



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 6717-6724

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Transaksi *Cashless* dan Kemudahan Menggunakan QRIS Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z di Kota Bekasi

Nani Dwi Cahyani¹, Heri Abrianto²

Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta

¹nanidwi72@gmail.com, ²heri.abrianto@akuntansi.pnj.ac.id

Abstrak

Kenaikan transaksi *cashless* di Indonesia, khususnya QRIS yang tercatat mengalami kenaikan yang signifikan pada pengguna QRIS, yaitu mencapai 53 juta pengguna pada September 2024. Generasi Z, yang merupakan generasi yang sangat memahami kemajuan teknologi terutama dibidang keuangan, dan merupakan generasi yang cenderung lebih menyukai hal-hal yang praktis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh dari transaksi *cashless* dan kemudahan dalam menggunakan QRIS terhadap keputusan pembelian generasi Z di Kota Bekasi. Metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data primer melalui penyebaran kuesioner secara online yang disebarakan menggunakan Google Forms yang dilakukan kepada 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan program SPSS 29. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel transaksi *cashless* dan kemudahan menggunakan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, pada generasi Z di Kota Bekasi. Secara simultan, variabel transaksi *cashless* dan kemudahan menggunakan QRIS secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian generasi Z di Kota Bekasi.

Kata kunci: *Cashless*, QRIS, Kemudahan, Keputusan Pembelian.

1. Latar Belakang

Dalam perkembangan industri 4.0, terjadi perubahan secara besar-besaran dan sangat cepat yang terjadi di berbagai bidang. Selain itu, transformasi digital juga telah mendorong industri keuangan untuk dapat berkembang dan mengalami peningkatan pada layanan keuangan, terutama perbankan dan cara masyarakat untuk melakukan transaksi non tunai (*cashless*). Saat ini, masyarakat lebih menyukai proses transaksi yang lebih cepat, mudah, keamanan yang terjamin, akses yang luas, dan pengelolaan transaksi yang dapat dilacak secara *real-time*.

Dengan perkembangan *financial technology (fintech)*, menghasilkan inovasi pada sistem pembayaran digital, investasi, dan pinjaman online (pinjol). Munculnya *fintech*, merubah gaya hidup masyarakat yang kini dipengaruhi oleh penggunaan teknologi. Transaksi pembayaran dapat diakses dimana saja dan kapan saja melalui *smartphone* dengan akses internet yang tersedia sehingga dapat dilakukan transaksi jarak jauh. Selain itu, masyarakat yang pada awalnya melakukan pembayaran atau bertransaksi harus dilakukan secara tatap muka dan membawa sejumlah uang tunai, saat ini dapat melakukan transaksi tanpa harus bertatap muka dan membawa uang tunai [1].

Perkembangan pembayaran digital atau non tunai di Indonesia, dengan munculnya berbagai macam aplikasi pembayaran digital atau non tunai berupa *e-wallet*, *mobile banking*, bank digital dan munculnya QRIS yang disosialisasikan oleh Bank Indonesia pada tahun 2019, yang telah terhubung dan bekerja sama dengan aplikasi pembayaran digital atau non tunai berupa *e-wallet*, *mobile banking*, dan bank digital membuat penggunaanya menjadi lebih mudah untuk bisa melakukan transaksi pembayaran di manapun dan kapanpun. Menurut Buletin Statistik ASPI pada tahun 2024, nominal transaksi menggunakan QRIS mencapai 437,45 triliun rupiah [2]. Pada survei yang dilakukan oleh IDN Research Institute tahun 2024, frekuensi penggunaan QRIS pada generasi Z untuk penggunaan harian sebanyak 38%, dibandingkan dengan frekuensi penggunaan QRIS pada generasi milenial, yaitu sebanyak 25% [3]. Alasan generasi Z menggunakan QRIS untuk menjadi pilihan dalam melakukan transaksi non tunai, yaitu karena pengalaman mudahnya penggunaan dan proses transaksi yang lebih cepat.

Teknologi pembayaran *cashless* dengan melakukan scan barcode pembayaran di Indonesia, dikenal dengan nama Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). QRIS disosialisasikan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi

Pengaruh Transaksi *Cashless* dan Kemudahan Menggunakan QRIS Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z di Kota Bekasi

Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) pada 17 Agustus 2019. Disosialisasikannya QRIS di Indonesia, memberi dukungan pada program Bank Indonesia dalam mendorong program cashless society atau pembayaran dengan uang digital. Selain itu, Bank Indonesia mewajibkan semua penyedia jasa pembayaran non tunai, untuk menggunakan QRIS mulai 1 Januari 2020 [4].

Menurut Bank Indonesia pada tahun 2021, terjadi kenaikan jumlah penjual (*merchant*) QRIS pada 1 November 2021, yang mencapai angka 12 juta [5]. Jumlah ini meningkat secara signifikan dibandingkan dengan tahun 2020, sebesar 5,8 juta merchant yang telah digunakan, mulai dari pedagang UMKM hingga digunakan untuk donasi kegiatan sosial keagamaan di seluruh daerah, baik di provinsi dan kabupaten/kotamadya di seluruh Indonesia. Kenaikan jumlah merchant QRIS dipengaruhi oleh proses transaksi yang cepat dan minat masyarakat untuk mendorong penggunaan pembayaran non tunai yang aman, cepat, dan efisien [6]. Selain itu, Bank Indonesia yang mewajibkan bagi seluruh penyedia jasa pembayaran untuk terkoneksi dengan QRIS menyebabkan pengguna QRIS meningkat. Berdasarkan data dari Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (2024) total pengguna QRIS meningkat dari tahun 2022 – 2024. Pada September 2024, total pengguna QRIS di Indonesia mencapai 53 juta pengguna, naik 2 juta pengguna daripada bulan Juni 2024 [2].

Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) telah mencatat total pengguna QRIS pada tahun 2022-2024 selalu mengalami peningkatan yang signifikan, karena penggunaan QRIS yang dinilai lebih mudah, nyaman, cepat dan praktis. Deputi Gubernur BI, Filianingsih Hendarta, telah mencatat bahwa 90% penggunaan QRIS berasal dari UMKM, dan QRIS paling sering digunakan untuk transaksi makanan dan minuman [7]. Faktor yang memengaruhi kenaikan penggunaan QRIS pada tahun 2024, yaitu faktor integrasi QRIS dengan *e-wallet* dan *mobile banking*, minimnya waktu yang dibutuhkan untuk bertransaksi, rendahnya biaya transaksi, transaksi yang bisa dilakukan kapan pun dan di mana pun, dan faktor keamanan yang lebih terjamin. Konsumen hanya perlu melakukan pemindaian kode QR saat bertransaksi, dan riwayat transaksi telah tercatat secara *real-time* pada aplikasi untuk memudahkan pelacakan pengeluaran dan pemasukan.

Dengan adanya pilihan untuk melakukan transaksi tunai dan non tunai, membuat pengguna dapat memilih transaksi yang dianggap dapat memudahkan dan mempercepat proses transaksi. Faktor sosial, pribadi, dan gaya hidup dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti *trend* penggunaan QRIS untuk bertransaksi, faktor pribadi yang merasa terbiasa dengan teknologi digital yang lebih cepat, dan gaya hidup generasi Z yang selalu mengakses smartphone dan memilih penggunaan QRIS yang cenderung lebih mudah dan cepat untuk bertransaksi, dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen [8].

Penelitian Astiansyah dan Damayanti (2024), menyimpulkan bahwa faktor yang membuat mahasiswa tertarik untuk menggunakan QRIS, yaitu kecepatan transaksi, kemudahan transaksi, dan efisiensi, membuat mahasiswa menjadi lebih tertarik untuk menggunakan metode pembayaran QRIS dibandingkan dengan pembayaran tunai [9]. Generasi Z lebih banyak menghabiskan uangnya pada makanan sebanyak 69% dan pengeluaran selanjutnya dengan produk kecantikan sebesar 14%, pengeluaran untuk transportasi sebesar 9%, hiburan 5% dan liburan sebesar 3% [10].

Menurut Kotler dan Armstrong (2017) keputusan pembelian adalah faktor situasional yang tidak terduga yang dapat memengaruhi niat beli konsumen yang dipengaruhi oleh faktor pendapatan, harga, dan manfaat produk. Keputusan pembelian merupakan sebuah proses penentuan pilihan untuk melakukan pembelian atau tidak atas barang atau jasa berdasarkan harga, manfaat produk dan kebutuhan [11]. Keputusan pembelian terdiri dari lima tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Hal yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah metode pembayaran yang digunakan, seperti kemudahan penggunaan dan kecepatan proses pembayaran pada transaksi cashless. Selain itu, dengan adanya fintech, yang menghasilkan inovasi pada sistem pembayaran digital. Seperti munculnya *e-wallet* dan *mobile banking*, dengan pilihan merek atau macam-macam aplikasi yang saat ini bermunculan, dapat menjadi pilihan bertransaksi dengan kenyamanan penggunaan, kemudahan saat proses menggunakan aplikasi pembayaran, dan banyak merchant yang bekerja sama, dapat memengaruhi keputusan pembelian [12].

Berdasarkan data ASPI pada tahun 2024, dengan jumlah *merchant* yang tersebar di Indonesia, Jawa Barat berada di posisi pertama dengan jumlah merchant mencapai 7.732.000. Jumlah pengguna di provinsi Jawa Barat mencapai 11,8 juta atau 22% dari total pengguna nasional [13]. Mengingat bahwa Kota Bekasi yang termasuk ke dalam provinsi Jawa Barat, hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat di Kota Bekasi, khususnya generasi Z sudah mulai terbiasa menggunakan transaksi QRIS pada kehidupan sehari-hari.

Penelitian mengenai pengaruh transaksi *cashless* dan kemudahan menggunakan QRIS terhadap keputusan pembelian generasi Z di Kota Bekasi menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk dapat memberikan kontribusi baru dibidang pembayaran digital yang lebih luas dan diharapkan dapat memberikan

pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang dapat mendorong keputusan pembelian pada generasi Z.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif guna menguji hipotesis yang telah ditetapkan dengan fokus pada populasi atau sampel tertentu [14]. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, dengan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online, observasi dan wawancara. Penelitian ini menerapkan sumber data studi kepustakaan yang didapatkan dari pihak ketiga melalui berbagai sumber seperti dokumen, buku, atau website dan data primer yang diperoleh dan didapatkan dan dikumpulkan langsung dari responden. Penelitian ini menggunakan skala *likert* dari poin satu sampai lima. Pada penelitian ini, digunakan metode nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling untuk pengambilan sampel dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Data yang telah terkumpul akan diolah menggunakan program SPSS versi 29 untuk pengujian data.

3. Hasil dan Diskusi

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk mengevaluasi dan mengetahui valid atau tidaknya pernyataan kuesioner sebagai alat ukur penelitian. Kuesioner dianggap valid dan sah apabila item pertanyaan di kuesioner dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka data dianggap valid [15].

Uji reliabilitas berfungsi untuk mengukur dan menilai sejauh mana kuesioner yang berfungsi sebagai indikator dari variabel penelitian dapat diandalkan. Kuesioner dapat dianggap reliabel, jika jawaban atas pertanyaan menunjukkan konsistensi dari waktu ke waktu [15]]. Pada uji reliabilitas, pengukuran menggunakan uji statistik Cronbach Alpha (α) dan variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha (α) $>$ 0,70.

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Transaksi <i>Cashless</i> (X_1)	X _{1.1}	0,425	0,361	Valid
	X _{1.2}	0,513	0,361	Valid
	X _{1.3}	0,758	0,361	Valid
	X _{1.4}	0,812	0,361	Valid
	X _{1.5}	0,853	0,361	Valid
Kemudahan Menggunakan QRIS (X_2)	X _{2.1}	0,654	0,361	Valid
	X _{2.2}	0,599	0,361	Valid
	X _{2.3}	0,597	0,361	Valid
	X _{2.4}	0,734	0,361	Valid
	X _{2.5}	0,836	0,361	Valid
Keputusan Pembelian (X_2)	Y1	0,414	0,361	Valid
	Y2	0,521	0,361	Valid
	Y3	0,441	0,361	Valid
	Y4	0,597	0,361	Valid
	Y5	0,576	0,361	Valid
	Y6	0,825	0,361	Valid
	Y7	0,848	0,361	Valid

Sumber: Data diolah (2025)

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	R Tabel	Keterangan
Transaksi <i>Cashless</i> (X_1)	0,720	0,70	Reliabel
Kemudahan Menggunakan QRIS (X_2)	0,724	0,70	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,713	0,70	Reliabel

Sumber: Data diolah (2025)

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah perbedaan yang ada dalam penelitian terdistribusi normal atau tidak [16]. Jika nilai *probability* signifikan (*sig*) > 0,05, dapat dikatakan distribusi data normal. Adapun hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
N		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	100
	<i>Std. Deviation</i>	0,0000000
	<i>Absolute</i>	2,00398643
	<i>Positive</i>	0,085
	<i>Negative</i>	0,045
<i>Test Statistic</i>		-0,085
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)^d</i>		0,074

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji normalitas yang dijabarkan di tabel 3, didapatkan hasil nilai *Asymp. Sig(2-Tailed)* pada penelitian ini sebesar 0,074 yang nilainya lebih besar dari 0,05. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal karena telah dipenuhinya nilai *Asymp. Sig(2-Tailed)* > 0,05.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk dapat mengidentifikasi hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel bebas [16]. Jika nilai VIF < 10 atau memiliki *tolerance* > 0,1, dianggap tidak terdapat masalah multikolinearitas. Adapun hasil dari uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4 Uji Multikolinearitas

	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
X ₁	0,859	1,164
X ₂	0,859	1,164

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji diatas, menunjukkan bahwa hasil dari semua variabel independen mempunyai nilai *tolerance* lebih dari 0,1 yaitu 0,859. Selain itu, untuk nilai VIF sebesar 1,164 yang mempunyai nilai kurang dari 10. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada variabel independen penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji dan mengetahui apakah ada perbedaan dalam varian variabel [16]. Jika nilai probabilitas atau signifikansi > 0,05, dapat dikatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Adapun hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas

	<i>Sig.</i>
Transaksi <i>Cashless</i> (X ₁)	0,942
Kemudahan Menggunakan QRIS (X ₂)	0,414

Sumber: Data diolah (2025)

Pada penelitian ini, diperoleh hasil nilai signifikansi lebih dari 0,05. Maka dari itu, ini menunjukkan bahwa variabel X₁ dan X₂ dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas

Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6 Analisis Regresi Linier Berganda

	β
(Konstanta)	12,416
Transaksi <i>Cashless</i> (X ₁)	0,498
Kemudahan Menggunakan QRIS (X ₂)	0,292

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda, diketahui bahwa:

$$Y = 12.416 + 0.498 X_1 + 0.292 X_2$$

Adapun analisis tersebut yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta dapat diartikan bahwa besaran variabel dependen, yaitu keputusan pembelian (Y) tanpa adanya pengaruh dari variabel independent, yaitu transaksi *cashless* (X₁) dan kemudahan menggunakan QRIS (X₂) adalah 12,416.
2. Nilai koefisien regresi variabel X₁, yaitu transaksi *cashless* adalah 0,498. Jika setiap kenaikan satu poin pada nilai variabel transaksi *cashless* (X₁), akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,498.
3. Nilai koefisien regresi variabel X₂, yaitu kemudahan menggunakan QRIS adalah 0,292. Jika setiap kenaikan satu poin pada nilai variabel kemudahan menggunakan QRIS (X₂), akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,292.

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Uji Statistik t (parsial) pada penelitian ini digunakan untuk dapat mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7 Uji t (Parsial)

Variabel	t tabel	t hitung	Sig.	Keterangan
Transaksi <i>Cashless</i> (X ₁)	1,98447	3,628	< 0,001	H ₁ diterima
Kemudahan Menggunakan QRIS (X ₂)	1,98447	1,987	0,050	H ₂ diterima

Sumber: data diolah (2025)

Hasil dari uji t (parsial) diatas, dapat dijabarkan bahwa:

1. Variabel transaksi *cashless* (X₁) terhadap keputusan pembelian (Y), dari hasil uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 3,628 dengan tingkat signifikan <0,001. Hal ini menyatakan bahwa t hitung lebih dari nilai t tabel untuk N=100, yaitu 1,98447. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel transaksi *cashless* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Variabel kemudahan menggunakan QRIS (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y), berdasarkan hasil uji t didapatkan nilai t hitung sebesar 1,987. Hal ini menyatakan bahwa t hitung lebih dari nilai t tabel untuk N=100, yaitu 1,98447. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa variabel transaksi *cashless* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji F (Simultan)

Uji F (simultan) dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji F (simultan) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8 Uji F (Simultan)

F Hitung	F	Sig.	Keterangan
13,103	< 0,001	< 0,05	Berpengaruh

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji f di atas, diperoleh hasil nilai F hitung sebesar 13,103 dengan nilai signifikan $<0,001$. Hal ini menunjukkan bahwa hasil nilai signifikansi dibawah 0,05. Hal ini menyatakan bahwa f hitung lebih dari nilai f tabel untuk $N=100$, yaitu 3.09. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa variabel transaksi cashless dan kemudahan menggunakan QRIS berpengaruh signifikan dan simultan terhadap keputusan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9 Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,461	0,213	0,196

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan pada hasil uji koefisien determinasi, menunjukkan bahwa persentase variabel independen, yaitu yaitu transaksi cashless (X1) dan kemudahan menggunakan QRIS (X2) memengaruhi keputusan pembelian (Y) sebesar 21,3%. Selebihnya 78,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, seperti faktor keamanan, literasi keuangan, dan gaya hidup.

Pembahasan

Pengaruh Transaksi *Cashless* Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian ini, variabel transaksi cashless (X1) menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada generasi Z di Kota Bekasi. Berdasarkan dari temuan pada penelitian sebelumnya, yaitu pada penelitian Reza dan Suastrini (2023), yang menunjukkan bahwa pembayaran non tunai memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian dalam transaksi e-commerce pada generasi Z yang berstatus sebagai mahasiswa [17]. Ini tercermin dari hasil jawaban responden dengan item pernyataan “saya merasa transaksi cashless sangat mudah digunakan” dengan skor sebesar 90,8%. Hal ini menunjukkan, bahwa responden merasa bahwa penggunaan transaksi cashless mudah untuk digunakan saat melakukan proses pembayaran dan memudahkan konsumen untuk melakukan pembayaran yang praktis, cepat, dan aman. Adanya temuan ini menegaskan bahwa transaksi cashless dapat memengaruhi konsumen dalam proses pembelian. Penggunaan transaksi cashless yang praktis dapat mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian dalam jumlah yang kecil maupun dalam jumlah yang besar.

Pengaruh Kemudahan Menggunakan QRIS Terhadap Keputusan Pembelian

Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan menggunakan QRIS (X2) menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada generasi Z di Kota Bekasi. Berdasarkan hasil data dari responden menunjukkan bahwa sebanyak 42% atau 42 orang menggunakan QRIS untuk bertransaksi sebanyak lebih dari 5 kali dalam satu minggu. Hal ini dapat diasumsikan, bahwa generasi Z di Kota Bekasi hampir setiap hari menggunakan QRIS untuk bertransaksi. Berdasarkan temuan dari penelitian yang telah dilakukan, yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Widiyawati et al., (2024), menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan QRIS memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada generasi Z di *Coffee Shop* “Kedai Selatan” [18]. Dengan adanya temuan ini, menegaskan bahwa kemudahan penggunaan QRIS dapat memengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Selain itu, hasil jawaban responden dengan item pernyataan “saya merasa QRIS sangat mudah digunakan” dengan skor sebesar 93,4% menunjukkan, bahwa responden merasa penggunaan QRIS sangat mudah, dapat dikontrol, riwayat transaksi yang selalu tercatat, dan QRIS yang telah terkoneksi dengan e-wallet, mobile banking, dan bank digital membuat QRIS menjadi pilihan konsumen untuk melakukan pembayaran.

Pengaruh Transaksi *Cashless* dan Kemudahan Menggunakan QRIS Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel transaksi cashless dan kemudahan menggunakan QRIS secara simultan memengaruhi keputusan pembelian pada generasi Z di Kota Bekasi. Berdasarkan pada indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong (2017), yaitu waktu pembelian dan metode pembayaran yang digunakan, menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan kecepatan proses pada transaksi cashless dengan berbagai pilihan merek aplikasi transaksi *cashless* seperti berbagai merek *e-wallet*, pilihan *mobile banking* dari setiap bank, dan bank digital dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan saat melakukan pembelian [11]. Pada hasil jawaban dari responden dengan item pernyataan “saya lebih memilih

menggunakan QRIS saat berbelanja dibanding dengan menggunakan kartu debit / kartu kredit karena QRIS lebih simpel” sebesar 90,4%. Hal ini membuktikan, bahwa menggunakan QRIS untuk bertransaksi lebih simpel, karena konsumen tidak perlu membawa dompet atau uang tunai, cukup dengan membawa smartphone yang terkoneksi dengan internet dan pembayaran menggunakan QRIS bebas biaya admin, sehingga konsumen lebih memilih untuk melakukan pembayaran dengan QRIS. Selain itu, konektivitas QRIS dengan e-wallet, mobile banking, dan bank digital dan banyaknya merchant yang bekerjasama dengan QRIS diasumsikan dapat memengaruhi keputusan pembelian.

4. Kesimpulan

Transaksi *cashless* dan kemudahan menggunakan QRIS secara bersamaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Faktor dalam kemudahan, kecepatan transaksi, dan banyaknya pilihan merek pada aplikasi pembayaran yang dirasakan oleh pengguna serta merchant yang terkoneksi dengan QRIS, akan memengaruhi keputusan pembelian pada generasi Z di Kota Bekasi. Bagi peneliti selanjutnya, dapat memperluas cakupan sampel sehingga hasil penelitian dapat lebih representatif sesuai dengan kondisi dan situasi yang sedang terjadi. Selain itu, kepada peneliti selanjutnya dapat mengembangkan sebanyak 80,4% faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian yang tidak dibahas dalam penelitian ini, seperti faktor keamanan, literasi keuangan, dan gaya hidup.

Referensi

- [1] “Mengenal Financial Teknologi,” Bank Indonesia. Accessed: Mar. 04, 2025. [Online]. Available: <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx>
- [2] “Buletin Statistik ASPI Triwulan III-2024,” ASPI (Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia). Accessed: Feb. 20, 2025. [Online]. Available: <https://www.aspi-indonesia.or.id/buletin-statistik-aspi-triwulan-iii-2024/>
- [3] “Indonesia Millennial and Gen Z report 2025,” Jakarta, Nov. 2024.
- [4] “QRIS, Satu QR Code untuk Semua Pembayaran,” Bank Indonesia. Accessed: Feb. 18, 2025. [Online]. Available: https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/SP_216219.aspx
- [5] “Ekonomi Digital Terus Tumbuh, QRIS Tembus 12 Juta Merchant,” BANK INDONESIA. Accessed: Feb. 18, 2025. [Online]. Available: https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2328621.aspx
- [6] R. Permana, R. Attaullah, Y. Pratiwi, S. A. Yanti, A. Darmawan, and D. P. Nasution, “Dampak Implementasi QRIS Terhadap Perubahan Sistem Keuangan Nasional,” *Pediaqu: Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, vol. 3, Jan. 2024, Accessed: Mar. 19, 2025. [Online]. Available: <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/815/739>
- [7] A. Sukmawijaya, “QRIS Sudah Digunakan di 35,1 Juta Merchant, 90 Persen UMKM,” *Kumparan bisnis*, Dec. 18, 2024.
- [8] F. N. Pratiwi, “Pengaruh Metode Pembayaran QRIS Terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung,” *International Journal Administration, Business & Organization*, vol. 4(3), 2023, doi: 10.61242/ijabo.23.279.
- [9] S. Astiansyah and S. Damayanti, “Analisis Preferensi Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Generasi Z,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 3, 2024, Accessed: Mar. 09, 2025. [Online]. Available: <https://www.ejournal.poltekbaubau.ac.id/index.php/jeko/article/view/389/110>
- [10] E. F. Santika, “Apa Betul Gen Z Hedon? Ini Survei Pengeluaran Bulanannya,” databoks.katadata.co.id. Accessed: Feb. 20, 2025. [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/bcef58d823bca3d/apa-betul-gen-z-hedon-ini-survei-pengeluaran-bulanannya>
- [11] P. Kotler, G. Armstrong, and M. O. Opresnik, *Principles of Marketing, 17th Global Edition*, 17th ed. Italy: Pearson Education, 2017.
- [12] P. Nadhilah, R. I. Jatikusumo, and E. Permana, “Efektifitas Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian,” *JEMMA (Jurnal of Economic, Management, and Accounting)*, vol. 12(1), 2021, doi: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i2.725>.
- [13] R. J. Primananda, “BI: Transaksi QRIS di Jawa Barat tertinggi di Indonesia,” ANTARA. [Online]. Available: <https://www.antaraneews.com/>
- [14] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, vol. 2013. Alfabeta Bandung, 2013.
- [15] I. Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 10th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.

- [16] I. Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakulras Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021.
- [17] M. H. Reza and F. Suastrini, "Pengambilan Keputusan Pembelian dengan Penggunaan Fasilitas Pembayaran Non Tunai dalam Transaksi E-Commerce Pada Generasi Z," *Valid Jurnal Ilmiah*, vol. 21(1), 2023, doi: DOI.10.53512/valid.v21i1.367.
- [18] D. I. Widiyawati, D. N. Andriani, and M. Berlianantya, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Penggunaan Sistem Pembayaran Qris Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Z Di Coffe Shop 'Kedai Selatan,'" *PROSPEK: Prosiding Pendidikan Ekonomi*, 2024.