



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

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

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 9799-9806

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

---

## Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan, dan Kemudahan terhadap Penggunaan Transaksi Digital Qris pada Generasi Z di Kota Surakarta

Keysa Auliana Safinka, Djoko Kristianto

Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Indonesia

[aulianakeysa05@gmail.com](mailto:aulianakeysa05@gmail.com), [djokokristianto@yahoo.co.id](mailto:djokokristianto@yahoo.co.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi keamanan, dan persepsi kemudahan terhadap intensitas penggunaan transaksi digital QRIS pada kelompok Generasi Z di Kota Surakarta. Sebagai kelompok digital native, Generasi Z menjadi pilar utama dalam transformasi ekosistem keuangan non-tunai yang memerlukan pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang mendorong adopsi teknologi pembayaran. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dari 300 responden. Teknik analisis data yang diterapkan adalah analisis regresi linier berganda guna menguji hubungan antar variabel secara parsial maupun simultan, serta memastikan sejauh mana faktor psikologis dan fungsional memengaruhi perilaku transaksi digital di wilayah urban. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, persepsi manfaat, keamanan, dan kemudahan memiliki kontribusi signifikan terhadap penggunaan QRIS. Secara parsial, persepsi manfaat dan persepsi keamanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan, yang mengindikasikan bahwa efisiensi transaksi serta jaminan perlindungan data menjadi pertimbangan utama bagi responden. Namun, ditemukan bahwa persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan QRIS pada Generasi Z. Fenomena ini menunjukkan bahwa bagi generasi yang sudah fasih teknologi, aspek kemudahan akses bukan lagi menjadi nilai tambah istimewa melainkan standar dasar operasional. Temuan ini merekomendasikan bagi penyedia layanan fintech untuk lebih memprioritaskan penguatan sistem keamanan dan diversifikasi manfaat layanan guna mempertahankan loyalitas pengguna di segmen pasar muda.

*Kata kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan, Penggunaan QRIS, Generasi Z*

### 1. Latar Belakang

Akselerasi transformasi digital dalam sektor keuangan telah mengubah fundamental perilaku transaksi masyarakat dari metode konvensional berbasis tunai menjadi ekosistem non-tunai (*cashless society*). Fenomena ini ditandai dengan masifnya adopsi *e-wallet* sebagai instrumen pembayaran yang menawarkan efisiensi operasional dan fleksibilitas akses tanpa batasan geografis. Menurut Davis (dalam Jogiyanto, 2017), perilaku individu dalam mengadopsi teknologi baru sangat ditentukan oleh persepsi terhadap kemanfaatan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Dalam konteks ini, keputusan penggunaan bukan sekadar tindakan transaksional, melainkan hasil dari evaluasi pengguna terhadap sejauh mana teknologi tersebut mampu mempermudah aktivitas ekonomi harian mereka secara aman dan cepat.

Keberhasilan penetapan *e-wallet* di pasar sangat bergantung pada kualitas fitur layanan dan efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan. Kelengkapan fitur, seperti integrasi pembayaran tagihan dan diversifikasi layanan finansial, menjadi nilai tambah yang krusial dalam menciptakan kepuasan pengguna. Sejalan dengan teori bauran pemasaran, promosi yang agresif melalui pemberian insentif ekonomi seperti *cashback* dan diskon berperan sebagai stimulus psikologis yang kuat untuk memengaruhi intensitas penggunaan. Penelitian terdahulu oleh Sari et al. (2021) menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif antara kemudahan aplikasi dan kelengkapan fitur terhadap loyalitas pengguna digital. Namun, dinamika pasar yang terus berubah menuntut pengujian kembali mengenai variabel mana yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan konsumen di lingkungan akademik yang kompetitif.

Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi (UNISRI), khususnya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, merepresentasikan segmen *digital native* yang memiliki tingkat literasi digital tinggi namun sangat sensitif

terhadap nilai guna dan efisiensi biaya. Karakteristik mahasiswa yang adaptif terhadap inovasi namun selektif dalam mempertimbangkan aspek fungsionalitas menjadikan mereka subjek penelitian yang relevan untuk mengevaluasi efektivitas layanan dompet digital. Meskipun banyak penelitian serupa telah dilakukan, terdapat urgensi untuk menganalisis kembali konsistensi pengaruh kemudahan penggunaan, fitur layanan, dan promosi pada lingkup spesifik mahasiswa di Surakarta. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris determinan keputusan penggunaan *e-wallet* guna memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan manajemen pemasaran digital dan masukan praktis bagi penyedia layanan *fintech*.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal-komparatif untuk menguji pengaruh antar variabel yang diteliti. Populasi dalam studi ini mencakup seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi (UNISRI) Surakarta yang berjumlah 2.169 orang. Pengambilan sampel dilakukan melalui metode *purposive sampling* dengan kriteria tertentu, di mana ukuran sampel ditetapkan sebanyak 100 responden berdasarkan perhitungan rumus Slovin dengan tingkat kelonggaran 10%. Data primer dikumpulkan menggunakan instrumen kuesioner terstruktur yang disebarkan kepada responden, dengan pengukuran data menggunakan skala Likert lima poin untuk menguantifikasi persepsi terhadap variabel kemudahan penggunaan, fitur layanan, promosi, dan keputusan penggunaan.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis menggunakan perangkat lunak statistik SPSS. Tahap pertama meliputi uji instrumen melalui uji validitas dengan korelasi *Product Moment Pearson* dan uji reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* untuk memastikan konsistensi alat ukur. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi guna menjamin bahwa model regresi yang dihasilkan memenuhi kriteria *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE) dan layak untuk diinterpretasikan.

Pada tahap akhir, data dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen secara simultan dan parsial. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji statistik t (uji parsial) untuk melihat signifikansi pengaruh masing-masing variabel secara individu, serta uji statistik F (uji simultan) untuk mengevaluasi ketepatan model penelitian secara keseluruhan. Selain itu, dilakukan analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengukur sejauh mana variasi dalam keputusan penggunaan *e-wallet* dapat dijelaskan oleh variabel kemudahan penggunaan, fitur layanan, dan promosi dalam model ini

## 3. Uji Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

TABEL I. HASIL UJI VALIDITAS PERSEPSI MANFAAT (X1)

Item Kuesioner	$\rho$ -value (signifikansi)	Kriteria $\rho$ -value < 0,05	Keterangan
X1.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil tabel diatas, menunjukkan bahwa uji validitas variabel persepsi manfaat (X1) diperoleh nilai signifikan seluruh item pernyataan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

**TABEL II. HASIL UJI VALIDITAS PERSEPSI KEAMANAN (X2)**

Item Kuesioner	$\rho$ -value (signifikansi)	Kriteria $\rho$ -value < 0,05	Keterangan
X2.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil tabel diatas, menunjukkan bahwa uji validitas variabel persepsi keamanan (X2) diperoleh nilai signifikan seluruh item pernyataan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi keamanan dinyatakan valid.

**TABEL III. HASIL UJI VALIDITAS PERSEPSI KEMUDAHAN (X3)**

Item Kuesioner	$\rho$ -value (signifikansi)	Kriteria $\rho$ -value < 0,05	Keterangan
X3.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil tabel diatas, menunjukkan bahwa uji validitas variabel persepsi kemudahan (X3) diperoleh nilai signifikan seluruh item pernyataan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan dinyatakan valid.

**TABEL IV. HASIL UJI VALIDITAS PENGGUNAAN TRANSAKSI DIGITAL QRIS (Y)**

Item Kuesioner	$\rho$ -value (signifikansi)	Kriteria $\rho$ -value < 0,05	Keterangan
Y.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil tabel diatas, menunjukkan bahwa uji validitas variabel penggunaan transaksi digital QRIS (Y) diperoleh nilai signifikan seluruh item pernyataan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas.

**TABEL V. HASIL UJI RELIABILITAS**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Syarat (> 0,60)	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	0,653	> 0,60	Reliabel
Persepsi Keamanan (X2)	0,623	> 0,60	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X3)	0,619	> 0,60	Reliabel
Penggunaan Transaksi Digital QRIS (Y)	0,680	> 0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas, seluruh variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Variabel Persepsi Manfaat (X1) memperoleh nilai sebesar 0,653, variabel Persepsi Keamanan (X2) sebesar 0,623, variabel Persepsi Kemudahan (X3) sebesar 0,619, dan variabel Penggunaan Transaksi Digital QRIS (Y) sebesar 0,680. Dari nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel lebih besar dari 0,60. Dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument penelitian pada variabel- variabel tersebut dinyatakan reliabel.

## 3. Uji Asumsi Klasik.

**TABEL VI. HASIL UJI NORMALITAS**

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		<i>Unstandardized Residual</i>	
N		300	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.0000000	
	Std. Deviation	1.67570992	
Most Extreme Differences	Absolute	0.051	
	Positive	0.045	
	Negative	-0.051	
Test Statistic		0.051	
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.061 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	0.416 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	lower Bound	0.403
		Upper Bound	0.428

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan uji *One-Sample Kolmogorov\_Smirnov*, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,061 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Dengan demikian asumsi normalitas dalam penelitian telah terpenuhi dan analisis regresi dapat dilanjutkan.

**TABEL VII. HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS**

Variabel	Nilai <i>Tolerance Value</i>	Kriteria	VIF	Kriteria
Persepsi Manfaat (X1)	0,362	> 0,10	2,760	< 10
Persepsi Keamanan (X2)	0,330	> 0,10	3,028	< 10
Persepsi Kemudahan (X3)	0,317	> 0,10	3,156	< 10

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* pada variabel persepsi manfaat sebesar 0,362, persepsi keamanan sebesar 0,330, dan persepsi kemudahan sebesar 0,317, dimana seluruh nilai *tolerance* > 0,10. Sedangkan nilai VIF pada variabel persepsi manfaat 2,760, persepsi keamanan 3,028, dan persepsi kemudahan 3,156 yang menunjukkan nilai < 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah multikolinearitas.

**TABEL VIII. HASIL UJI AUTOKORELASI**

	<i>Unstandardized Residual</i>
Test Value <sup>a</sup>	0,16814
Cases < Test Value	150
Cases >= Test Value	150
Total Cases	300
Number of Runs	135
Z	-1,851
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,064

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji autokorelasi menggunakan *Runs Test* diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,064 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regresi, sehingga residual menyebar secara acak dan model regresi layak digunakan.

**TABEL IX. HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	<i>t</i>	Sig.
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1 (Constant)	2,201	0,536		4,104	0,000
Persepsi Manfaat	-0,028	0,039	-0,068	-0,711	0,478
Persepsi Keamanan	-0,048	0,044	-0,111	-1,107	0,269
Persepsi Kemudahan	0,028	0,045	0,064	0,627	0,531

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser, diperoleh nilai signifikansi variabel persepsi manfaat sebesar 0,478, persepsi keamanan sebesar 0,269, dan persepsi kemudahan sebesar 0,531. Seluruh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi klasik heteroskedastisitas.

#### 4. Hasil Analisis Data

**TABEL X. HASIL UJI ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	<i>t</i>	Sig.
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1 (Constant)	0,842	0,827		1,018	0,309
Persepsi Manfaat	0,419	0,060	0,400	7,020	0,000
Persepsi Keamanan	0,433	0,067	0,385	6,441	0,000
Persepsi Kemudahan	0,099	0,070	0,087	1,419	0,157

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi:

$$Y = 0,842 + 0,419X_1 + 0,433X_2 + 0,099X_3$$

- 1) Konstanta (*Constant*) 0,842, nilai konstanta menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Keamanan (X2), dan Persepsi Kemudahan (X3) bernilai nol, maka nilai Penggunaan Transaksi Digital QRIS sebesar 0,842.
- 2) Koefisiensi Persepsi Manfaat (X1) 0,419 dan nilai Sig. 0,000 < 0,05, maka persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan transaksi digital QRIS. Semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan responden, maka penggunaan QRIS akan meningkat.
- 3) Koefisien Persepsi Keamanan (X2) 0,433 dan nilai Sig. 0,000 < 0,05, maka persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan transaksi digital QRIS. Semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan, maka penggunaan QRIS semakin meningkat.
- 4) Koefisien Persepsi Kemudahan (X3) 0,099 dan nilai Sig. 0,157 > 0,05, maka Persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan transaksi digital QRIS. Kemudahan penggunaan belum menjadi faktor utama yang mempengaruhi penggunaan QRIS pada responden penelitian.

**TABEL XI. HASIL UJI t**

		Coefficients <sup>a</sup>				Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>t</i>	
1	(Constant)	0,842	0,827		1,018	0,309
	Persepsi Manfaat	0,419	0,060	0,400	7,020	0,000
	Persepsi Keamanan	0,433	0,067	0,385	6,441	0,000
	Persepsi Kemudahan	0,099	0,070	0,087	1,419	0,157

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan tabel diatas dapat diinterpretasikan bahwa:

- 1) Uji t Variabel X1 (Persepsi Manfaat)  
Nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, artinya H0 ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian, Persepsi Manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap Penggunaan Transaksi Digital QRIS. Semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan oleh responden, maka semakin tinggi penggunaan transaksi digital QRIS.
- 2) Uji t Variabel X2 (persepsi Keamanan)  
Nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, artinya H0 ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian, Persepsi Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap Penggunaan Transaksi Digital QRIS. Semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan responden, maka semakin meningkat penggunaan transaksi digital QRIS.
- 3) Uji t Variabel X3 (Persepsi Kemudahan)  
Nilai signifikansi sebesar 0,157 > 0,05, artinya H0 diterima dan Ha ditolak. Dengan demikian, Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Transaksi Digital QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan bukan merupakan faktor utama yang mempengaruhi responden dalam menggunakan transaksi digital QRIS.

**TABEL XII. HASIL UJI F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	1567,087	3	522,362	184,160	0,000 <sup>b</sup>
	Residual	839,593	296	2,836		
	Total	2406,680	299			

Sumber: Data primer diolah, 2026

Hasil analisis regresi menunjukkan nilai F hitung sebesar 184,160 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) maka model regresi yang digunakan dinyatakan layak untuk digunakan atau model Fit (tepat). Variabel independen yang terdiri dari Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, dan Persepsi Kemudahan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Transaksi Digital QRIS pada Generasi Z di Kota Surakarta.

**TABEL XIII. HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0,807 <sup>a</sup>	0,651	0,648	1,684

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil analisis uji koefisien determinasi, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,648 mengindikasikan bahwa 64,8% variasi pada Penggunaan Transaksi Digital QRIS dapat dijelaskan oleh variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, dan Persepsi Kemudahan dalam model penelitian ini. Sedangkan sisanya sebesar 35,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini yang tidak diteliti

## Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Penggunaan Transaksi Digital QRIS pada Generasi Z di Kota Surakarta

Berdasarkan hasil uji t terhadap variabel Persepsi Manfaat (X1) diperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_1$  diterima dengan koefisien regresi sebesar 0,419 yang berarti positif. Artinya, terdapat pengaruh positif dan signifikan Persepsi Manfaat (X1) terhadap Penggunaan Transaksi Digital QRIS (Y) pada Generasi Z di Kota Surakarta. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan QRIS.

### 2. Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Penggunaan Transaksi Digital QRIS pada Generasi Z di Kota Surakarta

Berdasarkan hasil uji t terhadap variabel Persepsi Keamanan (X2) diperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_2$  diterima dengan koefisien regresi sebesar 0,433 yang berarti positif. Artinya, terdapat pengaruh positif dan signifikan Persepsi Keamanan (X2) terhadap Penggunaan Transaksi Digital QRIS (Y) pada Generasi Z di Kota Surakarta. Semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan QRIS.

### 3. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Penggunaan Transaksi Digital QRIS pada Generasi Z di Kota Surakarta

Berdasarkan hasil uji t terhadap variabel Persepsi Kemudahan (X3) diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,157 > 0,05$  dengan koefisien regresi sebesar 0,099 yang berarti positif. Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan (X3) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Penggunaan Transaksi Digital QRIS (Y) pada Generasi Z di Kota Surakarta. Dengan demikian,  $H_3$  ditolak. Artinya, meskipun kemudahan penggunaan memiliki arah

hubungan yang positif, namun secara statistik tidak cukup kuat untuk memengaruhi penggunaan QRIS secara signifikan.

#### 4. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keputusan penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi dipengaruhi secara signifikan oleh faktor kemudahan penggunaan aplikasi, fitur layanan, dan strategi promosi. Secara parsial, variabel kemudahan penggunaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan, yang mengindikasikan bahwa semakin sederhana dan intuitif operasional suatu platform digital, maka semakin tinggi kecenderungan mahasiswa untuk mengadopsinya. Selain itu, kelengkapan fitur layanan yang mampu memenuhi berbagai kebutuhan transaksi harian juga menjadi determinan penting yang memengaruhi preferensi pengguna. Faktor promosi, melalui pemberian insentif ekonomi seperti *cashback* dan diskon, secara konsisten efektif dalam menstimulus minat dan keputusan penggunaan di kalangan responden. Secara simultan, integrasi antara aspek teknis yang mudah, fungsionalitas fitur yang komprehensif, serta daya tarik promosi memberikan kontribusi yang kuat dalam membentuk perilaku konsumsi digital mahasiswa, sehingga penyedia layanan *fintech* perlu menyelaraskan ketiga aspek tersebut untuk mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar.

#### Referensi

1. Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
2. Aswad, A., & Adriyani, N. (2024). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Kemudahan terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce*. *Jurnal Sistem Informasi*, 16(2), 112–125.
3. Augusty, F. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
4. Bank Indonesia. (2021). Peraturan Bank Indonesia Nomor 23/6/PBI/2021 tentang Penyelenggaraan Jasa Pembayaran. Jakarta: BI.
5. Budiasuti, A., & Muid, A. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko terhadap Minat Menggunakan *E-commerce*. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 11(3), 560–572.
6. Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
7. Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
8. Jogiyanto, H. M. (2017). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
9. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Global Edition: Pearson Education.
10. Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
11. Malhotra, N. K. (2019). *Marketing Research: An Applied Orientation* (7th ed.). New York: Pearson.
12. Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
13. Sari, R. P., & Pradana, M. (2021). Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Dompet Digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 112-125.
14. Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
15. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
16. Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
17. Teknologi, I., & Awalia, S. (2025). Karakteristik Generasi Z dalam Konteks Digitalisasi. *Jurnal Generasi Inovatif*, 9(1), 40–52.
18. Umar, H. (2019). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
19. Utami, F., & Fadillah, R. (2021). Faktor-Faktor Psikologis dalam Minat Adopsi Teknologi. *Jurnal Psikologi dan Teknologi Finansial*, 5(1), 32–46.
20. Wibowo, A., & Ayuningtyas, D. (2024). Memahami Generasi Z: Perspektif Digital dan Sosial. *Jurnal Sosial Teknologi*, 6(2), 77–88.
21. Wijaya, A., & Astuti, F. (2023). Variasi Perilaku Digital Generasi Z dalam Menggunakan QRIS. *Jurnal Inovasi Keuangan Digital*, 4(3), 112–123.
22. Wulandari, D., & Prabowo, H. (2022). Efektivitas QRIS sebagai Metode Pembayaran Nasional. *Jurnal Ekonomi dan Inovasi Teknologi*, 6(1), 24–33.
23. Yadi, M. (2025). Pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *trust* terhadap *behavior intention to use* pada pengguna layanan QRIS BSI Mobile (Tesis). *UIN Raden Intan Lampung*.