

QRIS Sebagai Alat Transaksi Digital Generasi Z: Analisis Faktor

Wirda Seputri*, Muhammad Yafiz
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Korespondensi: wirdaseputri@com*

Received: 22/07/2022

Revised: 16/08/2022

Accepted: 20/09/2022

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk melihat pengaruh kepercayaan, budaya, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap keputusan generasi Z menggunakan QRIS sebagai alat transaksi digital. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan teknik simple random sampling sebanyak 98 responden. Kepercayaan, budaya, gaya hidup dan literasi keuangan memiliki kontribusi sebesar 73,5% terhadap keputusan generasi Z menggunakan QRIS, sisanya 26,5% dijelaskan oleh variabel lainnya diluar model penelitian ini. Hasil dari uji parsial disimpulkan bahwa variabel kepercayaan, budaya dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada generasi Z. Variabel literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan generasi Z menggunakan QRIS. Berdasarkan uji ANOVA, F-hitung diperoleh sebesar 64,431 lebih besar dari F-tabel (2.47), dapat disimpulkan bahwa kepercayaan, budaya, gaya hidup, dan literasi keuangan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan geerasi Z menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai alat transaksi digital.

Kata Kunci: Quick Response Code, Generasi Z, Transaksi Digital

Abstract

This study aims to determine the effect of beliefs, culture, lifestyle, and financial literacy on the decision of Generation Z to use QRIS as a digital transaction tool. This study uses a quantitative approach. Collecting data using a questionnaire with a simple random sampling technique as many as 98 respondents. Trust, culture, lifestyle and financial literacy have contributed 73.5% to the decision of Generation Z to use QRIS, the remaining 26.5% is explained by other variables outside this research model. The results of the t-test concluded that the variables of belief, culture and lifestyle had a positive and significant effect on the decision to use QRIS in Generation Z. The financial literacy variable had a negative and insignificant effect on the decision of Generation Z to use QRIS. Based on the ANOVA test, the F-count obtained is 64,431 which is greater than the F-table (2.47), it is concluded that belief, culture, lifestyle, and financial literacy have a simultaneous effect on the decisions of Generation Z using the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) as a tool. digital transaction

Keywords: Quick Response Code, Generation Z, Digital transaction

A. Pendahuluan

Di zaman serba digital saat ini, khususnya di sektor keuangan telah merubah kebiasaan masyarakat yaitu pada zaman dahulu masyarakat terbiasa dengan pembayaran menggunakan uang tunai, namun saat ini telah berinovasi menuju

transaksi uang digital. Dilansir pada catatan Bank Indonesia (BI), transaksi digital mengalami peningkatan sebesar 37,8% pertahun. Sampai Maret 2021, nilai transaksi uang elektronik sudah mencapai 21,4 triliun atau bertambah mencapai 42,46%. (Kristanti & Marta, 2021) *Financial Technology (Fintech)* adalah sebuah inovasi yang dimunculkan oleh sektor keuangan untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan. Metode pembayaran digital (*cashless*) merupakan jenis pembayaran yang banyak diminati masyarakat belakangan ini. Salah satunya yaitu pembayaran menggunakan *e-wallet*, *e-wallet* merupakan jenis pembayaran non-tunai yang berbentuk aplikasi dalam transaksi pembayarannya seperti melalui GoPay, OVO, ShoppePay, Dana, LinkAja.

Pelanggan merasa sulit untuk melakukan pembelian karena mereka harus mengirimkan beberapa kode QR tergantung pada berapa banyak program dompet digital yang mereka gunakan. Melihat fenomena tersebut, Bank Indonesia meluncurkan standarisasi kode nasional untuk semua aplikasi dompet digital yaitu *QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)*. Pada tanggal 17 Agustus 2019, dalam rangka HUT RI ke-74, Qris diterbitkan pertama kali di Kantor Pusat Bank Indonesia dan merangkap di kantor-kantor cabang Bank Indonesia di daerah. Implementasi QRIS ke seluruh pelaku bisnis di Indonesia, yakni pada 1 Januari 2020, untuk setiap transaksi pembayaran digital di sana yang menyertakan kode QR. (Saputri, 2020)

Inovasi-inovasi yang berkembang terhadap *digital payment* merubah gaya hidup masyarakat. Berdasarkan survei PwC (*PricewaterhouseCoppers*) berkaitan dengan *Global Consumer Insight* memberikan gambaran betapa sistem pembayaran digital berubah menjadi tren atau yang biasa disebut dengan *cashless society*. Hasil survey mencatat 47% responden di Indonesia saat ini menggunakan *digital payment*. Presentasi ini jauh lebih tinggi daripada tahun 2018 yaitu 38%. (M. A. Sari dkk., 2021, hlm. 98) Berkaitan dengan konsumen, dilansir dari katadata.com oleh Research Director Customer Experience IPSOS Indonesia, Olivia Samosir menyatakan dalam penelitiannya bahwa tercatat sebanyak 68% pengguna *digital payment* adalah generasi muda atau disebut dengan generasi milenial dan generasi Z (M. A. Sari dkk., 2021).

Penelitian sebelumnya tentang QRIS dan pilihan untuk menggunakan teknologi digital tersedia. Kepercayaan berdampak pada keputusan mahasiswa untuk menggunakan GoPay, menurut penelitian bertajuk *Perceptions of Convenience, Risk, and Trust in the Decision to Use GoPay* (Tri Anggono dkk., 2020). Pengaruh kenyamanan, gaya hidup, dan perilaku konsumsi terhadap keputusan penggunaan e-wallet di masa epidemi COVID-19 menjadi judul penelitian kedua oleh M. Ramdhan (2021), dan mengungkapkan temuan penelitian yang menunjukkan gaya hidup dapat mempengaruhi keputusan masyarakat. menggunakan dompet elektronik. (Muhamad Ramadhan Alsyukri, 2021)

Pengadopsian teori perilaku terencana untuk pengembangan model pengaruh budaya terhadap penggunaan e-commerce adalah judul penelitian Danar, dkk., dan temuannya menunjukkan bahwa budaya dapat digunakan sebagai indikator dari model teori perilaku terencana (TPB) untuk mendukung

pengujian dan prediksi niat dan perilaku. mereka yang terlibat dalam perdagangan online (D. R. Sari & Dirgahayu, 2017). Kajian keempat oleh Lusiana yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan OVO di Kalangan Ibu Rumah Tangga di Bandung” menemukan bahwa literasi keuangan secara signifikan dan menguntungkan mempengaruhi pilihan ibu rumah tangga untuk menggunakan OVO. (Herlinawati & Krisnawati, 2018) Peneliti ini memfokuskan pada variabel Kepercayaan, budaya, gaya hidup dan literasi keuangan menggunakan QRIS dengan beberapa rujukan dari beberapa referensi penelitian terdahulu dengan hasil yang berbeda. Bahwa keempat variabel ini menggambarkan bagaimana teknologi ini diterima oleh masyarakat.

Terdapat perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya karena ingin langsung menguji pengaruh dari variabel kepercayaan, budaya, gaya hidup dan literasi keuangan sebagai variabel independen dalam keputusan menggunakan teknologi digital yaitu QRIS. QRIS sebagai salah satu sistem pembayaran uang digital dapat termasuk kedalam inovasi teknologi saat ini, untuk memberikan kemudahan dalam bertransaksi non tunai di kalangan generasi Z khususnya yang cenderung melek terhadap teknologi. Namun perlunya pengujian terhadap keputusan seseorang untuk menggunakan QRIS. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah salah satu dari faktor tersebut berdampak pada keputusan mahasiswa untuk memanfaatkan QRIS. Sehingga nantinya penelitian ini bisa menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya terkait penggunaan QRIS dan juga Bank Indonesia mengetahui faktor apa saja yang menjadi pendukung faktor penerimaan QRIS pada masyarakat. Penelitian ini berusaha untuk memastikan apakah, dan jika ya, seberapa besar kepercayaan, budaya, cara hidup, dan literasi keuangan menjadi faktor di kalangan mahasiswa Febi Uin di Medan Sumatera Utara yang memilih untuk menggunakan QRIS. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Islam dan Bisnis Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatra Utara yang sebagian besar merupakan generasi Z diberikan angket sebagai bagian dari teknik penelitian kuantitatif penelitian ini.

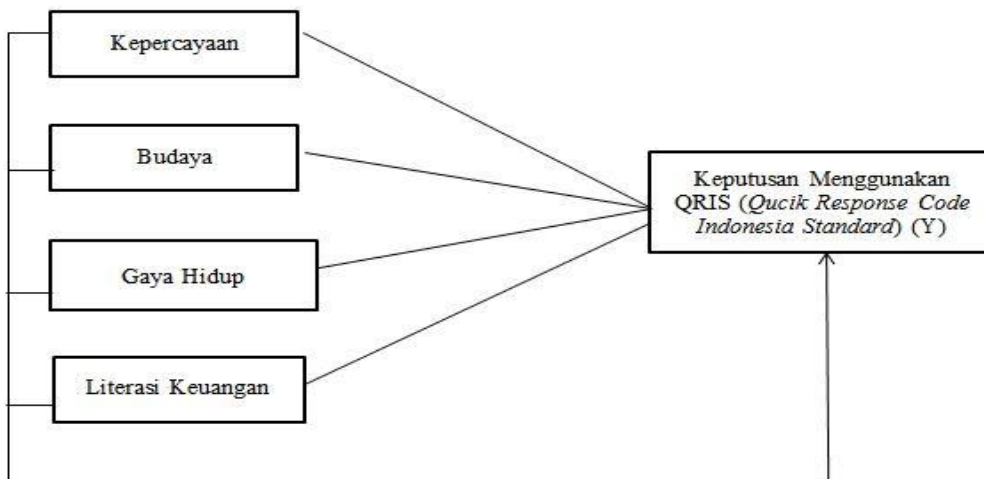
B. Metode Penelitian

Metodologi atau strategi kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Teknik penelitian kuantitatif digunakan untuk menilai fenomena sosial yang disajikan sebagai isu, variabel, dan indikator secara objektif (Nur Ahmadi Bi Rahmani, 2016). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan data sekunder, dengan data primer menjadi data utama dalam penelitian ini. Analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Sebelum memasuki uji regresi linear berganda, data harus melewati beberapa uji terlebih dahulu seperti uji kualitas data uji asumsi klasik barulah uji regresi linear berganda. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan penjelasan atas masalah tersebut sekaligus menghasilkan generalisasi kebenaran yang terwujud dalam kenyataan pada suatu masalah yang diperkirakan akan mempengaruhi

kelompok tertentu. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah yang tergabung dalam generasi Z merupakan demografi penelitian. menggunakan pendekatan simple random sampling. memiliki 5040 populasi.

Menggunakan rumus Slovin, sehingga didapatkan sampel sebanyak 98 orang.

Peneliti mendapatkan datanya dengan menggunakan kuesioner yang disebar mealalui aplikasi *google form* (Online Kuesioner). Kemudian, data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dinalisis dengan memakai metode statistik dengan bantuan perangkat aplikasi SPSS 25 untuk memudahkan perhitungan. Berikut mode analisis yang dapat digambarkan dalam penelitian:



Adapun hipotesis penelitian (H_a) yaitu :

1. Adanya pengaruh kepercayaan terhadap keputusan menggunakan *Qris*
2. Adanya pengaruh budaya terhadap keputusan menggunakan *Qris*
3. Adanya pengaruh gaya hidup terhadap keputusan menggunakan *Qris*
4. Adanya pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan menggunakan *Qris*.

C. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini memakai kuesioner menggunakan google form, yaitu layanan kuesioner online pada aplikasi yang tersedia pada google. Kuesioner dibuat dalam link dan disebarikan melalui media sosial whatsapp dan telegram sehingga menghasilkan data dan mendapatkan seluruh tanggapan dari responden. Untuk mengukur validitas, butir instrumen dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana untuk menguji kuesioner sebanyak 98 responden, yaitu nilai $df = n - 2$, $df = 98 - 2 = 96$ r_{tabel} nya sebesar 0,1986. Skor alfa Croanbach harus di atas atau lebih besar dari 0,6 untuk menentukan keandalan kuesioner.

Uji reliabilitas pada variabel kepercayaan, budaya, gaya hidup dan literasi keuangan keputusan menggunakan QRIS dilakukan secara keseluruhan kepada 98 responden yang terdiri dari 20 item pertanyaan yang dianalisa menggunakan SPSS versi 25 dan dapat dikatakan reliabel jika alpa

croanbachnya > 0.6 . Hasil uji reliabilitas dari keempat variabel dan keputusan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1
Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan

Cronbach's Alpha	N of Items
,888	4

Pada tabel 1 terlihat bahwa hasil uji reliabel sebesar 0.888, hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dinyatakan reliabel karna nilai cronbach's alpha nya bernilai $0.888 > 0.60$

Tabel 2
Uji Reliabilitas Variabel Budaya

Cronbach's Alpha	N of Items
,875	4

Pada tabel 1 terlihat bahwa hasil uji reliabel sebesar 0.875, hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dinyatakan reliabel karna nilai cronbach's alpha nya bernilai $0.875 > 0.60$

Tabel 3
Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup

Cronbach's Alpha	N of Items
,854	4

Pada tabel 1 terlihat bahwa hasil uji reliabel sebesar 0.854, hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dinyatakan reliabel karna nilai cronbach's alpha nya bernilai $0.854 > 0.60$

Tabel 4
Uji Reliabilitas Variabel Literasi Keuangan

Cronbach's Alpha	N of Items
,811	4

Pada tabel 1 terlihat bahwa hasil uji reliabel sebesar 0.811, hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dinyatakan reliabel karna nilai cronbach's alpha nya bernilai $0.811 > 0.60$

Tabel 5
Uji Reliabilitas Variabel Keputusan

Cronbach's Alpha	N of Items
,919	4

Pada tabel 1 terlihat bahwa hasil uji reliabel sebesar 0.919, hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dinyatakan reliabel karna nilai cronbach's alpha nya bernilai $0.919 > 0.60$

Maka, dapat disimpulkan hasil dari uji reliabilitas pada variabel x dan variabel y > 0.6 . Maka dinyatakan semua variabel dinyatakan reliable.

Peneliti menggunakan uji regresi linear berganda untuk melihat seberapa besar pengaruhnya kepercayaan, budaya, gaya hidup dan literasi keuangan kepada keputusan menggunakan QRIS

Tabel 6

R Square Antara Variabel Kepercayaan, Budaya, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Menggunakan QRIS

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,857	,735	,723	2,310

- Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Kepercayaan, Budaya, Gaya Hidup
- Dependent Variable: Keputusan

Hasil faktor kepercayaan, budaya, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap pilihan memanfaatkan QRIS ditunjukkan pada tabel di atas dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,723 atau 72,3 persen, sedangkan sisanya 27,7 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian. ini.

Tabel 7

Uji t Pengaruh Antara Variabel Kepercayaan, Budaya, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Menggunakan QRIS

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig	Collinearity Statistics	
	B	Std Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	,671	1,413		,475	,636		
Kepercayaan	,187	,091	,145	2,057	,042	,577	1,732
Budaya	,443	,101	,391	4,391	,000	,360	2,775
Gaya Hidup	,446	,160	,275	2,793	,006	,294	3,407
Literasi Keuangan	,274	,141	,176	1,934	,056	,345	2,898

Nilai t hitung $> t$ tabel adalah $2,057 > 1,98580$ dengan tanda $0,42 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa H_a dapat diterima, sesuai tabel di atas. menandakan

bahwa variabel X1 (Kepercayaan) memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel Y dan bahwa koefisien regresinya signifikan (keputusan untuk menggunakan). Faktor kepercayaan ini dapat diartikan bahwa konsumen percaya bahwa sistem dapat diandalkan dan teknologi digital dalam menjamin keamanan dan kerahasiaan akun konsumen. Ketika sesuatu dipercaya, penggunaannya aman, kemungkinan kehilangan data atau informasi sangat rendah, dan kemungkinan pencurian berkurang. Sementara kerahasiaan menjamin privasi semua masalah yang melibatkan informasi pengguna dan pelanggan, pihak lain tidak mengetahui hal ini (Kholid & Soemarso, 2018). Karena itu, sebagian besar pelanggan yang menggunakan QRIS tidak menyadari masalah keamanan dan kerahasiaan yang terkait dengan penggunaan sistem berbasis kode QR. Mereka hanya menganggap bahwa pihak pencetus menjamin keamanan dan kerahasiaan, padahal konsumen tidak tahu begitu amannya dan kerahasiaan dari sistem berbasis kode QR atau QRIS tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lia Nurpaliana, dkk tentang pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan e-channel terhadap minat bertransaksi ulang secara online (Studi Kasus pada nasabah BTN KC Kelapa Gading Square)(Nurparliana dkk., 2022).

Ha diperbolehkan karena variabel budaya memiliki nilai t hitung $> t$ tabel, yaitu $4,391 > 1,98580$ dengan tanda $0,00 < 0,05$. menandakan bahwa variabel X2 (Budaya) memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel Y dan bahwa koefisien regresi signifikan (keputusan untuk menggunakan). Budaya memiliki arti yaitu penentu dasar kemauan dan tingkah laku seseorang melalui lingkungan dan tempat utama lainnya. Untuk memahami cara terbaik memasarkan barang yang sudah ada dan mencari prospek barang baru, pemasaran harus benar-benar memperhatikan nilai budaya masing-masing negara.(Marwati & Amidi, 2019)

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Saut Pintubipar Saragih, dkk yang berjudul Pengaruh Budaya Terhadap Actual Use Digital Payment Pelaku UMKM di kota Batam (Pintubipar Saragih & Nopriadi, 2019).

Nilai t hitung $> t$ tabel untuk faktor gaya hidup diketahui sebesar $2,793 > 1,98580$ dengan tanda $0,00 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa Ha diterima. menunjukkan bahwa variabel gaya hidup X3 berpengaruh besar terhadap variabel Y dan koefisien regresi signifikan (keputusan menggunakan). Gaya hidup dan kemajuan zaman teknologi modern saling terkait erat. Gaya hidup adalah sarana untuk meningkatkan diri dengan cara tertentu dan membedakan diri dari orang lain. Hobi, minat, dan persepsi diri seseorang ditampilkan sebagai bagian dari gaya hidupnya, yang merupakan potret dari sikap, kebiasaan, dan cara hidup seseorang yang dimaksudkan untuk membedakannya dengan orang lain di sekitarnya. (Illa Ulfa, 2019)

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iftitah Hayati tentang Pengaruh Gaya Hidup dan kemudahan Menggunakan Aplikasi Terhadap Keputusan pembelian Penggunaan Aplikasi Shopee di Tambakromo

Pati yang menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian penggunaan aplikasi shopee (Hayati, 2021).

Nilai t hitung variabel Literasi Keuangan $>$ t tabel diketahui sebesar 1,934 1,98580 dengan tanda 0,56 $>$ 0,05 yang menunjukkan bahwa H_a ditolak. artinya koefisien regresi signifikan dan pengaruh variabel X_4 (literasi keuangan) terhadap variabel Y tidak signifikan (keputusan menggunakan).

Berdasarkan hasil pengolahan diatas, terdapat pengaruh kepercayaan, budaya, gaya hidup, literasi keuangan terhadap keputusan menggunakan QRIS sebesar 73,5%. Hal ini membuktikan bahwa keempat variabel dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan QRIS. Berdasarkan dari hasil uji F atau simultan didapatkan hasil bahwa semua variabel berpengaruh terhadap keputusan menggunakan QRIS. Ketika diuji sendiri-sendiri (parsial) didapatkan hasil bahwa variabel literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS. Rendahnya pemahaman literasi keuangan membuat seseorang tidak ingin menggunakannya. Pengambilan keputusan keuangan bergantung pada kombinasi kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku, yang semuanya merupakan komponen literasi keuangan. (Herlinawati & Krisnawati, 2018). Definisi lain dari literasi keuangan adalah pengetahuan, kompetensi, dan jaminan yang mempengaruhi perilaku dan perilaku individu untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kemakmuran sehingga dapat memilih dan menggunakan lembaga, produk, dan layanan keuangan yang sesuai. sesuai dengan selera dan kebiasaan masyarakat. demi kemakmuran. (Otoritas Jasa Keuangan, 2016)

Asumsi hubungan yang berpengaruh antara faktor literasi keuangan dan pilihan untuk mengadopsi teknologi digital sebagai variabel dependen terkait dengan penelitian sebelumnya. Namun, dalam penelitian ini, pilihan untuk memanfaatkan QRIS tidak dipengaruhi secara signifikan oleh literasi keuangan, menunjukkan bahwa sangat sedikit individu yang mengetahui apa itu QRIS. Oleh sebab itu dibutuhkan banyaknya kegiatan webinar, sosialisasi, edukasi dan panduan tata cara penggunaan QRIS sehingga konsumen mengetahuinya..

D. Simpulan

Hasil pengujian menunjukkan, terdapat pengaruh kepercayaan, budaya, gaya hidup dan literasi keuangan terhadap keputusan menggunakan QRIS mempunyai nilai sign sebesar $0,00 < 0,05$, yang artinya secara bersama sama keempat variabel mempengaruhi keputusan menggunakan QRIS dengan melihat nilai R Square sebesar 73,5%, artinya 26,5% dipengaruhi oleh variabel yang dijelaskan pada penelitian ini. Dengan adanya kepercayaan maka konsumen akan senang menggunakan teknologi tersebut dan semakin mudah untuk melakukan aktivitasnya ketika melakukan pembayaran non tunai. Budaya dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan karena budaya mengikuti bagaimana lingkungan seseorang itu. Jika dilingkungannya menggunakan cashless untuk membayar maka budaya tersebut akan melekat pada dirinya. Gaya hidup mempengaruhi seseorang dalam menggunakan

QRIS, seperti mengikuti tren pembayaran non tunai agar lebih eksis di era yang serba digital saat ini. pada penelitian ini literasi tidak terjadi pengaruh terhadap keputusan menggunakan QRIS, dengan melihat nilai $\text{sign} > 0.05$ yaitu sebesar 0,56 yang berarti literasi keuangan kurang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan QRIS. Untuk mewujudkan visi pemerintah menjadikan Indonesia cashless society, maka diperlukan sosialisasi, promosi, dan edukasi tentang pembayaran nontunai di era modern ini. Kurangnya literasi keuangan membuat seseorang tidak sadar akan informasi yang kini berkembang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, secara teoritis penelitian ini dapat merekomendasikan adanya pengembangan mengenai penggunaan teknologi sebagai salah satu faktor seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut, Secara praktis, Bank Indonesia dapat memanfaatkan temuan tersebut sebagai bahan pertimbangan dalam memperhatikan bagaimana individu dapat menggunakan QRIS. Karena besar literasi keuangan pada penelitian ini tidak berpengaruh maka perlu diteliti lagi faktor lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan menggunakan QRIS.

E. Ucapan Terima Kasih

Terimakasih saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan saya kemudahan untuk menyelesaikan artikel ini. Terimakasih kepada dosen dan orang tua yang telah membimbing dan mendukung saya dalam proses penyelesaian artikel ini.

F. Pernyataan Kontribusi Penulis

Dalam penulisan ini WS bertugas menyusun dan merapikan artikel ini, sedangkan MY berperan memberikan kritik dan saran terhadap artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Hayati, I. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kemudahan Menggunakan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Aplikasi Shopee Di Tambakromo Pati (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta). Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Herlinawati, L., & Krisnawati, A. (2018). Pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan ovo pada ibu rumah tangga di kota bandung the effect of financial literation on the decision of using ovo in housewives in bandung city. Telkom University.
- Illa Ulfa. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah

- KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 49–57.
- Kristanti, E., & Marta, R. F. (2021). Persuasive and Educative Advertising Content of Quick Response Code Indonesian Standard in Pandemic Era. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(2), 301. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.34474>
- Marwati, M., & Amidi, A. (2019). Pengaruh Budaya, Persepsi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Herbal. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 168. <https://doi.org/10.32502/jimn.v7i2.1567>
- Muhamad Ramadhan Alsyukri. (2021). Pengaruh Kemudahan, Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Selama Masa Pandemi Covid-19. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkucecwara.
- Nur Ahmadi Bi Rahmani. (2016). *Metode Penelitian Ekonomi*. Febi Uinsu Press.
- Nurparliana, L., Astuti, T., & Miswan, M. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan E-Channel Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online (Studi Kasus Pada Nasabah BTN KC Kelapa Gading Square). *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1(1), 310–322. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol1.2022>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Undang – Undang OJK. *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan*, 53(9), 1689–1699.
- Pintubipar Saragih, S., & Nopriadi, N. (2019). Pengaruh Budaya Terhadap Actual Use Digital Payment System Pada Pelaku UMKM di Kota Batam. *Journal of Applied Informatics and Computing*, 3(2), 63–67. <https://doi.org/10.30871/jaic.v3i2.1646>
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital. *Journals of Economics and Business Mulawarman*, 17(2), 1–11.
- Sari, D. R., & Dirgahayu, T. (2017). Adopsi Theory of Planned Behavior Untuk Pengembangan Model Pengaruh Budaya Terhadap Penggunaan E-Commerce. *Jurnal Buana Informatika*, 8(2), 67–76. <https://doi.org/10.24002/jbi.v8i2.1078>
- Sari, M. A., Aminah, I., & Redyanita, H. (2021). Preferensi Generasi Millennial Dalam Memilih Pembayaran Digital (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta Depok). *Ekonomi & Bisnis*, 19(2), 97–106. <https://doi.org/10.32722/eb.v19i2.3601>
- Tri Anggono, B. N., . I., & A B, S. H. (2020). Persepsi Kemudahan, Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay. *Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 15(1), 144–153. <https://doi.org/10.34152/fe.15.1.144-153>