

## Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Qris Pada Generasi Z di Kota Bengkulu

Reza Sonalia<sup>1\*</sup>, Syofian<sup>2</sup>, Arifah Hidayati<sup>3</sup>

Universitas Prof. DR. Hazairin, SH

\* E-mail Korespondensi: rezasonalia8@gmail.com

### Information Article

History Article

Submission: 21-07-2025

Revision: 09-09-2025

Published: 26-11-2025

### DOI Article:

10.24905/mlt.v6i2.161

### A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap variabel dependen yaitu keputusan menggunakan QRIS pada Generasi Z Di Kota Bengkulu. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z (pada rentang usia 17-28 tahun) Dikota Bengkulu yang menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran. Penentuan sampel ditentukan dengan metode purposive sampling dan pada penelitian ini mempunyai 23 indikator. Jadi batas minimal responden untuk penelitian ini adalah  $23 \times 5 = 115$ , dengan demikian responden yang akan diambil untuk penelitian ini berjumlah 115 responden berdasarkan kriteria tertentu. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yang bersumber dari data primer. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner online sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan program software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada Generasi Z Di Kota Bengkulu. Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada Generasi Z Di Kota Bengkulu. Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada Generasi Z Di Kota Bengkulu. Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada Generasi Z Di Kota Bengkulu secara simultan

**Kata Kunci:** Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Keputusan Menggunakan, Generasi Z

### A B S T R A C T

*This study aims to determine the influence of independent variables, namely perceived benefits, perceived ease of use, and perceived risk on the dependent variable, namely the decision to use QRIS on Generation Z in Bengkulu City. The population in this study was Generation Z (in the age range of 17-28 years) in*

### Acknowledgment

---

*Bengkulu City who use QRIS as a means of payment. Determination of the sample was determined by the purposive sampling method and in this study there were 23 indicators. So the minimum limit of respondents for this study is  $23 \times 5 = 115$ , thus the respondents who will be taken for this study amount to 115 respondents based on certain criteria. The type of data used is quantitative data sourced from primary data. The data collection technique uses an online questionnaire while the data analysis technique used is multiple linear regression analysis. Data management in this study uses the SPSS software program. The results of the study show that Perceived Benefits have a significant effect on the decision to use QRIS among Generation Z in Bengkulu City. Perceived Ease of Use has a significant effect on the decision to use QRIS among Generation Z in Bengkulu City. Perceived Risk has a significant effect on the decision to use QRIS among Generation Z in Bengkulu City. Perceived Benefits, Perceived Ease of Use, and Perceived Risk have a significant effect on the decision to use QRIS among Generation Z in Bengkulu City simultaneously.*

**Key word:** Perception of Benefits, Perception of Ease of Use, Perception of Risk, Decision to Use, Generation Z

---

© 2025 Published by multiplier. Selection and/or peer-review under responsibility of multiplier

## PENDAHULUAN

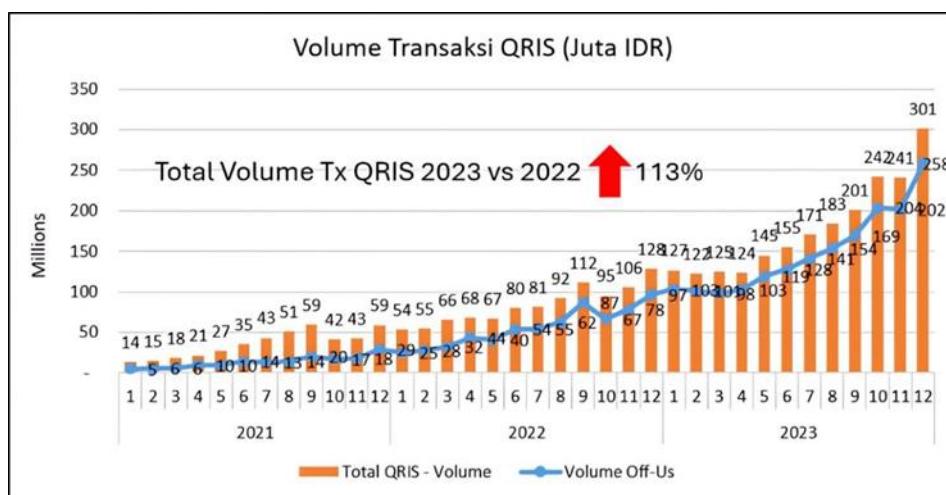
Perkembangan teknologi yang demikian pesat telah membawa manfaat yang luar biasa bagi kemajuan peradaban umat manusia. Bentuk konkret dari kemajuan teknologi adalah penggunaan internet. Internet memberikan berbagai kemudahan bagi para pelanggannya, berbagai kegiatan perusahaan dari kecil hingga besar juga memanfaatkan kemajuan ini dalam menjalankan bisnis mereka. Hadirnya solusi kemudahan dalam perekonomian dengan memanfaatkan internet dan digitalisasi dinamakan dengan ekonomi digital (Balya, 2023)

Banyak perusahaan atau umkm mengeluarkan *e-money*, hal tersebut merupakan alasan meningkatnya konsumen penggunaan aplikasi dompet digital dan para pengusaha harus menyiapkan beragam jenis kode *QR* yang dapat dimanfaatkan dalam sistem pembayaran yang terhubung dengan server (Sihaloho et al., 2020). Bank Indonesia dengan tegas mendukung perkembangan metode pembayaran elektronik di bidang ini. Bank Indonesia menerbitkan kode *QR* nasional, yang juga dikenal sebagai *Quick Response Indonesia Standard (QRIS)*, yang bertujuan untuk mempermudah pembayaran transaksi elektronik.

*QRIS* adalah sistem standar yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran

yaran menggunakan aplikasi *electronic money* yang menggunakan server, dompet elektronik, atau *m-banking*, dan diperkenalkan oleh Bank Indonesia pada tanggal 1 Januari 2020. Penerapan *QRIS* sebagai alat pembayaran *QR* menggunakan *e-money* merupakan sebuah tindakan nyata dari pemerintah untuk mendukung perubahan sistem pembayaran di Indonesia dalam era digital

Pada laporan bulan Juni 2023, Bank Indonesia menyatakan *QRIS* sudah menjangkau 26,7 juta pedagang (*merchant*) yang sebesar 91,4% yaitu UMKM dan total pengguna sebanyak 37 juta orang. Jumlah pengguna tersebut 85% hampir mencapai total target pengguna 45juta di tahun 2023. Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) mencatat bahwa secara nasional, volume transaksi *QRIS* baru menembus 5 juta kali pengguna. Namun tahun setelahnya mengalami kenaikan yaitu pada tahun 2021 hingga tahun 2023 volume transaksi *QRIS* mencapai 2.357 juta kali pengguna. Berdasarkan total volume transaksi *QRIS* 2023 mencatat pertumbuhan sebesar 113% dibanding tahun 2022 (ASPI, 2023). Berikut ini grafik volume transaksi *QRIS*



**Gambar 1. Grafik Volume Transaksi *QRIS* di Indonesia (Januari 2020 – September 2023)**

Sumber : Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia 2023 (ASPI, 2023)

Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat pertumbuhan jumlah pengguna *QRIS* diikuti pertumbuhan layanan *QRIS* yang lebih luas. Kehadiran *QRIS* yang diciptakan Bank Indonesia mempermudah transaksi non tunai tanpa harus menarik uang tunai dalam jumlah besar. Selain itu, dapat meminimalisir peredaran uang tidak asli dan mendukung pemerintah mewujudkan Indonesia sebagai negara *cashless society*. Sistem pembayaran *QRIS* menghadirkan kemudahan untuk kebutuhan saat melaksanakan transaksi keuangan misalnya pembayaran, peminjaman, donasi, dan transaksi lain yang memanfaatkan teknologi(Auliya Akhyar & Sisilia,

2023).

Banyak faktor yang mungkin mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembayaran menggunakan *QRIS*, Persepsi Manfaat salah satunya. (Alfani & Ariani, 2023) berpendapat bahwa persepsi manfaat (*perceived benefit*) merupakan keyakinan konsumen tentang sejauh mana ia akan menjadi lebih baik setelah bertransaksi *online* dengan Situs web tertentu. Manfaat yang diberikan uang elektronik bisa mempengaruhi persepsi konsumen, dengan demikian dapat meningkatkan penggunanya. Apabila sebuah produk mempunyai manfaat bagi kebutuhan sehari-hari, maka terdapat kemungkinan jika produk akan digunakan konsumen secara luas (Ningsih et al., 2021). Semakin besar manfaat yang diperoleh pengguna ketika menggunakan suatu teknologi maka semakin banyak minat pengguna untuk memakai teknologi tersebut. Hal ini juga berlaku untuk sebaliknya, apabila semakin kecil manfaat yang diperoleh dari penggunaan suatu sistem teknologi informasi maka akan berimbas pada minat pengguna yang rendah terhadap sistem teknologi tersebut

Persepsi kemudahan dalam penggunaan adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan bagi masyarakat dalam menggunakan layanan uang elektronik. Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha yang berat (Rahmawati & Murtanto, 2023). Adanya berbagai layanan aplikasi dompet digital membuat pedagang menyediakan berbagai layanan *QR* selengkap mungkin. Tersedianya berbagai kode *QR* membuat konsumen untuk melakukan pemindaian kode karena setiap kode memiliki syarat dan ketentuan sendiri (Saputri, 2020). dengan menggunakan *QRIS* sebagai alat pembayaran maka akan memudahkan UMKM dalam memberikan layanan dalam melakukan transaksi pembayaran.

Persepsi Risiko (*Perceived Risk*) adalah faktor yang berada di luar kendali dari pengguna, sehingga adanya risiko akan memberikan dampak negatif yang dampat mengurangi minat dalam melakukan tindakan. Setiap barang dan jasa yang ditawarkan akan memiliki risiko masing-masing. Bank Indonesia menyatakan risiko penggunaan dompet digital terdiri dari dua hal. Pertama, risiko kehilangan saldo pada dompet digital, karena pada dasarnya dompet digital sama seperti uang tunai yang ketika hilang tidak dapat diklaim kepada penerbit. Kedua, risiko ketidakpahaman pengguna dalam menggunakan dompet digital. Risiko yang tidak ada dalam persepsi pengguna tidak akan mempengaruhi perilaku pengguna. Pertimbangan pengguna berupa persepsi manfaat Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko ini mempengaruhi keputusan pengguna untuk menggunakan *QRIS* (Ramadani Silalahi et al., 2022).

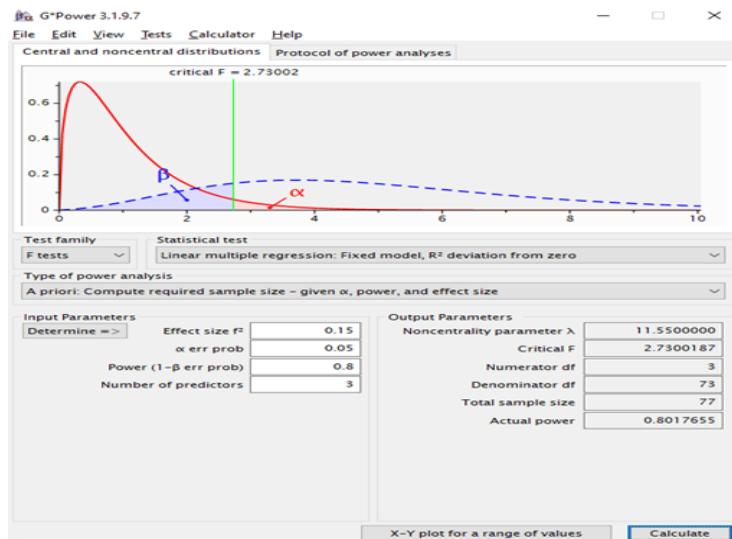
Keputusan menggunakan adalah bagian dari perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.. Banyaknya metode pembayaran yang dapat digunakan masyarakat mulai dari pembayaran dengan uang tunai, kartu, maupun *QRIS*, membuat masyarakat harus memutuskan untuk menggunakannya. Menurut (Amamilah et al., 2024) keputusan penggunaan adalah sebuah pemilihan terhadap berbagai pilihan solusi atau dapat diartikan pula dengan suatu keharusan untuk setiap konsumen dalam melakukan sebuah keputusan penggunaan yang paling dibutuhkan oleh konsumen tersebut. tentu di dalam melakukan suatu transaksi masyarakat akan memikirkan metode yang paling efektif dalam melakukan transaksi.

Generasi Z, yang terdiri dari orang-orang yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 adalah kelompok orang yang sangat akrab dengan teknologi digital (Sekar Arum et al., 2023). Dibandingkan dengan generasi sebelumnya, mereka cenderung lebih familiar dengan penggunaan *QRIS*. Mereka juga memiliki preferensi yang kuat terhadap solusi digital dalam kehidupan sehari-hari seperti dalam pembayaran. Penggunaan *QRIS* oleh generasi Z di kota Bengkulu memiliki potensi yang sangat besar. Alasan penggunaan *QRIS* adalah kemudahan dan efisiensi yang dianggap lebih unggul dibandingan dengan menggunakan uang *cash*.

Banyak pedagang dan penyediaan layanan dikota Bengkulu telah menerima pembayaran *QRIS*, membuat generasi Z lebih mudah bertransaksi secara digital. Manfaat dan penggunaan *QRIS* memungkinkan generasi Z untuk melakukan transaksi di berbagai *merchant* baik *online* maupun *offline* yang telah terdaftar di *QRIS*. Hal ini memberikan mereka akses yang lebih luas terhadap berbagai pilihan produk dan layanan (Lukman et al., 2023). *QRIS* diintegrasikan dengan berbagai *platform* pembayaran digital yang menawarkan promosi, *cashback* dan diskon sehingga memberikan keuntungan bagi generasi Z dalam berbelanja (Forbes, 2020).

## METODE

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI). Dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah mahasiswa aktif yang sudah mengambil matkuliah konsentrasi perpajakan sejumlah 99 mahasiswa. Dalam penelitian ini, ukuran sampel ditentukan berdasarkan analisis *power* menggunakan software G\*Power versi 3.1.9.7.



Gambar 1. Hasil Perhitungan G\*Power

Sumber: data diolah (2025)

Berdasarkan hasil, jumlah minimum sampel yang dibutuhkan adalah sebanyak 77 responden. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini memang sebanyak 77 orang. Analisis Regresi Linear Berganda dan diolah dengan bantuan aplikasi SPSS Statistics 26.

## Hipotesis

H<sub>1</sub>: Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Menggunakan Qris Pada Generasi Z Di Kota Bengkulu

H<sub>2</sub>: Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Menggunakan Qris Pada Generasi Z Di Kota Bengkulu

H<sub>3</sub>: Persepsi Risiko berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Menggunakan Qris Pada Generasi Z Di Kota Bengkulu

H<sub>4</sub>: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Menggunakan Qris Pada Generasi Z Di Kota Bengkulu

## HASIL

### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Perhitungan validitas menggunakan SPSS, keputusannya Alpha ditetapkan sebesar 5% atau 0,05 dan n =115, karena uji coba instrumen dilakukan pada 115 orang responden. Jika nilai < 0,05 dan nilai positif maka indikator tersebut dinyatakan valid.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas****Uji Validitas 115 Responden**

Variabel	Item	Nilai Signifikansi	Taraf Signifikansi 5% Atau 0,05	Ket
----------	------	--------------------	---------------------------------	-----

**Uji Validitas X1**

Persepsi Manfaat (X <sub>1</sub> )	X1.1	0,000	< 0,05	Valid
	X1.2	0,000	< 0,05	Valid
	X1.3	0,000	< 0,05	Valid
	X1.4	0,000	< 0,05	Valid
	X1.5	0,000	< 0,05	Valid
	X1.6	0,000	< 0,05	Valid
	X1.7	0,000	< 0,05	Valid
	X1.8	0,000	< 0,05	Valid
	X1.9	0,000	< 0,05	Valid
	X1.10	0,000	< 0,05	Valid

\

**Uji Validitas X2**

Persepsi Kemudahan Penggunaan (X <sub>2</sub> )	X2.1	0,000	< 0,05	Valid
	X2.2	0,000	< 0,05	Valid
	X2.3	0,000	< 0,05	Valid
	X2.4	0,000	< 0,05	Valid
	X2.5	0,000	< 0,05	Valid
	X2.6	0,000	< 0,05	Valid
	X2.7	0,000	< 0,05	Valid
	X2.8	0,000	< 0,05	Valid
	X2.9	0,000	< 0,05	Valid
	X2.10	0,000	< 0,05	Valid
	X2.11	0,000	< 0,05	Valid
	X2.12	0,000	< 0,05	Valid

**Uji Validitas X3**

Persepsi Risiko (X <sub>3</sub> )	X3.1	0,000	< 0,05	Valid
	X3.2	0,000	< 0,05	Valid
	X3.3	0,000	< 0,05	Valid
	X3.4	0,000	< 0,05	Valid
	X3.5	0,000	< 0,05	Valid
	X3.6	0,000	< 0,05	Valid
	X3.7	0,000	< 0,05	Valid
	X3.8	0,000	< 0,05	Valid
	X3.9	0,000	< 0,05	Valid
	X3.10	0,000	< 0,05	Valid
	X3.11	0,000	< 0,05	Valid
	X3.12	0,000	< 0,05	Valid

**Uji Validitas Y**

**Uji Validitas 115 Responden**

Variabel	Item	Nilai Signifikansi	Taraf Signifikansi 5% Atau 0,05	Ket
Keputusan Menggunakan (Y)	Y.1	0,000	< 0,05	Valid
	Y.2	0,000	< 0,05	Valid
	Y.3	0,000	< 0,05	Valid
	Y.4	0,000	< 0,05	Valid
	Y.5	0,000	< 0,05	Valid
	Y.6	0,000	< 0,05	Valid
	Y.7	0,000	< 0,05	Valid
	Y.8	0,000	< 0,05	Valid
	Y.9	0,000	< 0,05	Valid
	Y.10	0,000	< 0,05	Valid
	Y.11	0,000	< 0,05	Valid
	Y.12	0,000	< 0,05	Valid

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2025

Berdasarkan pada tabel diatas semua item pernyataan mengenai Persepsi Manfaat ( $X_1$ ), Persepsi Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ ), Persepsi Risiko ( $X_3$ ) dan Keputusan Menggunakan (Y) dikatakan valid. Hal ini dapat dilihat dari Nilai Signifikansi  $0,000 < 0,05$  Taraf Signifikansi, sehingga sudah memenuhi syarat validitas item pertanyaan semua variabel dapat dipenuhi

**Uji Reliabilitas**

Reliabilitas menunjuk pada pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk sebagai alat karena instrumen tersebut sudah baik. Perhitungan reliabilitas menggunakan SPSS dengan melihat *reliability coefficients* pada alpha, interpretasinya dapat dikatakan realibel jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$ .

**Tabel 2. Uji Reliabilitas**

Variabel	Reability Coefficience	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Manfaat ( $X_1$ )	10 item	0,808	Reliabel
Persepsi Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ )	12 item	0,789	Reliabel
Persepsi Risiko ( $X_3$ )	12 item	0,786	Reliabel
Keputusan Menggunakan (Y)	12 item	0,732	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2025

Sesuai dengan hasil uji reliabilitas masing-masing item pernyataan dari variabel Persepsi Manfaat ( $X_1$ ), Persepsi Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ ) Dan Persepsi Risiko ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan menggunakan (Y) nilai Cronbach Alpha nilainya lebih besar dari 0,60. Hasilnya

adalah reliabel pada setiap variabel dan dapat digunakan untuk instrumen proses pengukuran sampel penelitian.

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengevaluasi penyebaran data atau variabel untuk menentukan sebaran data apakah itu berdistribusi normal atau tidak, maka menggunakan aturan uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* jika dengan nilai signifikansi  $> 0,05$  terdistribusi normal. Begitu pula jika nilai yang dihasilkan  $< 0,05$  menunjukkan bahwa data tersebut tidak terdistribusi normal. Hasil uji normalitas yang sudah dilakukan sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Studentized Deleted Residual
N		115
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0007356
	Std.	1,01492215
	Deviation	
Most Extreme	Absolute	,051
Differences	Positive	,050
	Negative	-,051
Test Statistic		,051
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2025

Berdasarkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) uji normalitas adalah 0,200 berarti nilai itu  $> 0,05$ . Jadi pada hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel penelitian terdistribusi normal.

### **Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas merupakan alat pengujian model regresi untuk mengetahui korelasi atau hubungan antara variabel independen. Pada penelitian ini dapat dilakukan pengujian multikolinieritas dengan menggunakan uji regresi dengan acuan nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan nilai tolerance yaitu jika nilai tolerance  $\leq 0,10$  dan nilai VIF  $\geq 10$  bisa dinyatakan ada masalah multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas yang telah dilakukan sebagai berikut:

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>		
		Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF	
1 (Constant)			
Persepsi Manfaat	,974	1,027	
Persepsi Kemudahan Penggunaan	,907	1,103	
Persepsi Risiko	,902	1,109	

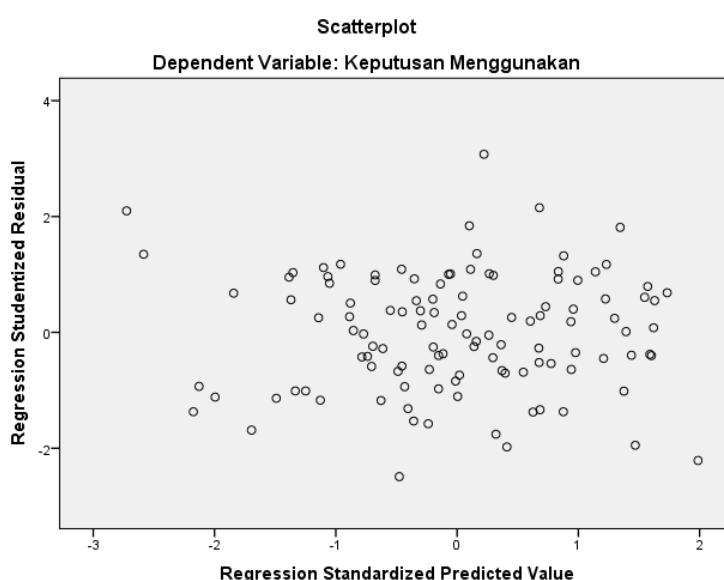
a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2025

Tabel diatas menjelaskan bahwa variabel independen dalam penelitian ini telah bebas dari adanya variabel pengganggu yang dapat mengurangi validitas hasil penelitian, karena nilai *tolerance* semua variabel menunjukkan lebih besar dari 0,1 dan nilai *Variance Inflating Factor* (VIF) lebih kecil dari nilai 10, sehingga data dalam pembahasan yang lebih lanjut bebas dari multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Fungsi dari uji heterokedastisitas yaitu untuk mengetahui apakah ada perbedaan varian dari residual antar pengamatan. Untuk mengetahui apakah jika terjadi heteroskedastisitas maka dapat diamati pola gambar grafik *Scatterplots*. Model regresi yang tepat jika tidak ada pola seperti garis, gelombang, menyempit, mengumpul di tengah, melebar serta sebaliknya.

**Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2025

Berdasarkan grafik *scatterplot* dapat digunakan untuk menentukan apakah titik data

tersebar diatas, dibawah atau disekitar angka 0 dan juga distribusi titik data tidak memiliki pola. Jadi hasilnya model regresi pada penelitian ini tidak menunjukkan heteroskedastisitas.

## Uji Statistik

### Analisis Regresi Berganda

**Tabel 5. Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>		
	B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta
1 (Constant)	17,815	3,321	
Persepsi Manfaat	,753	,045	,306
Persepsi Kemudahan Penggunaan	,560	,048	,661
Persepsi Risiko	,918	,047	,262

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan  
Sumber: Data primer yang diolah tahun 2025

Sesuai dengan yang didapatkan hasil persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$\begin{aligned} Y &= \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \\ &= 17,815 + 0,753X_1 + 0,560 X_2 + 0,918 X_3 \end{aligned}$$

Keterangan :

- Y = Keputusan Menggunakan (variabel dependen)
- $\alpha$  = Konstanta
- $\beta_1$  = Koefisien Regresi (Persepsi Manfaat)
- $X_1$  = Persepsi Manfaat (variabel independen)
- $\beta_2$  = Koefisien Regresi (Persepsi Kemudahan Penggunaan)
- $X_2$  = Persepsi Kemudahan Penggunaan (variabel independen)
- $\beta_3$  = Koefisien Regresi (Persepsi Risiko)
- $X_3$  = Persepsi Risiko (variabel independen)
- e = Error

Dapat dijabarkan berdasarkan persamaan tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar adalah 17,815. bernilai positif artinya jika nilai variabel Persepsi Manfaat ( $X_1$ ), Persepsi Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ ), Dan Persepsi Risiko ( $X_3$ ) tetap, maka variabel keputusan Menggunakan (Y) mengalami kenaikan sebesar 17,815
2. Nilai koefisien Variabel Persepsi Manfaat ( $X_1$ ) sebesar 0,753 artinya apabila nilai Persepsi Manfaat ( $X_1$ ) mengalami kenaikan satu satuan, maka nilai keputusan meng-

gunakan (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,753 dengan asumsi Persepsi Kemudahan Penggunaan (X<sub>2</sub>) dan Persepsi Risiko (X<sub>3</sub>) nilainya 0

3. Nilai koefisien Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X<sub>2</sub>) sebesar 0,560 artinya apabila nilai Persepsi Kemudahan Penggunaan (X<sub>2</sub>) mengalami kenaikan satu satuan, maka nilai keputusan menggunakan (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,560. dengan asumsi Persepsi Manfaat (X<sub>1</sub>) dan Persepsi Risiko (X<sub>3</sub>) nilainya 0
4. Nilai koefisien variabel Persepsi Risiko (X<sub>3</sub>) sebesar 0,918 artinya apabila nilai Persepsi Risiko (X<sub>3</sub>) mengalami kenaikan satu satuan, maka nilai keputusan menggunakan (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,918. dengan asumsi Persepsi Manfaat (X<sub>1</sub>) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (X<sub>2</sub>) nilainya 0

### Korelasi Berganda

**Tabel 6. Korelasi Berganda**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,826 <sup>a</sup>	,682	,674	2,13486

a. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko

b. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2025

Menurut Sugiyono, (2014), pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut :

0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Berdasarkan hasil uji korelasi berganda dengan menggunakan SPSS. Nilai koefisien korelasi berganda (R) adalah sebesar 0,826 atau 82,6%. Maka hal ini berarti terdapat pengaruh yang sangat kuat antara variabel Persepsi Manfaat (X<sub>1</sub>), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X<sub>2</sub>) dan Persepsi Risiko (X<sub>3</sub>) terhadap Keputusan Menggunakan keputusan pembelian (Y) *QRIS*

### Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Fungsi dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu guna mengetahui seberapa jauh kesanggupan variabel independen yang dapat menjelaskan variabel dependen. Apabila nilai determinasi

rendah maka hal itu memperlihatkan bahwa variabel independen cukup terbatas memberikan informasi terhadap variabel dependen. Dan jika nilai determinasi semakin besar maka hal itu memperlihatkan bahwa variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan dengan cukup lengkap terhadap variabel dependen.

**Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi R Square****Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,826 <sup>a</sup>	,682	,674	2,13486

a. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko

b. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2025

Dari tabel di atas didapat nilai *Adjusted R Square* = 0,674. Nilai ini mempunyai arti bahwa Persepsi Manfaat ( $X_1$ ), Persepsi Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ ) dan Persepsi Risiko ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Menggunakan keputusan pembelian(Y) *Qris*, memberikan sumbangan sebesar 67,4% dalam mempengaruhi sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

### Uji t / Parsial

Uji t merupakan uji koefisien regresi parsial individu digunakan untuk melihat seberapa signifikan pengaruh variabel terikat, pakah variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat atau tidak. Pengambilan keputusan, dengan ketentuan signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima ( $H_a$  ditolak), sedangkan signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima). Hasil dari uji yang telah dilakukan sebagai berikut:

**Tabel 8. Uji T / Parsial**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients				
		B	Error	Std. Beta		
1 (Constant)	17,815	3,321		,245	,807	
Persepsi Manfaat	,753	,045	,306	5,647	,000	
Persepsi Kemudahan Penggunaan	,560	,048	,661	11,769	,000	
Persepsi Risiko	,918	,047	,262	4,647	,000	

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2025

Ketentuan pengambilan hipotesis diterima atau ditolak berdasarkan pada besarnya signifikansi. Jika signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 ( $\leq 0,05$ ) maka hipotesis diterima. Berikut hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan yaitu:

1. Persepsi Manfaat ( $X_1$ ) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti Persepsi Manfaat ( $X_1$ ) secara parsial variabel berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan (Y) *QRIS*
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ ) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti Persepsi Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ ) secara parsial variabel berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan (Y) *QRIS*
3. Persepsi Risiko ( $X_3$ ) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti Persepsi Risiko ( $X_3$ ) secara parsial variabel berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan (Y) *QRIS*

### **Uji f / Simultan**

Tujuan dari uji f simultan adalah untuk mengetahui seberapa besarnya, besar kecilnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel terikat secara simultan atau bersama. Analisis lebih lanjut mengenai pengujian hipotesis atau tidak, yang mana model dikatakan layak apabila nilai signifikansi  $\leq 0,05$ , dan model tidak layak untuk analisis selanjutnya bila nilai signifikansi  $> 0,05$ .

**Tabel 9. Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1086,874	3	362,291	79,491	,000 <sup>b</sup>
	Residual	505,896	111	4,558		
	Total	1592,771	114			

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi Manfaat ( $X_1$ ), Persepsi Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ ) dan Persepsi Risiko ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Menggunakan keputusan pembelian(Y) *QRIS* secara

bersama-sama memiliki pengaruh secara simultan.

## Pembahasan

### Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan bahwa Persepsi Manfaat secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan *QRIS*. Dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka berdasarkan bukti hasil penelitian ini bahwa hipotesis 1 ( $H_1$ ) diterima.

*QRIS* dianggap bermanfaat jika dapat mempercepat transaksi, mengurangi ketergantungan pada uang tunai, dan mempermudah pengelolaan keuangan. Ketika manfaat ini dirasakan secara langsung, seperti saat berbelanja di kafe atau toko yang menerima *QRIS*, maka keinginan untuk terus menggunakan akan meningkat. Oleh karena itu, semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin besar pula keputusan untuk menggunakan *QRIS*.

Berdasarkan hasil penelitian, penelitian ini sejalan dengan (Pratama & Suputra, 2019) membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara persepsi manfaat dan penggunaan uang elektronik. Artinya semakin besar persepsi manfaat, semakin besar juga minat untuk menggunakan uang elektronik akan meningkat.

### Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan *QRIS*. Dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka berdasarkan bukti hasil penelitian ini bahwa hipotesis 2 ( $H_2$ ) diterima.

Jika *QRIS* dianggap mudah dipahami, cepat dalam proses transaksi, serta terintegrasi dengan aplikasi keuangan yang sudah mereka gunakan sehari-hari seperti dompet digital atau *mobile banking*, maka kemungkinan besar mereka akan tertarik dan termotivasi untuk menggunakan. Sebaliknya, jika penggunaan *QRIS* dirasa rumit, membutuhkan banyak langkah, atau sering mengalami gangguan teknis, maka mereka akan lebih memilih metode pembayaran lain yang dianggap lebih praktis. Di Kota Bengkulu, kemudahan penggunaan menjadi aspek penting karena tidak semua pengguna memiliki tingkat literasi digital yang sama, sehingga semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin tinggi pula tingkat adopsinya. Oleh karena itu, persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor kunci dalam mendorong keputusan Generasi Z untuk menggunakan *QRIS* dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil penelitian, penelitian ini sejalan dengan (Nenandha, 2020) ditemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan pembayaran digital. Ini mengindikasikan bahwa semakin kuat persepsi kemudahan penggunaan, maka semakin tinggi pula minat pengguna dalam menggunakan layanan pembayaran digital.

### **Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan**

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan bahwa Persepsi Risiko secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan *QRIS*. Dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka berdasarkan bukti hasil penelitian ini bahwa hipotesis 3 ( $H_3$ ) diterima.

Persepsi risiko mencakup kekhawatiran terhadap potensi kehilangan data pribadi, penyalahgunaan informasi finansial, kesalahan saat transaksi, hingga risiko penipuan digital. Dalam konteks Kota Bengkulu, di mana infrastruktur digital mungkin belum sekutu kota-kota besar lainnya, kekhawatiran ini bisa semakin kuat. Generasi Z, yang aktif di media sosial dan banyak menggunakan aplikasi digital, sangat memperhatikan reputasi dan keamanan suatu *platform* sebelum menggunakannya secara rutin. Jika *QRIS* dianggap tidak memiliki sistem keamanan yang kuat atau tidak memberikan jaminan perlindungan terhadap pengguna, maka mereka cenderung menunda atau bahkan menolak menggunakannya. Oleh karena itu, persepsi risiko yang tinggi dapat menjadi penghambat utama dalam pengambilan keputusan penggunaan *QRIS*. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan edukasi yang berkelanjutan serta peningkatan transparansi dan keandalan sistem agar dapat membangun kepercayaan di kalangan pengguna muda di daerah tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian, penelitian ini sejalan dengan (Alfani & Ariani, 2023) bahwa persepsi risiko mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *QRIS*.

### **Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan**

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan bahwa Prsepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko secara Simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan *QRIS*. Dibuktikan dengan hasil uji f yang memperoleh nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka berdasarkan bukti hasil penelitian ini bahwa hipotesis 4 ( $H_4$ ) diterima.

Persepsi manfaat merujuk pada sejauh mana individu percaya bahwa penggunaan *QRIS* memberikan keuntungan nyata, seperti kemudahan bertransaksi, efisiensi waktu, dan mengurangi ketergantungan pada uang tunai. Generasi Z yang terbiasa dengan teknologi akan lebih cenderung menggunakan *QRIS* jika mereka merasa bahwa sistem ini memberikan nilai tambah dalam kehidupan sehari-hari mereka. Sementara itu, persepsi kemudahan penggunaan juga sangat penting karena Generasi Z menginginkan teknologi yang cepat, praktis, dan tidak menyulitkan. Apabila *QRIS* dianggap mudah dipahami dan dioperasikan, serta tersedia di berbagai platform digital yang sudah dikenal, maka kemungkinan mereka untuk menggunakannya akan meningkat.

Namun demikian, persepsi risiko juga memainkan peran penting. Risiko yang dimaksud meliputi kekhawatiran akan keamanan data, potensi kesalahan transaksi, dan kemungkinan penipuan digital. Meskipun Generasi Z cenderung terbuka terhadap inovasi teknologi, mereka tetap waspada terhadap ancaman digital. Jika mereka merasa *QRIS* memiliki tingkat risiko yang tinggi dan tidak ada jaminan keamanan yang memadai, maka keputusan untuk menggunakan *QRIS* bisa saja terhambat. Oleh karena itu, agar penggunaan *QRIS* di kalangan Generasi Z di Kota Bengkulu dapat meningkat, penting bagi penyedia layanan untuk menonjolkan manfaat dan kemudahan *QRIS*, serta memastikan sistemnya aman dan terpercaya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Ningsih et al., 2021) menyimpulkan bahwa keputusan dalam penggunaan uang elektronik berbasis *QRIS* dapat dipengaruhi secara simultan oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 115 responden Generasi Z yang pernah menggunakan sistem pembayaran Quick Response Indonesian Standart (*QRIS*) dan bertempat tinggal di Kota Bengkulu, simpulan yang diperoleh adalah persepsi manfaat (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan (Y) *QRIS*. semakin tinggi persepsi individu terhadap kemudahan, efisiensi, dan keuntungan menggunakan *QRIS*, maka semakin besar kemungkinan mereka memutuskan untuk menggunakannya sebagai alat pembayaran. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan (Y) *QRIS*. semakin mudah seseorang merasakan penggunaan *QRIS*, seperti dalam hal proses transaksi yang cepat, tidak rumit, dan dapat diakses dengan mudah, maka semakin tinggi kecenderungan mereka untuk menggunakan *QRIS* dalam kehidupan sehari-hari. Persepsi Risiko (X3) berpe-

ngaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan (Y) QRIS. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin rendah risiko yang dirasakan oleh pengguna terhadap penggunaan QRIS, seperti risiko keamanan data, kesalahan transaksi, atau kebocoran informasi pribadi, maka semakin besar kemungkinan pengguna akan memutuskan untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital. Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) dan Persepsi Risiko (X3) terhadap Keputusan Menggunakan keputusan pembelian (Y) QRIS secara bersama-sama memiliki pengaruh secara simultan. Nilai R<sup>2</sup> sebesar 0.674. berarti Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Menggunakan Qris, memberikan sumbangan sebesar 67,4% dalam mempengaruhi sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfani, R., & Ariani, K. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (Qris). *Edunomika*, 08(01), 1–8. <Https://Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id/Index.Php/Jie/Article/View/11256>
- Alta, T. L. F. (2021). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go Food Dalam Aplikasi Gojek (Studi Pada Pengguna Fitur Go-Food Di Kecamatan Kebumen)*. Doctoral Dissertation, Universitas Putra Bangsa.
- Amamilah, S., Mulyadi, D., & Sandi, S. P. H. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Efektivitas Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Qris Sebagai Alat Transaksi Pembayaran Pada Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 7(2), 2992–3001. <Https://Doi.Org/10.31539/Costing.V7i2.7444>
- Arikunto, S. (2017). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Astuti, S., Wonua, A. R., & Titing, A. S. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop. *Journal Of Management And Social Sciences (Jimas)**Journal Of Management And Social Sciences (Jimas)*, Vol.2(4), 147–161. <Https://Journal-Stiayappimakassar.Ac.Id/Index.Php/Jimas/Article/Download/664/690/1825>
- Auliya Akhyar, R., & Sisilia, K. (2023). The Influence Of Perceptions Of Usefulness And Perceptions Of Convenience On The Decision To Use Digital Quick Response Code Payment Indonesian Standard (Qris) Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digit. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3944–3953. <Http://Journal.Yrpipku.Com/Index.Php/Msej>
- Balya, D. (2023). Kemajuan teknologi dan pola hidup manusia dalam perspektif sosial budaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(3), 274–301.

- Bangkara, R. P., & Mimba, N. P. S. H. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16(3), 2408–2434.\
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, Dan Strategi Pemasaran Syari'ah. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(2), 194-211.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23 (*Edisi 8*). *Cetakan Ke Viii. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Gratia, A., Rorie, S., Tumbel, A. L., Gunawan, E., Ekonomi, F., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia . Com Di Desa Noongan , Kecamatan Langowan Barat The Effect Of Trust And Perceived Risk On E-Commerce Purchase Decisions On Tokopedia . *Com In Noongan Village* . 6(1), 6–7.
- Hair, J. Et. A. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th Ed)*. United States : Pearson".
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(2), 198–209. <Https://Doi.Org/10.33373/Dms.V8i2.2155>
- Humaidah, S. (2022). *Hubungan Antara Literasi Keuangan, Kepercayaan, Dan Promosi Dengan Keputusan Penggunaan E-Wallet (Survei Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Siliwangi)*. Doctoral Dissertation, Universitas Siliwangi.
- Iliyin, A., & Widiartanto, W. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ovo Pt Visionet Data Internasional (Studi Pada Pengguna Ovo Di Kota Surakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 85–92.
- Izza, N., Mile, Y. ., & Jurana. (2025). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Manfaat dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Online Maxim di Kota Palu . *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(2), 89–101. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i2.160>
- Khalifah, A. R., Triwardhani, D., & Syarie, N. (2021). Keputusan Penggunaan Bni Mobile (Studi Kasus Pada Pengguna Bni Mobile Di Jakarta). Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi, 2(1), 962- 980
- Koapaha, H. P., & Arya, R. A. (2024). Efektivitas Strategi Iklan Online Dan Interaksi Sosial Dalam Mempengaruhi Niat Pembelian Gen Z. *Yume : Journal Of Management*, 7(2), 880–895.
- Kotler Dan Keller. (2013). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild*, 1(4), 9. <Https://Doi.Org/10.1017/Cbo9781107415324.004>
- Kusuma, P. S. A. J. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan, Keamanan Dan Minat Terhadap Keputusan Penggunaan Qris Pada Generasi Z Di Kota Denpasar. 5, 1843–1852.

Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16-30.

Lukman, F., Susanto, R. Y., & Askiyanto, M. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Penggunaan, Dan Persepsi Manfaat Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan Uang ....* <Http://103.164.117.216/Handle/071061/2819%0ahttp://103.164.117.216/Bitstream/Han dle/071061/2819/Artikel.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y>

Murningsih. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (Qris) Di Pasar Manis Purwokerto.

Nenandha, N. (2020). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 611–676. <Https://Doi.Org/10.25105/Jet.V2i2.14635>

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.

Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927. <Https://Doi.Org/10.24843/Eja.2019.V27.I02.P04>

Putri. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Melalui Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Qris Pada Mahasiswa Generasi Z Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 9(2), 296–316.

Rahmawati, A., & Murtanto. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Uang Elektronik (Qris) Pada Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1247–1256. <Https://Doi.Org/10.25105/Jet.V3i1.16032>

Ramadani Silalahi, P., Tambunan, K., & Ramadhany Batubara, T. (2022). Dampak Penggunaan Qris Terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai Alat Transaksi. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 122–128.

Salsabila, H. Z., Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 87–96. <Https://Doi.Org/10.37641/Jimkes.V9i1.442>

Sekar Arum, L., Amira Zahrani, & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z Dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72. <Https://Doi.Org/10.62108/Asrj.V2i1.5812>

Seputri, W., Soemitra, A., & Bi Rahmani, N. A. (2022). Pengaruh Technolgy Acceptance Model Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Sebagai Cashless Society. *Mes Management Journal*, 2(2), 116–126. <Https://Doi.Org/10.56709/Mesman.V2i2.57>

- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3). *Jurnal Managemen Bisnis*, 17(2), 287–297. <Http://Journal.Undiknas.Ac.Id/Index.Php/Magister-Manajemen/>
- Siregar, W. S., Nasution, A. I. L., & Nurwani, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater. *Jurnal Syntax Transformation*, 4(4), 44–56. <Https://Doi.Org/10.46799/Jst.V4i4.710>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.* "
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.* "
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung : Alfabeta, Cv.*
- Sujarweni, V. W. (2022). *Analisis Laporan Keuangan Teori, Aplikasi, Dan Hasil Penelitian. Pustaka Baru Press.*
- Suparyanto & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran, In Media*, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran. Edisi 4*. Yogyakarta: Andi
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *Jrmsi - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456. <Https://Doi.Org/10.21009/Jrmsi.006.1.06>
- Yadnya, I. (2023). Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi* 14(5). <Http://Journal.Ikopin.Ac.Id/Index.Php/Covalue/Article/View/4121%0ahttp://Journal.Ik opin.Ac.Id/Index.Php/Covalue/Article/Download/4121/3249>