehidupannya. Dalam teori UTAUT, dijelaskan bahwa pengaruh sosial memberikan pengaruh terhadap niat perilaku pengguna untuk menggunakan teknologi. Seseorang yang dipengaruhi oleh orang-orang di sekitarnya cenderung memiliki keberanian yang lebih tinggi dalam mengadopsi layanan baru karena adanya referensi atau contoh dari orang lain yang mendorong mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Auliya & Arransyah, 2023) menyatakan bahwa

variabel pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel behavioral intention dalam penggunaan QRIS. Hal ini berarti bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan suatu teknologi adalah jika mendapat dukungan atau anjuran dari orang-orang terdekat.

H5: Persepsi pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penulis menggunakan metode kuantitatif dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam analisis kuantitatif, data yang digunakan terdiri dari angka yang dihasilkan dari pengukuran dan perhitungan yang telah diolah, yang kemudian dianalisis melalui penggunaan statistik berdasarkan standar tertentu. Tujuannya adalah untuk memeriksa hipotesis dan bagaimana variabel bebas memengaruhi variabel terikat. Persepsi keamanan, kepercayaan, kemudahan, manfaat, pengaruh sosial adalah variabel independen dalam penelitian ini. Sementara itu, variabel dependen adalah keputusan penggunaan Qris.

3.2 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019) populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian membuat kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini yaitu pada generasi Z yang bertempat tinggal di Semarang dan pengguna QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standart*).

3.3 Sampel dan Teknik Sampel

Menurut (Sugiyono, 2019) mengatakan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi, Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pastinya, maka penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan pengambilan teknik *non - probability sampling*. Teknik *non - probability* yaitu perorangan yang tidak memiliki kesamaan untuk dijadikan sampel pada penelitian dengan berdasarkan kriteria yang ditentukan (Robaniyah, 2021). Sehingga untuk menentukan jumlah sampel dalam populasi yang tidak diketahui maka dengan rumus lemeshow.

Rumus Lemeshow:

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dibutuhkan

z = Skor Kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal etimasi = 0,5

d = Alpha (0,10) atau sampling eror = 10%

Estemasi sampel yang diambil dari rumus ini adalah:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

Dari hasil perhitungan diatas sebesar 96,04 sampel dibulatkan dalam penelitian ini yaitu 100 orang responden. Penelitian ini mengambil sampel pada generasi Z dengan kriteria usia 17 - 27 tahun yang menggunakan aplikasi QRIS (Quick Response Code

Indonesian Standart) di kota Semarang. Alasan memilih responden mulai dari usia 17 tahun karena aktivasi dan penggunaan QRIS secara mandiri mensyaratkan pengguna berusia minimal 17 tahun. Hal ini terkait dengan persyaratan hukum dan kebijakan perbankan di Indonesia, di mana seseorang baru bisa memiliki rekening bank atau dompet digital atas nama sendiri setelah berusia 17 tahun, yang biasanya ditandai dengan kepemilikan Kartu Tanda Penduduk (KTP). KTP diperlukan untuk proses verifikasi identitas saat mendaftar layanan keuangan digital, termasuk QRIS.

3.4 Variabel Penelitian

Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri atas persepsi keamanan, kepercayaan, kemudahan, manfaat dan pengaruh sosial. Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert berbasis 1 sampai dengan 5. Nilai 1 menyatakan sangat tidak setuju, Nilai 2 menyatakan tidak setuju, Nilai 3 menyatakan netral, Nilai 4 menyatakan setuju, dan nilai 5 menyatakan sangat setuju. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu keputusan dalam menggunakan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standart*).

3.5 Operasional Variabel

Operasional variabel menjelaskan konsep atau variabel agar dapat diukur adalah bagian dari definisi operasional variabel. Dalam penelitian ini, menggunakan dua macam variabel, yakni variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas). Variabel operasional adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5
Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala pengukur
1	Persepsi Keamanan (X1)	Menurut (Sumadi et al., 2022) persepsi keamanan merupakan persepsi yang dapat menunjukkan tingkat keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap keamanan teknologi tersebut.	1) Jaminan keamanan 2) Kerahasiaan data pribadi 3) Perlindungan transaksi 4) Jaminan dari penyedia layanan (Siagian et al., 2022)	Skala likert 1-5
2	Persepsi Kepercayaan (X2)	Menurut (Saputri, 2020) persepsi kepercayaan adalah keyakinan pengguna layanan terhadap sistem dan teknologi digital serta	1) Perlindungan 2) Keamanan 3) Terpercaya 4) Menepati janjinya (Siagian et al., 2022)	Skala likert 1-5

		penyedia layanan atas komitmennya dalam menjamin keamanan dan kerahasiaan akun konsumen.		
3	Persepsi Kemudahan (X3)	Menurut (Ermawati, 2022) persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.	1) Sangat mudah digunakan 2) Jelas untuk dipahami 3) Mudah untuk dipelajari 4) Fleksibel atau praktis (Anouze & Alamro, 2020)	Skala likert 1-5
4	Persepsi Manfaat (X4)	Menurut (Sumadi et al., 2022) persepsi manfaat adalah keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan sebuah produk atau sistem dapat memberikan manfaat seperti meningkatkan kinerja, produktifitas dan efektifitas.	1) Pemanfaatan teknologi informasi bisa meningkatkan produktifitas pemakai 2) Pemanfaatan teknologi informasi bisa meningkatkan kinerja pemakai 3) Pemanfaatan teknologi informasi bisa meningkatkan efisiensi proses yang dilakukan pemakai (Sudiatmika & Martini, 2022)	Skala likert 1-5
5	Pengaruh Sosial (X5)	Menurut (Audita, 2024) pengaruh sosial merupakan	1) Direkomendasikan oleh Keluarga Saya 2) Direkomendasikan oleh Teman Saya	Skala likert 1-5

		proses di mana seseorang dipengaruhi oleh orang-orang di sekitarnya untuk mengadopsi suatu sistem.	3) Direkomendasikan oleh orang-orang di masyarakat (Butarbutar et al., 2022)	
6	Keputusan Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (Y)	Menurut (Putri et al., 2024) Keputusan penggunaan merupakan sebutan lain untuk keputusan pemakaian yang merupakan bagian dari perilaku konsumen.	1) Mudah dioperasikan 2) Menguntungkan 3) Menyesuaikan dengan kebutuhan 4) Biaya pengguna lebih ekonomis (Pribadi & Gunawan, 2020)	Skala likert 1-5

3.6 Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk menemukan solusi untuk rumusan masalah dan hipotesis yang telah dibuat sebelumnya. Selanjutnya, program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) digunakan untuk menganalisis penelitian ini. SPSS versi 27 adalah program yang memungkinkan perhitungan statistik dan analisis data.

3.6.1 Uji Instrumen

Peneliti memiliki tahapan untuk mendapatkan data yang akurat dengan melakukan pengujian terhadap instrumen. Maka, peneliti menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji Validitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n - 2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka indikator tersebut dinyatakan valid dengan nilai yang ditunjukkan sebagai 0.05 atau 5%. Jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka indikator tersebut dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2021).

Uji Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reabilitas dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha (α) dengan nilai 0.70. Jika nilai Cronbach Alpha (α) > 0.70 maka suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel. Jika nilai Cronbach Alpha (α) < 0.70 maka suatu konstruk atau variabel tidak reliabel (Ghozali, 2021).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Metode uji normalitas menggunakan rumus Kolmogorov-Smirnov, dimana data dianggap berdistribusi normal jika nilai sig (signifikansi) > 0.05 dan dianggap berdistribusi tidak normal jika nilai sig (signifikansi) < 0.05 (Ghozali, 2021).

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dapat diperiksa dengan menggunakan nilai toleransi dan variance inflation factor (VIF). Suatu model regresi dikatakan bebas multikolinearitas jika nilai Tolerance > 0,10 dan jika nilai VIF < 10. Sebaliknya jika nilai Tolerance < 0,10 dan jika nilai VIF > 10 hal ini menunjukkan tanda-tanda multikolinearitas (Ghozali, 2021).

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji Glejser memungkinkan untuk menentukan adanya heteroskedastisitas dengan meregresi nilai absolut residu pada variabel independen. Jika nilai sig (signifikansi) > 0,05, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Jika nilai sig (signifikansi) < 0,05, maka terjadi gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2021).

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dengan cara menganalisis langsung dengan memahami data yang ada. Analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh tidaknya pada variabel independen yaitu persepsi keamanan, persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi pengaruh sosial dengan variabel dependen keputusan Gen Z menggunakan QRIS. Model persamaan regresi yang digunakan pada penelitian ini untuk menunjukan variabel penelitian lebih dari satu variabel independen dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan penggunaan QRIS

α = Koefisien konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4 \beta_5$ = Koefisien regresi

X_1 = Keamanan

X_2 = Kepercayaan

X_3 = Kemudahan

X_4 = Manfaat

X_5 = Pengaruh Sosial

e = error

3.6.4 Uji Ketetapan Model

Analisis uji kelayakan model digunakan dalam penelitian ini adalah digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh yang dapat diberikan oleh semua variabel independen dalam penelitian ini terhadap variabel dependen. Hasil pengujian ini dapat diperoleh dari nilai signifikansi tabel ANOVA pada software statistik seperti SPSS. Jika nilai signifikansinya kurang dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0.05, variabel independen dapat dianggap tidak mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen.

Analisis koefisien determinasi atau (uji R^2) dapat dilihat pada tabel Model Summary terhadap nilai Adjusted Square untuk dapat mengetahui seberapa handal kemampuan model regresi dalam menjelaskan variabel independen (X) yang

mempengaruhi terhadap variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi berada diantara satu dengan nol, yaitu semakin mendekati satu artinya semakin banyak informasi yang dijabarkan pada variabel independen untuk dapat menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2021).

3.6.5 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji parsial (uji T) yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Test ini memiliki nilai signifikansi 5% (0,05). Jika nilai *thitung* > *ttabel* dan nilai sig. (signifikansi) < 0,05, maka variabel independen (X) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Y). Jika nilai *thitung* < *ttabel* dan nilai sig. (signifikansi) > 0,05, maka variabel independen (X) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021).

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Karakteristik Responden

Menurut (Sugiyono, 2019), untuk mendapatkan data dan keterangan dalam penelitian, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan memberi responden sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk menjawabnya. Metode ini dianggap efektif jika peneliti mengetahui variabel yang akan diukur dan prediksi apa yang diharapkan dari tanggapan responden. Peneliti ini mengambil beberapa data melalui data primer dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui google form kepada generasi Z di Semarang. Teknik pengambilan sampel digunakan adalah Teknik non-probability sampling dan jumlah sampel yaitu 100 responden.

Tabel 4.1

Gambaran Umum Responden

Gambaran responden		Frekuensi	presentase
Jenis kelamin	Perempuan	59	59%
	Laki – laki	41	41%
	Total	100	100%
Usia	17 – 20 Tahun	12	12%
	21 – 24 Tahun	36	36%
	25 – 27 Tahun	52	52%
	Total	100	100%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	22	22%
	Karyawan Swasta	55	55%
	ASN/PNS	33	33%
	Total	100	100%
Frekuensi transaksi menggunakan QRIS dalam 1 bulan	1 – 3 Kali	12	12%
	4 – 6 Kali	29	29%
	7 – 9 Kali	34	34%
	10 – 12 Kali	16	16%
	Lebih dari 12 Kali	9	9%
	Total	100	100%
Jangka waktu	Kurang dari 1 Tahun	12	12%