

## Pengaruh Persepsi Kemudahan, Literasi Keuangan Digital dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Qris Dalam Transaksi Non Tunai Oleh Generasi Z Di Solo Raya

Ida Kartika Dewi<sup>1</sup>, Christiawan Hendratmoko<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

[1idakartikaaa16@gmail.com](mailto:idakartikaaa16@gmail.com), [2chendratmoko@gmail.com](mailto:chendratmoko@gmail.com)

### Abstrak

*Di era digital saat ini, Teknologi Keuangan atau Financial Technology (Fintech) berkembang sangat pesat dan mendorong perubahan perilaku transaksi masyarakat khususnya Generasi Z. Salah satu inovasi dilakukan oleh Indonesia yaitu dengan membuat QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) sebagai metode pembayaran non tunai yang praktis dan efisien. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, literasi keuangan digital, dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan QRIS dalam transaksi non tunai oleh Generasi Z di Solo Raya. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan melibatkan 90 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan skala likert 5 poin dan dianalisis menggunakan SPSS 26. Penelitian ini menerapkan beberapa uji data yakni uji instrumen data (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis (uji t dan koefisien determinasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Persepsi kemudahan dan Literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS sedangkan Persepsi risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat penerimaan Generasi Z terhadap QRIS lebih dipengaruhi oleh aspek kemudahan dan kemampuan literasi keuangan digital dibandingkan kekhawatiran terhadap risiko. Temuan tersebut menunjukkan bahwa tingkat penerimaan Generasi Z terhadap QRIS dipengaruhi oleh kemudahan dalam menggunakan teknologi serta kemampuan mereka dalam memahami layanan keuangan digital. Selain itu, penelitian ini juga bisa menjadi dasar bagi pengembang layanan keuangan, pemerintah, serta lembaga terkait dalam menyusun strategi untuk meningkatkan penggunaan transaksi non tunai di Indonesia.*

**Kata Kunci:** Persepsi Kemudahan, Literasi Keuangan Digital, Persepsi Risiko, Keputusan Penggunaan

### 1. Latar Belakang

Di zaman digital sekarang, perekonomian dunia mengalami perubahan besar akibat digitalisasi. Saat ini, kita berada di era 5.0, di mana berbagai teknologi telah terintegrasi dengan kehidupan manusia dan dimanfaatkan untuk mempermudah aktivitas sehari-hari. Ini akan menyebabkan perubahan yang mencakup penerapan teknologi komunikasi dan informasi dalam banyak aspek kehidupan. Khususnya pada Teknologi Keuangan atau *Financial Technology (Fintech)* berkembang karena kemajuan teknologi. *Fintech* adalah jenis teknologi yang digunakan untuk meningkatkan layanan keuangan. Perubahan besar mulai terjadi karena metode pembayaran dan transaksi keuangan sudah diterapkan. Setelah masyarakat menjadi lebih cerdas, inklusif, dan berkelanjutan, mereka sudah mulai memanfaatkan teknologi digital. Akibatnya, harus terus mendorong inovasi dalam berinteraksi dengan uang dan layanan keuangan. Ekonomi digital berkembang pesat berkat teknologi informasi, terutama dalam hal transaksi non-tunai. Pembayaran digital merupakan salah satu bentuk nyata dari *Financial Technology* yang lahir seiring transformasi digital. Kehadiran pembayaran digital memicu munculnya berbagai layanan dompet digital atau digital wallet. Dompet digital membantu mempermudah transaksi serta mengelola uang melalui smartphone. Di Indonesia, layanan seperti GoPay, OVO, DANA, LinkAja, ShopeePay, BCA Mobile, dan BRIMO semakin diminati. Sistem pembayaran ini memberikan kenyamanan dan keamanan baik bagi pengguna maupun merchant.

Meski begitu, dompet digital masih dianggap kurang efisien oleh sebagian konsumen. Hal ini disebabkan adanya beberapa tahapan, mulai dari memindai kode QR yang disediakan merchant hingga transaksi dinyatakan berhasil dengan munculnya bukti pembayaran pada masing-masing aplikasi e-wallet. Konsumen merasa repot karena harus menggunakan berbagai aplikasi e-wallet yang berbeda. Sebagai langkah mendukung mempercepat transaksi non-

tunai yang lebih efisien, Bank Indonesia telah memperkenalkan *Quick Response Code Indonesian Standard* yang disingkat menjadi QRIS. QRIS, merupakan salah satu cara pembayaran menggunakan kode QR yang telah distandarisasi di Indonesia. Sejak diluncurkan secara resmi pada tanggal 17 Agustus 2019, QRIS menjadi metode pembayaran yang sangat digemari di negara ini. QRIS adalah inisiatif dari Bank Indonesia untuk mengintegrasikan semua kode QR ke dalam satu sistem, sehingga dapat memberikan sistem pembayaran yang lebih efisien bagi masyarakat.

Di samping itu, penerapan QRIS turut menghindari sirkulasi uang palsu, karena setiap transaksi terekam secara digital dan gampang untuk diidentifikasi. QRIS diperkirakan akan tetap menjadi pilihan utama bagi masyarakat Indonesia dalam melakukan transaksi ke depan karena kemudahannya dan keamanannya.

Tabel 1. Data Volume dan Nominal Transaksi QRIS 2020-2024

Tahun	Volume Transaksi	Nominal Transaksi
2020	124,11 juta	Rp.8,21 triliun
2021	374,69 juta	Rp.27,63 triliun
2022	1 miliar	Rp.99,98 triliun
2023	2,14 miliar	Rp.226 triliun
2024	6,24 miliar	Rp.659,93 triliun

Sumber: Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI)

Penggunaan QRIS sudah meningkat cukup banyak dalam empat tahun terakhir. Berdasarkan informasi dari Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) 2025, pada tahun pertama peluncuran QRIS, jumlah total transaksi QRIS mencapai Rp8,21 triliun, dengan volume transaksi sebanyak 124,11 juta transaksi dan hingga tahun 2024, total nilai transaksi QRIS telah mencapai Rp1.021,75 triliun. Selain itu Bank Indonesia juga mencatat jumlah pengguna QRIS dari awal dimunculkan sampai Kuartal I 2024 telah mencapai 48 juta pengguna dan terus meningkat menjadi 56,3 juta pengguna pada Kuartal I 2025. Sedangkan untuk jumlah merchant ada 32 juta Kuartal I 2024 dan pada Kuartal I 2025 menjadi 38,1 juta. Mengingat ini baru pada Kuartal I 2025 ada kemungkinan bahwa jumlah pengguna dan merchant akan terus bertambah hingga akhir tahun

Meskipun jumlah pengguna QRIS terus bertambah, tingkat penerimaan dan frekuensi penggunaan QRIS di kalangan generasi muda, terutama Generasi Z, masih menghadapi sejumlah hambatan. Generasi Z dikenal sebagai kelompok yang sangat terbiasa dengan teknologi digital dan cenderung untuk menjajal hal-hal baru. Di sisi lain, ada sejumlah faktor yang berpengaruh pada keputusan mereka untuk menggunakan QRIS sebagai cara melakukan pembayaran.

Persepsi Kemudahan menjadi salah satu faktor yang penting. Persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi tertentu tidak memerlukan usaha yang besar. Semakin mudah suatu teknologi dipahami dan dioperasikan, semakin besar kemungkinan teknologi tersebut diterima dan digunakan oleh masyarakat. Konsep ini menjadi salah satu pilar utama dalam Technology Acceptance Model (TAM) yang diperkenalkan oleh (Davis, 1989), di mana kemudahan penggunaan menjadi determinan penting dalam mempengaruhi niat dan keputusan penggunaan teknologi baru. Pada konteks QRIS, persepsi kemudahan meliputi berbagai aspek, seperti kemudahan saat registrasi, kelengkapan panduan penggunaan, kecepatan saat memindai kode QR, serta kemudahan dalam mengintegrasikan aplikasi dompet digital atau mobile banking. Penelitian oleh (Astuti, 2024) menunjukkan bahwa persepsi tentang kemudahan berdampak besar terhadap keputusan masyarakat menggunakan QRIS, termasuk pertimbangan manfaat dan risiko di Kebumen.

Selain persepsi kemudahan, literasi keuangan digital juga memainkan peran penting. Literasi keuangan digital mencakup pemahaman, pengetahuan, serta keterampilan dalam mengelola dan menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi digital. Literasi keuangan digital berarti kemampuan seseorang untuk memahami, menggunakan, dan mengelola layanan keuangan digital, seperti QRIS. Rendahnya literasi keuangan digital dapat menghambat pemahaman akan manfaat dan cara kerja QRIS sehingga mempengaruhi keputusan untuk menggunakannya. Studi yang dilakukan oleh (Aulia et al., 2023) yang menganalisis pengaruh literasi keuangan digital (digital financial literacy) terhadap kesejahteraan keuangan (financial well-being) memiliki pengaruh

signifikan terhadap kesejahteraan keuangan, dan perilaku keuangan. Selain itu (Ramadhan et al., 2023) Literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS oleh generasi muda. Individu dengan literasi yang baik akan lebih percaya diri dalam menggunakan QRIS dan mampu memahami manfaat serta risiko yang terkait. Hal ini relevan dengan kondisi Gen Z yang meskipun terbiasa dengan teknologi, belum tentu memiliki tingkat literasi keuangan digital yang memadai.

Persepsi risiko juga menjadi faktor yang tidak kalah penting. Persepsi risiko merujuk pada penilaian individu mengenai kemungkinan kerugian atau ketidaknyamanan yang mungkin timbul akibat penggunaan QRIS, seperti risiko kebocoran data, penipuan, atau kesalahan transaksi. Persepsi risiko yang tinggi dapat mengurangi minat Gen Z untuk menggunakan QRIS meskipun sudah tersedia berbagai kemudahan.. Penelitian oleh (Riskawati, 2025) Persepsi risiko secara parsial berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan anggota Alisa Khadijah Semarang dalam menggunakan QRIS. Semakin tinggi persepsi risiko yang mereka rasakan, semakin rendah minat mereka untuk menggunakan QRIS. Temuan serupa juga diperoleh dalam penelitian oleh (Fuad Hasyim, Miftaql Janah, 2023) yang menemukan bahwa perceived risk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS. Hal ini menunjukkan pentingnya peningkatan keamanan serta edukasi publik agar persepsi risiko dapat diminimalkan.

Salah satu tujuan utama dari penggunaan QRIS adalah Generasi Z. Generasi Z, atau yang sering disebut post-millennial, merupakan kelompok individu yang lahir pada rentang tahun 1997 sampai 2012. Generasi ini disebut sebagai digital native karena sejak usia dini mereka telah terbiasa dengan teknologi digital, internet, dan platform media sosial. Generasi Z memiliki karakteristik yang unik dibandingkan generasi sebelumnya, mereka lebih mengutamakan kepraktisan, kecepatan, serta kemudahan dalam berbagai aktivitas, termasuk saat bertransaksi secara finansial. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII),(2024) pengguna internet di Indonesia mencapai 221,5 juta jiwa dari jumlah tersebut generasi Z menjadi kelompok usia yang paling banyak mendominasi penggunaan internet lebih dari 99% Generasi Z di Indonesia sudah memiliki akses ke internet, dan 98% dari mereka memanfaatkan smartphone untuk mendukung kegiatan sehari-hari, termasuk berbelanja online, melakukan pembayaran digital, dan berinvestasi.

Selain itu, Generasi Z juga terkenal karena sikap terbuka mereka terhadap kemajuan teknologi, termasuk penggunaan cara pembayaran tanpa uang tunai seperti QRIS. Meskipun dari segi teknologi mereka lebih siap, adopsi QRIS di kalangan Generasi Z belum sepenuhnya merata. Hal ini mungkin disebabkan oleh pandangan mereka mengenai efektivitas, pemahaman tentang keuangan digital, dan risiko yang mereka alami saat melakukan transaksi secara digital.

Wilayah Solo Raya adalah salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di Jawa Tengah dengan tingkat urbanisasi yang relatif tinggi. Solo Raya memiliki peran penting sebagai pusat aktivitas perdagangan, pendidikan, dan pariwisata. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024 menunjukkan bahwa sekitar 55% penduduk Solo Raya berusia di bawah 35 tahun, dan sekitar 30% dari jumlah tersebut termasuk dalam kelompok Generasi Z.

Dengan banyaknya populasi Gen Z dan berkembangnya infrastruktur digital, Solo Raya memiliki peluang besar untuk meningkatkan penggunaan metode pembayaran digital seperti QRIS. Menurut informasi dari (Bank Indonesia (BI) cabang Solo, 2025), jumlah merchant QRIS di area Solo Raya diperkirakan 961.872, dengan sebagian besar berasal dari usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Namun, penerapan QRIS yang meluas di kalangan anak muda masih menghadapi berbagai kendala. Salah satu masalah yang ada adalah pandangan tentang efektivitas yang bervariasi, di mana sejumlah anggota Gen Z berpendapat bahwa QRIS belum sepenuhnya mudah digunakan di setiap situasi atau pada semua pedagang.

Melihat kondisi tersebut, Solo Raya menjadi wilayah yang menarik untuk dikaji, khususnya terkait **Pengaruh Persepsi Kemudahan, Literasi Keuangan Digital, dan Persepsi Risiko terhadap keputusan penggunaan QRIS dalam transaksi non tunai oleh generasi Z di Solo Raya**. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai cara generasi Z melakukan pembayaran digital di wilayah Solo Raya, serta membantu pemerintah dan para pelaku industri dalam mengembangkan sistem pembayaran non-tunai yang lebih luas.

## 2. Kajian Teori

### Persepsi Kemudahan

Persepsi Kemudahan adalah konsep yang menggambarkan penilaian atau kesan seseorang mengenai sejauh mana suatu produk atau teknologi dirasakan mudah digunakan. Konsep ini memiliki peran penting dalam membentuk niat seseorang untuk memakai produk atau teknologi tersebut, serta mempengaruhi sikap keseluruhan mereka terhadap penerapan produk atau teknologi tersebut (Sari Pratiwi et al., 2023). Menurut (Davis, 1989) dalam

Technology Acceptance Model (TAM), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi tertentu akan bebas dari usaha yang berat.

Persepsi tentang kemudahan menjadi faktor penting yang mempengaruhi seseorang dalam menerima teknologi. Semakin mudah cara menggunakan suatu sistem, semakin besar kemungkinan orang akan memakai sistem tersebut. Generasi Gen Z, yang biasanya menyukai teknologi yang praktis dan langsung, sangat memperhatikan aspek kemudahan ketika memilih cara pembayaran. Indikator Persepsi Kemudahan Menurut Davis (1989) dalam (Miftah Irsyad & Raditha Dwi Vata Hapsari, 2023), indikator persepsi kemudahan meliputi: Mudah dipelajari (*easy to learn*), Mudah dipahami (*clear & understandable*), Mudah dioperasikan (*easy to operate*), Fleksibel digunakan (*flexible to use*), Cepat mahir (*easy to become skillful*).

### **Literasi Keuangan Digital**

Literasi keuangan digital adalah kemampuan untuk memahami, menguasai, percaya, dan menggunakan dengan benar produk serta layanan keuangan digital agar bisa membuat keputusan keuangan yang tepat (Dina Ramadhan et al., 2023). Literasi keuangan digital berarti seseorang memahami dan mampu mengelola uang pribadinya dengan menggunakan teknologi digital, sehingga bisa memaksimalkan kemungkinan pertumbuhan kekayaan serta mengelola risiko finansial secara baik. (Sahamony, 2022).

Literasi keuangan digital sangat penting karena membantu orang membuat keputusan keuangan yang tepat, menumbuhkan kepercayaan dalam menggunakan layanan berbasis digital, dan mengurangi kemungkinan terkena penipuan. Bagi generasi muda yang sudah terbiasa dengan teknologi, literasi keuangan digital adalah modal penting untuk memanfaatkan QRIS sepenuhnya. Indikator Literasi Keuangan Digital menurut (Aidil Fadli, 2024), indikator literasi keuangan digital meliputi: Pengetahuan tentang produk dan layanan keuangan digital, Pemahaman risiko dan perlindungan konsumen digital, Pengalaman penggunaan produk finansial digital, Kesadaran terhadap layanan digital dan hak konsumen

### **Persepsi Risiko**

Persepsi risiko adalah cara seseorang melihat ketidakpastian dan hasil negatif yang mungkin terjadi saat menggunakan produk atau layanan. Persepsi risiko ini sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan seseorang. Jika seseorang merasa risiko semakin kecil, maka kepercayaannya semakin besar, dan sebaliknya (Ni Ketut Seniati & Desak Nyoman Sri Werastuti, 2024). Persepsi risiko adalah cara seseorang menilai kemungkinan terjadinya suatu kejadian kecelakaan serta seberapa besar kekhawatiran mereka terhadap dampak atau akibat yang mungkin timbul akibat kejadian tersebut. (Muhammad Fatih I'tishom et al., 2020)

Persepsi terhadap risiko menjadi faktor utama yang dipertimbangkan seseorang sebelum memutuskan untuk menggunakan teknologi pembayaran digital. Jika tingkat risiko dianggap tinggi, maka kemungkinan seseorang untuk menggunakan QRIS akan berkurang. Bagi kelompok Gen Z yang sangat memperhatikan aspek keamanan digital, persepsi risiko berperan penting dalam menentukan apakah mereka akan menggunakan QRIS atau tidak. Indikator Persepsi Risiko Menurut Featherman & Pavlou (2003) dalam (Astuti, 2024) meliputi: Risiko kinerja (*performance risk*), Risiko finansial (*financial risk*), Risiko waktu (*time risk*), Risiko privasi (*privacy risk*).

### **Keputusan Penggunaan**

Keputusan adalah hasil dari suatu masalah yang telah dihadapi dan berhasil diselesaikan. Jawaban yang jelas atas suatu pertanyaan juga bisa disebut sebagai keputusan. Sebuah keputusan harus mampu menjawab pertanyaan yang sedang dibahas dan terkait dalam proses perencanaan. Keputusan penggunaan adalah cara konsumen memutuskan apakah mau menggunakan atau tidak suatu produk, setelah mempertimbangkan berbagai hal secara mendalam dan memikirkannya dengan matang (Riskawati, 2025)

Keputusan penggunaan merupakan variabel yang sangat penting karena mencerminkan *output akhir* dari seluruh proses evaluasi yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu produk atau layanan. Menurut Kotler & Keller (2016), keputusan penggunaan adalah manifestasi nyata dari niat (intention) yang telah terbentuk melalui penilaian terhadap berbagai faktor, seperti persepsi manfaat, kemudahan, risiko, serta literasi konsumen. Menurut Kotler & Armstrong (2008) dalam (Roisyah Dhea, 2024) keputusan menggunakan dapat

diukur melalui enam indikator berikut : Pencarian Informasi, Pengenalan masalah, Keputusan Pembelian, Evaluasi alternatif, Perilaku pasca pembelian.

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Teknik yang digunakan penulis dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data agar mendapatkan data yang akurat adalah kuesioner dan studi pustaka. Skala yang digunakan dalam kuesioner adalah skala likert. Skala likert adalah alat untuk mengukur pendapat, persepsi, dan sikap seseorang atau kelompok orang terhadap suatu fenomena atau gejala sosial (Sugiyono, 2023). Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung di lapangan dengan berbagai cara mengumpulkan data. Informasi tersebut didapatkan dengan memberikan kuesioner melalui platform Google Form kepada Generasi Z yang tinggal di Solo Raya. Penelitian ini mendapatkan data sekunder dari sumber yang sudah ada sebelumnya, seperti buku, jurnal, dokumen, karya ilmiah, internet, serta referensi lainnya yang berkaitan dengan keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran.

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang pernah menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran yang ada di Solo Raya dengan jumlah yang tidak diketahui. Untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini, digunakan rumus yang telah diajukan oleh Hair et al., (2018).

$$n = k \times r$$

Keterangan:

n : Jumlah minimum Sampel

k : Jumlah Indikator (pernyataan dalam kuesioner)

r : Jumlah responden per indikator (5-10)

$$n = k \times r$$

$$n = 18 \times 5$$

$$n = 90$$

Berdasarkan rumus tersebut, jumlah sampel minimum yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah 90 responden.

Untuk mendapatkan sampel, digunakan jenis pengambilan sampel yaitu *nonprobability sampling*. Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik yang digunakan untuk menentukan sampel dengan memperhatikan faktor tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Solo Raya yang menggunakan QRIS dalam transaksi non tunai.

### 4. Hasil dan Pembahasan

#### Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang tinggal di Solo Raya dan pernah menggunakan QRIS dalam transaksi non tunai. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan penghasilan diperoleh dari hasil pengumpulan data, seperti yang dijelaskan pada tabel berikut ini.

**Tabel 2. Karakteristik Responden**

Kriteria		Jumlah	%
Usia	13-17	3	3,3
	18-22	72	80
	23-28	15	16,7
Jenis Kelamin	Laki-laki	7	7,8
	Perempuan	83	92,2
Domisili	Karanganyar	9	10
	Sragen	5	5,6
	Surakarta	9	10
	Boyolali	7	7,8
	Klaten	8	8,9
	Sukoharjo	46	51,1
	Wonogiri	6	6,7
Pendidikan	SMP	2	2,2
	SMA/SMK	24	26,7
	Diploma	3	3,3

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4377>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Pekerjaan	S1	59	65,6
	Lainnya	2	2,2
	Pelajar/ Mahasiswa	64	71,1
	Bekerja/Karyawan	25	27,8
	Wiraswasta	1	1,1

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel karakteristik responden di atas dari hasil pengumpulan data kuesioner didapatkan bahwa mayoritas usia 18-22 sebanyak 72 (80%), responden laki-laki sebanyak 7 (7,8%), dan perempuan sebanyak 83 (92,2%). Berdasarkan pendidikannya mayoritas S1 sebanyak 59 (65,6%). Sedangkan pekerjaan pelajar/mahasiswa mendominasi sebesar 64 (71,1%).

### **Uji Instrumen**

#### 1. Uji Validitas

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	1	0,830	0,207	Valid
	2	0,628	0,207	Valid
	3	0,664	0,207	Valid
	4	0,619	0,207	Valid
	5	0,796	0,207	Valid
Literasi Keuangan Digital (X2)	1	0,723	0,207	Valid
	2	0,569	0,207	Valid
	3	0,569	0,207	Valid
	4	0,724	0,207	Valid
Persepsi Risiko (X3)	1	0,743	0,207	Valid
	2	0,583	0,207	Valid
	3	0,454	0,207	Valid
	4	0,552	0,207	Valid
Keputusan Penggunaan (X4)	1	0,596	0,207	Valid
	2	0,698	0,207	Valid
	3	0,586	0,207	Valid
	4	0,664	0,207	Valid
	5	0,722	0,207	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan pengujian tabel di atas, validitas menghasilkan seluruh angka r hitung > r tabel, dengan r tabel berada pada angka 0,207 dan seluruh pernyataan telah signifikan karena r hitung > 0,207 sehingga seluruh pernyataan telah dinyatakan valid.

#### 2. Uji Reliabilitas

**Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	0,875	0,60	Reliabel
Literasi Keuangan Digital (X2)	0,822	0,60	Reliabel
Persepsi Risiko (X3)	0,774	0,60	Reliabel
Keputusan Penggunaan (X4)	0,845	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian tabel, maka angka *Cronbach Alpha* keseluruhan variabel > 0,60 sehingga dikatakan bahwa seluruh variabel dikatakan reliabel.

### **Uji Asumsi Klasik**

#### 1. Uji Normalitas.

**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas**

N	Unstandardized Residual		
	Normal Parameters	Mean	Std. Deviation
		0,0000000	2,32345630

Most Extreme Differences	Absolute	0,089
	Positive	0,064
	Negative	-0,089
Test Statistic		0,089
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,072

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berlandaskan nilai Asymptotic  $> 0,05$ , yaitu 0,072 dengan demikian, perolehan dari uji normalitas mengaplikasikan One Sample Kolmogorov-Smirnov Test menampilkan pada data tercantum berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

**Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF
Persepsi Kemudahan (X1)	0,324	3,089
Literasi Keuangan Digital (X2)	0,397	2,516
Persepsi Risiko (X3)	0,589	1,698

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berlandaskan penemuan dari pengkajian untuk tiap variabel independen, yang menegaskan bahwa bilangan tolerance pervariabel  $> 0,1$  dan bilangan VIF-nya  $< 10$ , tidak ada multikolinearitas tiap variabel independen.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Taraf Signifikansi	Signifikansi
Persepsi Kemudahan (X1)	0,05	0,220
Literasi Keuangan Digital (X2)	0,05	0,210
Persepsi Risiko (X3)	0,05	0,916

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berlandaskan temuan uji heteroskedastisitas terbukti dari tiap variabel menghasilkan bilangan signifikansi  $> 0,05$  maka kesimpulannya semua variabel tidak ada masalah Heteroskedastisitas.

## Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	2,376	1,211		1,962	0,053
Persepsi Kemudahan (X1)	0,335	0,098	0,346	3,417	0,001
Literasi Keuangan Digital (X2)	0,647	0,106	0,556	6,086	0,000
Persepsi Risiko (X3)	-0,015	0,093	-0,12	0,160	0,873

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berlandaskan tabel di atas, bilangan koefisien dari variabel bebas dan bilangan konstanta dari variabel terikat, serta signifikansi tiap variabel berdasarkan dari hasil dalam tabel tersebut dapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 2,376 + 0,335X1 + 0,647X2 - 0,015X3 + e$$

1. Hasil Konstanta sebesar 2,376 berarti positif, menunjukkan bahwa jika variabel persepsi kemudahan, literasi keuangan digital dan persepsi risiko bilangannya 0 (konstan), maka variabel keputusan penggunaan bernilai 2,376 satuan.
2. Hasil b1 koefisien regresi persepsi kemudahan (X1) berarti positif yang memiliki bilangan sebesar 0,335 dengan kata lain bahwa setiap peningkatan persepsi kemudahan sejumlah satu satuan, maka akan menaikkan variabel keputusan penggunaan sebesar 0,335 satuan dengan dugaan variabel independen yang lain konstan.
3. Hasil b2 koefisien regresi literasi keuangan digital (X2) berarti positif yang memiliki bilangan sebesar 0,647 dengan kata lain bahwa setiap peningkatan literasi keuangan digital sejumlah satu satuan, maka akan menaikkan variabel keputusan penggunaan sebesar 0,647 satuan dengan dugaan variabel independen yang lain konstan.

4. Hasil b3 koefisien regresi persepsi risiko (X3) berarti negatif yang memiliki bilangan sebesar -0,015 dengan kata lain bahwa setiap peningkatan persepsi risiko sejumlah satu satuan, maka akan menurunkan variabel keputusan penggunaan sebesar 0,015 satuan dengan dugaan variabel independen yang lain konstan

### **Uji Hipotesis**

1. Uji Signifikal Parsial (uji t)

**Tabel 9. Hasil Uji Signifikant Parsial (Uji t)**

Variabel	t	Sig
Persepsi Kemudahan (X1)	3,417	0,001
Literasi Keuangan Digital (X2)	6,086	0,000
Persepsi Risiko (X3)	0,160	0,0873

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berlandaskan temuan dari analisis yang diperoleh tabel diatas, dapat dirincikan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian menggunakan uji t pada variabel persepsi kemudahan menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,001, yang berada di bawah tingkat signifikansi 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.
2. Hasil pengujian menggunakan uji t pada variabel literasi keuangan digital menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.
3. Hasil pengujian menggunakan uji t pada variabel persepsi risiko menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,0873, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 ( $0,0873 > 0,05$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi**

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,845 <sup>a</sup>	0,715	0,705	2,364

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berlandaskan temuan uji nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,705 pernyataan ini bermakna variabel (Persepsi Kemudahan, Literasi Keuangan Digital, Persepsi Risiko) menjelaskan terhadap variabel Keputusan Penggunaan QRIS Generasi Z di Solo Raya sebesar 70,5% sisanya 29,5% diberikan penjelasan oleh variabel yang tidak diulas pada analisis ini.

### **Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan**

Berlandaskan temuan penelitian pada pengguna QRIS dalam bertransaksi non tunai yang dilakukan oleh generasi Z di Solo Raya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel persepsi kemudahan (X1) dalam keputusan penggunaan. Berlandaskan hasil uji t, variabel persepsi kemudahan (X1) berpengaruh terhadap variabel keputusan penggunaan (Y) sebab perhitungan signifikansi  $< 0,05$  yaitu 0,001.

Persepsi kemudahan yang sangat berpengaruh pada keputusan pengguna, menunjukkan bahwa semakin mudah sistem pembayaran tersebut digunakan, maka semakin besar juga keinginan seseorang untuk memakainya. Artinya, pengguna merasa QRIS mudah dipakai, cepat, dan tidak perlu banyak usaha dalam penggunaannya.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Astuti, 2024) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS di Kebumen. Hal ini juga sejalan dengan yang dilakukan oleh (Ningsih et al., 2021) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan uang Elektronik berbasis QRIS.

## Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Keputusan Penggunaan

Berlandaskan temuan penelitian pada pengguna QRIS dalam bertransaksi non tunai yang dilakukan oleh generasi Z di Solo Raya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel literasi keuangan digital (X2) dalam keputusan penggunaan. Berlandaskan hasil uji t, variabel keuangan digital (X2) berpengaruh besar terhadap variabel keputusan penggunaan (Y) sebab perhitungan signifikansi  $< 0,05$  yaitu 0,000.

Literasi keuangan digital yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pengguna menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan digital seseorang, semakin baik pula kemampuannya dalam memahami manfaat, risiko, dan keamanan saat menggunakan QRIS. Generasi Z yang mampu memahami sistem keuangan digital dengan baik akan lebih percaya diri saat melakukan transaksi non tunai.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., 2023) yang menyatakan bahwa Literasi keuangan secara signifikan mempengaruhi keputusan bertransaksi dengan QRIS. Hal ini juga sejalan dengan (Ramadhan et al., 2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS oleh generasi muda.

## Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan

Berlandaskan temuan penelitian pada pengguna QRIS dalam bertransaksi non tunai yang dilakukan oleh generasi Z di Solo Raya tidak menyandang pengaruh signifikan terhadap variabel persepsi risiko (X3) dalam keputusan penggunaan. Berdasarkan uji t, variabel persepsi risiko (X3) tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan penggunaan (Y) karena perhitungan signifikansi  $> 0,05$  yaitu 0,0873.

Persepsi Risiko yang tidak mempengaruhi pilihan pengguna menunjukkan bahwa sebagian responden mungkin tetap merasa khawatir tentang risiko seperti keamanan data atau gagalnya transaksi. Namun, kekhawatiran ini tidak menghalangi mereka untuk menerima penggunaan QRIS. Generasi Z cenderung lebih terbuka terhadap teknologi baru dan sudah terbiasa dengan sistem digital, sehingga mereka kurang memikirkan risiko.

Hal ini bertolak belakang dengan temuan oleh (Riskawati, 2025) yang menyatakan bahwa persepsi risiko secara parsial berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS serta temuan (Fuad Hasyim, Miftaql Janah, 2023), yang juga menunjukkan bahwa persepsi risiko secara nyata mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan QRIS.

## 5. Kesimpulan

Penelitian ini menjelaskan mengenai bagaimana persepsi kemudahan, literasi keuangan digital dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan QRIS oleh generasi Z di Solo Raya. Dari peneliti ini dapat ditarik kesimpulan bahwa: Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Hal ini berarti bahwa semakin baik kemudahan maka akan meningkatkan keputusan penggunaan QRIS dalam transaksi non tunai oleh generasi Z di Solo Raya. Literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat literasi keuangan digital generasi Z maka semakin tinggi pula keputusan generasi Z di Solo Raya menggunakan QRIS dalam transaksi non tunainya. Persepsi risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Hal ini berarti semakin tinggi risiko yang dirasakan oleh generasi Z maka semakin rendah keputusan generasi Z di Solo Raya menggunakan QRIS dalam transaksi non tunainya.

## Referensi

1. Aidil Fadli, J. (2024). Measuring the Level of Digital Financial Literacy Among Generation Y and Z in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(5), 1891–1898. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i5.2813>
2. Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). (2025). *Penggunaan QRIS Terus Meningkat, Nominal Transaksi Capai Rp659 Triliun*. Goodstats. <https://data.goodstats.id/statistic/penggunaan-qris-terus-meningkat-nominal-transaksi-capai-rp659-triliun-cc2r8>
3. Astuti, R. S. R. & P. B. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Manajemen, Bisnis, Akuntansi*, 4(1), 9–15.
4. Aulia, A., Rahayu, R., & Bahari, A. (2023). The Influence Of Digital Financial Literacy On Financial Well Being With Financial Behavior As A Moderation Variable: Communities In West Sumatra. *Jurnal Akuntansi*, 13(2), 141–149.
5. Bank Indonesia (BI) cabang Solo. (2025). *Solo Raya Alami Lonjakan Transaksi QRIS, Volume Capai 51,91 Juta*. Merah Putih.Com. [merahputih.com/post/read/solo-rayo-alamai-lonjakan-transaksi-qris-volume-capai-51-91-juta](http://merahputih.com/post/read/solo-rayo-alamai-lonjakan-transaksi-qris-volume-capai-51-91-juta)
6. Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
7. Dina Ramadhan, Hendri Rahmayani Asri, Hantoro Arief Gisjianto, Nenik Diah Hartanti, & Ekaning Setyarini. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda.

*Lentera Bisnis Manajemen, 01(04).*

8. Fuad Hasyim, Miftaql Janah, L. E. P. S. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Qris Pada Generasi Milenial Kabupaten Sukoharjo. *Quranomic: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2.
9. Jr, J. F. H., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis*. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
10. Miftah Irsyad & Raditha Dwi Hapsari. (2023). Pengaruh Perceived usefulness, Perceived ease of use, dan Perceived security dan Social Influence terhadap Continuance Intention. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2. <https://doi.org/10.56799/jim.v4i9.11119>
11. Muhammad Fatih I'tishom, Sri Martini, & Weni Novandari. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Serta Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Go-Pay . *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, Volume 22(4), 514–532.
12. Ni Ketut Seniati, & Desak Nyoman Sri Werastuti. (2024). Pengaruh Persepsi Resiko, Habit, Dan Facilitating Condition Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 15(01), 143–155. <https://doi.org/10.23887/jap.v15i01.49697>
13. Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik ( QRIS ) Pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 1–9.
14. Putri, N. M., Lakoni, I., & Safranti, S. (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.
15. 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. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 1(04), 162–170. <https://doi.org/10.59422/lbm.v1i04.168>
16. Riskawati, I. (2025). The Effect of Perceived Ease, Risk and Financial Literacy on the Use of QRIS as a Digital Payment in MSMEs. *Journal of Islamic Finance and Banking*, 7(1), 155–176. <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2025.7.1.26744>
17. Roisyah Dhea. (2024). *Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Sebagai Media Transaksi Dengan Efektivitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Generasi Z di Kota Bandar Lampung)* (Issue 1).
18. Sahamony, N. F. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Kemahiran Digital Mahasiswa Universitas Binawan The Effect of Digital Financial Literacy on Digital Proficiency of Binawan University Students. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Digital Tahun*, 1(1), 58–67.
19. Sari Pratiwi, I., Fitria, D., & Burhanudin. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-wallet Shopeepay (Studi Kasus Pada Karyawan PT Sarana Utama Adimandiri ). *Journal Of Social Science Research*, 3(3), 3795–3804. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
20. Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D. In *Alfabeta*.