



# Pengaruh Media Sosial, Pengetahuan, dan Kemudahan Penggunaan QRIS terhadap Minat Generasi Z dalam Mengadopsi Teknologi Pembayaran Digital

Suliah<sup>1\*</sup>, Azfa Mutiara Ahmad Pabulo<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Akuntansi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

Email Penulis Korespondensi: [suli23221@gmail.com](mailto:suli23221@gmail.com),

**Abstrak**—Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi dampak media sosial, pengetahuan, dan kemudahan penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) terhadap minat generasi Millennials dan Generasi Z dalam mengadopsi QRIS sebagai metode pembayaran di wilayah Cilacap. Data dikumpulkan melalui survei daring dengan partisipasi 50 responden dari kelompok usia ini yang aktif menggunakan media sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat generasi Millennials dan Generasi Z dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Penggunaan media sosial memungkinkan mereka untuk terus memantau perkembangan QRIS, mengakses informasi terbaru, dan berinteraksi dengan pengguna lainnya, yang secara positif memengaruhi minat mereka untuk mengadopsi teknologi ini. Selain itu, pengetahuan tentang QRIS juga memiliki pengaruh positif pada minat penggunaan QRIS. Responden yang lebih mengerti cara kerja dan manfaat QRIS lebih cenderung menerimanya sebagai alternatif pembayaran. Edukasi dan penyampaian informasi yang efektif tentang QRIS dapat meningkatkan tingkat pengetahuan mereka. Kemudahan penggunaan QRIS juga terbukti berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Persepsi bahwa QRIS mudah digunakan membuat generasi ini merasa lebih nyaman dan cenderung mencobanya dalam transaksi sehari-hari. Dalam era digital yang terus berkembang, memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan teknologi pembayaran baru seperti QRIS sangat penting. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan wawasan berharga bagi perusahaan teknologi keuangan, bank, dan pemerintah untuk meningkatkan penetrasi QRIS di Indonesia. Dengan memanfaatkan media sosial untuk edukasi dan meningkatkan pemahaman, serta memastikan kemudahan penggunaan QRIS, dapat membantu mempercepat adopsi teknologi pembayaran yang lebih efisien dan modern di kalangan generasi Millennials dan Generasi Z, yang pada akhirnya akan mendukung pertumbuhan ekonomi dan transformasi digital di Indonesia.

**Kata Kunci:** Millennials Gen Z, Pembayaran Digital, QRIS, Minat Adopsi QRIS, Transformasi Digital

**Abstract**— This study aims to investigate the impact of social media, knowledge, and ease of use of Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) on the interest of Millennials and Generation Z in adopting QRIS as a payment method in the Cilacap area. Data was collected through an online survey with the participation of 50 respondents from this age group who actively use social media. The results of this study indicate that social media has a significant influence on the interest of Millennials and Generation Z in using QRIS as a payment method. The use of social media allows them to keep track of QRIS developments, access the latest information, and interact with other users, which positively influences their interest in adopting this technology. In addition, knowledge about QRIS also has a positive influence on interest in using QRIS. Respondents who better understand how QRIS works and its benefits are more likely to accept it as a payment alternative. Effective education and information delivery about QRIS can increase their knowledge level. The ease of use of QRIS is also proven to have a positive effect on interest in use. The perception that QRIS is easy to use makes this generation feel more comfortable and more likely to try it in daily transactions. In the ever-evolving digital age, understanding the factors that influence interest in using new payment technologies such as QRIS is crucial. The results of this study provide valuable insights for financial technology companies, banks, and the government to increase QRIS penetration in Indonesia. Utilizing social media to educate and increase understanding, as well as ensuring the ease of use of QRIS, can help accelerate the adoption of more efficient and modern payment technology among Millennials and Generation Z, which will ultimately support economic growth and digital transformation in Indonesia.

**Keywords:** Millennials Gen Z, Digital Payments, QRIS, QRIS Adoption Interest, Digital Transformations

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini terutama dalam sistem pembayaran yang sangat metodis dan rumit tidak lagi menjadi masalah saat memproses pembayaran. Salah satu opsi utama bagi pemilik bisnis yang ingin mengatasi masalah dalam hal transaksi pembayaran adalah melakukan transaksi pembayaran digital. Pemilik bisnis

kini dapat menggunakan berbagai aplikasi untuk mempermudah proses transaksi pembayaran digital. Aplikasi-aplikasi tersebut antara lain pembayaran digital QRIS, *e-wallet*, *e-money*, *e-cash*, dan *e-chek*. Meskipun banyak orang yang belum mengetahui tentang QRIS, penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa QRIS sangat bermanfaat bagi transaksi pembayaran UMKM



(Aryawati et al., 2022). Namun demikian, sejumlah variabel penjelas juga telah diidentifikasi oleh beberapa penelitian sebelumnya mengenai mengapa penerapan QRIS tidak berjalan sesuai rencana. Kurangnya pengetahuan tentang penggunaan QRIS adalah salah satu alasan mengapa banyak orang tidak mengetahui QRIS dan aplikasinya (Novi Arianti et al., 2019).

Kemajuan informasi dan teknologi yang semakin pesat dan canggih akan mendukung perluasan ekonomi digital dan mempercepat arus keuangan nasional. Khususnya di kalangan Generasi Milenial dan Generasi Z, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menghasilkan pergeseran penting dalam pola perilaku konsumen. Penggunaan QRIS, yang menyediakan mekanisme pembayaran yang lebih efektif dan kekinian, merupakan salah satu inovasi terbaru dalam industri pembayaran. Penggunaan QRIS memudahkan pelanggan yaitu dapat dengan cepat dan mudah membayar menggunakan ponsel mereka dengan memindai kode QR yang telah disediakan oleh bisnis dan penyedia layanan. Uang tunai menjadi semakin jarang digunakan sebagai bentuk pembayaran dan digantikan oleh opsi non-tunai yang lebih hemat dan efisien karena kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran (Hayuni et al, 2022).

Generasi Millennials dan Generasi Z, yang tumbuh dalam era teknologi, memiliki peran yang penting dalam adopsi teknologi pembayaran baru ini. Namun, minat mereka dalam mengadopsi QRIS sebagai metode pembayaran belum sepenuhnya dipahami. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja, seperti pengaruh media sosial, tingkat pengetahuan mereka, dan persepsi kemudahan penggunaan sistem, yang memengaruhi minat mereka dalam menggunakan QRIS, diperlukan lebih banyak penelitian. Kemajuan informasi dan teknologi yang semakin pesat dan canggih akan mendukung perluasan ekonomi digital dan mempercepat arus keuangan nasional. Pembayaran transaksi non-tunai merupakan salah satu cara penerapan teknologi informasi dalam hubungannya dengan perluasan ekonomi digital (Sihalohe et al., 2020).

Saat pertama kali diperkenalkan sebagai media pembayaran uang elektronik QR pada 1 Januari 2020, BI melaporkan bahwa 4,7 juta pedagang eceran telah menggunakan sistem pembayaran digital yang terstandarisasi (QRIS). Lebih lanjut, Gubernur BI Perry Warjiyo pada tanggal 28 September 2020 menyatakan “jumlah *merchant* pengguna *QRIS* terus meningkat, 85% diantaranya sebanyak 4,5 juta merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)”. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat sangat tertarik untuk menggunakan uang elektronik, terlihat dari peningkatan penggunaan yang cukup tajam setiap tahunnya (TrenAsia, 2020). Uang tunai pada akhirnya dapat digantikan oleh pembayaran digital sebagai cara pembayaran utama, meskipun saat ini penggunaannya masih kurang luas. Salah satu hasil dari kemajuan teknologi di bidang ini adalah BI menetapkan QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*), sebuah standar nasional untuk pembayaran dengan menggunakan kode QR, untuk mempercepat transaksi pembayaran elektronik melalui dompet digital, *mobile banking*, dan

aplikasi uang elektronik berbasis server (Paramitha & Kusumaningtyas, 2020).

Kenyamanan dalam bertransaksi digital dimungkinkan dengan adanya QRIS. Kode QR adalah kode batang dua dimensi yang menyimpan data. Dalam hal metode pembayaran, Kode QR dimaksudkan untuk menghubungkan pelanggan ke layanan transaksi pembayaran dengan menggunakan kamera ponsel pintar yang telah ditautkan ke akun mereka (Mayanti, 2020).

Kelompok Penyedia Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) *front end*, yang terdiri dari penerbit dan *acquirer*, telah diperluas dengan menyertakan aplikasi pembayaran yang menggunakan kode QR, maka pembayaran melalui QRIS dapat dilakukan. Aplikasi untuk pembayaran yang menawarkan sistem pembayaran berbasis kode QR tidak selalu merupakan QRIS standar. Oleh karena itu, sebaiknya memeriksa ulang untuk memastikan bahwa menggunakan QRIS untuk transaksi yang lebih aman dan mudah (Prima, 2020).

Lahir antara tahun 1995 dan 2010, Generasi Z adalah generasi pertama yang tumbuh di dunia di mana internet selalu dapat diakses dan terintegrasi dalam skala global. Mereka yang lahir setelah tahun 2000 dikenal sebagai Generasi Z (Subowo, 2021). Sementara itu, Kelompok demografis yang muncul setelah Generasi X dikenal sebagai milenial, atau Generasi Y (Gen-X). Apa yang biasanya terlintas dalam pikiran kita saat mendengar istilah “generasi milenial” adalah sekelompok remaja yang memegang ponsel. Namun, para ilmuwan sosial mendefinisikan Generasi Y sebagai kelompok orang yang lahir antara tahun 1980 dan 2000. Dalam artian, mereka yang masuk ke dalam kelompok ini adalah generasi muda, khususnya mereka yang berusia antara 15 dan 34 tahun (Basalamah et al., 2022). Oleh karena itu, media sosial dan platform digital lainnya lebih sering digunakan untuk promosi dan iklan. *Millennials* Generasi Z memiliki peluang yang signifikan untuk memberikan dampak yang signifikan terhadap optimalisasi dan implementasi sistem pembayaran digital di Indonesia, terutama dalam hal penggunaan pembayaran digital QRIS oleh para pelaku usaha. Kemajuan teknologi yang pesat berpotensi mengubah perilaku pembelian konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki cara-cara di mana media sosial, pengetahuan QRIS, dan kegunaan QRIS mempengaruhi keinginan Generasi Milenial dan Generasi Z untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran di Indonesia. Temuan penelitian ini dapat memberikan perspektif yang signifikan bagi perusahaan teknologi finansial, bank, dan pemerintah untuk meningkatkan adopsi QRIS di Indonesia. Hal ini kemudian akan mendorong perluasan ekonomi digital dan memfasilitasi transformasi pembayaran di Indonesia.

#### ***Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)***

Penelitian ini menggunakan model Unifield *Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*, sebagai model utama untuk mengukur penerimaan



penggunaan sistem. Sebuah model yang disebut UTAUT digunakan untuk menjelaskan bagaimana pengguna berperilaku ketika menggunakan teknologi informasi (Dwivedi et al., 2019). Kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, kepuasan pengguna, dan struktur organisasi adalah lima faktor yang membentuk metode UTAUT, yang membandingkan ekspektasi pengguna dan sistem informasi aktual untuk menentukan seberapa puas pengguna dengan sistem aplikasi mereka. Sebuah model baru yang terintegrasi dibuat dengan menggunakan teori-teori yang telah dikembangkan sebelumnya. Selanjutnya, mereka menjuluki model gabungan ini sebagai *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*, atau disingkat UTAUT (Fitra & Kurniadi, 2020). Seseorang yang tertarik pada sesuatu akan bertindak berdasarkan ketertarikan tersebut, yang merupakan perasaan tertarik pada sesuatu tersebut. Sebaliknya, jika tidak ada minat, orang cenderung tidak akan bertindak. Penulis menilai minat pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi dengan menerapkan dua ide dari teori ini yaitu pengaruh sosial dan kondisi yang memfasilitasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan memahami hubungan antara tiga faktor utama, yaitu media sosial, pengetahuan, dan kemudahan penggunaan QRIS, serta untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor apa yang memengaruhi minat Generasi Z dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital. Hasil penelitian ini kemungkinan besar akan memberikan wawasan yang berharga bagi perusahaan dan pelaku industri untuk meningkatkan adopsi teknologi pembayaran digital di kalangan Generasi Z dengan cara meningkatkan kehadiran di media sosial, memberikan informasi yang lebih baik tentang QRIS, serta memperbaiki kemudahan dan kenyamanan penggunaan teknologi tersebut.

## II. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan survei khusus industri. Menurut (Sugiyono, 2017) analisis regresi linier berganda, sebuah teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif, digunakan dalam penelitian ini dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Salah satu metode untuk membuat prediksi yang melibatkan dua atau lebih variabel, khususnya variabel yang mempengaruhi dan variabel yang terpengaruh, adalah regresi linier berganda (Maharadja et al., 2021). Populasi penelitian adalah seluruh generasi Millennials Generasi Z yang tinggal di Cilacap, Indonesia. Sampel penelitian diambil secara acak dengan menggunakan metode sampel acak sederhana. Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 50 responden yang memenuhi kriteria usia 1-35 tahun dan aktif menggunakan media sosial. Kuesioner yang dibuat secara khusus adalah instrumen yang digunakan dalam investigasi ini. Kuesioner tersebut mencakup beberapa pertanyaan yang membahas variabel-variabel utama penelitian, yaitu media sosial, pengetahuan tentang QRIS, kemudahan penggunaan QRIS, dan minat dalam mengadopsi QRIS sebagai metode pembayaran. Skala Likert digunakan untuk mengukur tanggapan

responden. Responden yang menerima kuesioner secara online menjadi sumber data. Responden akan diberikan waktu yang cukup untuk mengisi kuesioner dengan baik. Identitas responden akan dijaga kerahasiaannya. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif untuk merumuskan karakteristik sampel. Selanjutnya, dampak dari variabel-variabel independen (media sosial, pengetahuan tentang QRIS, dan kemudahan penggunaan QRIS) akan dinilai dengan menggunakan analisis regresi linier berganda terhadap variabel dependen (minat dalam mengadopsi QRIS sebagai metode pembayaran), namun demikian, uji instrumen penelitian dilakukan dengan hasil yang memenuhi standar validitas dan reliabilitas sebelum analisis asumsi klasik dilakukan.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Para peneliti telah memberikan instrumen penelitian kepada para milenial gen z di Cilacap yang menggunakan QRIS untuk melakukan pembayaran pada pedagang sektor UMKM.

**Tabel 1**  
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-laki	19	38%
Perempuan	31	62%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Tabel 1 menunjukkan bahwa 31 responden, atau 62% dari seluruh responden, yang mengisi kuesioner penelitian ini adalah perempuan, dan 19 responden atau 38% dari total responden adalah laki-laki. Hasil dari 50 responden penelitian ini menunjukkan bahwa lebih banyak wanita daripada pria yang berpartisipasi dalam survei ini. Pada penelitian ini, generasi Millennial dari generasi Z, usia 1 hingga 35 tahun, berpartisipasi sebagai responden. Seluruh responden yang berjumlah 50 orang menyelesaikan survei online yang diberikan oleh para peneliti dengan menggunakan Google Form. Usia, pekerjaan, dan jenis kelamin digunakan untuk mengkategorikan karakteristik responden penelitian.

**Tabel 2**  
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Jumlah Responden	Presentasi
1 – 20 Tahun	13	26%
21 – 25 Tahun	27	54%
26 – 30 Tahun	7	14%
31 – 35 Tahun	3	6%
> 35 Tahun	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Tiga belas responden berusia antara satu hingga dua puluh tahun, dua puluh tujuh responden berusia antara dua puluh hingga lima tahun, tujuh responden berusia antara dua puluh hingga tiga puluh tahun, dan tiga responden berusia antara tiga puluh hingga tiga puluh lima tahun, menurut Tabel 2. Dari pernyataan ini, jelas terlihat bahwa responden yang berusia antara 21 hingga 25 tahun merupakan mayoritas responden. Hal ini disebabkan oleh



fakta bahwa mahasiswa, yang biasanya berusia antara 21 hingga 25 tahun, merupakan mayoritas peserta studi.

### Uji Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, uji coba penelitian-data primer yang disajikan dengan cara yang mudah dimengerti-digunakan. Temuan dari eksperimen penelitian ini ditampilkan oleh uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji validitas yang dilaporkan oleh para peneliti dalam artikel adalah sebagai berikut:

**Tabel 3**  
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Media Sosial	X1_1	0,759	0,361	Valid
	X1_2	0,843	0,361	Valid
	X1_3	0,880	0,361	Valid
	X1_4	0,765	0,361	Valid
	X1_5	0,887	0,361	Valid
Pengetahuan	X2_1	0,699	0,361	Valid
	X2_2	0,710	0,361	Valid
	X2_3	0,806	0,361	Valid
	X2_4	0,844	0,361	Valid
	X2_5	0,875	0,361	Valid
Kemudahan Penggunaan	X3_1	0,753	0,361	Valid
	X3_2	0,739	0,361	Valid
	X3_3	0,861	0,361	Valid
	X3_4	0,860	0,361	Valid
	X3_5	0,860	0,361	Valid
Minat Millennials Gen Z	Y_1	0,848	0,361	Valid
	Y_2	0,846	0,361	Valid
	Y_3	0,843	0,361	Valid
	Y_4	0,844	0,361	Valid

Sumber: Olah Data SPSS, 2023

Setiap item pertanyaan untuk setiap variabel memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel 3 di atas. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa setiap item pertanyaan untuk setiap variabel adalah valid. Tabel berikut ini menunjukkan keandalan untuk setiap variabel:

**Tabel 4**  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Media Sosial	0,883	Reliabel
Pengetahuan	0,846	Reliabel
Kemudahan Penggunaan	0,872	Reliabel
Minat Millennials Gen Z	0,827	Reliabel

Sumber: Olah Data SPSS, 2023

Terbukti dari data tabel 4 bahwa setiap variabel memiliki nilai Cronbach's alpha yang lebih besar dari 0,70, yang mengindikasikan keandalan setiap kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini.

### Statistik Deskriptif

Hasil analisis deskriptif responden, yang diperoleh dari tanggapan mereka terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuesioner, ditampilkan sebagai berikut:

**Tabel 5**  
Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	50	18	23	20,16	1,037
X2	50	17	25	21,1	1,764
X3	50	15	25	20,56	1,842
Y	50	12	20	16,64	1,453
Valid N (listwise)	50				

Sumber: Olah Data SPSS, 2023

Tujuan dari statistik deskriptif penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran umum tentang data. Skala Likert mulai dari 1 hingga 4 digunakan untuk pengukuran, dengan jumlah pertanyaan yang berbeda-beda untuk setiap konstruk. Tabel 5 menyajikan temuan-temuan statistik deskriptif, yang menunjukkan hal tersebut:

1. Pertanyaan Media Sosial (X1) yang terdiri dari lima pertanyaan total memiliki nilai minimum 18 dan nilai maksimum 23, artinya responden yang menilai media sosial paling rendah semua nilainya 18, dan responden yang menilai paling tinggi nilainya 23. Kemudian, dari seluruh responden yang menjawab pertanyaan mengenai pengaruh media sosial, rata-rata responden menilai pengaruh media sosial sebesar 20,16, dan standar deviasi sebesar 1,037. Artinya, ukuran penyebaran data variabel pengaruh media sosial adalah 1,073 dari 50 responden.
2. Dengan total lima pertanyaan, pengetahuan (X2) memiliki nilai minimum 17 dan nilai maksimum 25, artinya responden yang menilai jawaban media sosial paling rendah adalah responden yang menilai paling rendah. Kemudian, dari seluruh responden yang menjawab pertanyaan mengenai pengaruh pengetahuan, rata-rata responden menilai pengaruh pengetahuan sebesar 21,10, dan standar deviasi sebesar 1,764 dari 50 responden. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran sebaran data variabel pengaruh pengetahuan adalah 1,764.
3. Dengan total lima pertanyaan, Kemudahan Penggunaan (X3) memiliki nilai minimum 15 dan nilai maksimum 25, yang berarti bahwa responden yang menilai jawaban media sosial paling mudah digunakan semuanya diberi nilai 15, dan responden yang menilai variabel kemudahan penggunaan paling sulit digunakan semuanya diberi nilai 25. Ketika responden ditanya tentang kemudahan penggunaan, rata-rata jawaban responden adalah 20,56 dan standar deviasi 1,842. Hal ini menunjukkan bahwa dari seluruh responden, rata-rata responden menilai kemudahan penggunaan adalah 20,56, dan ukuran distribusi data untuk variabel kemudahan penggunaan adalah 1,842 dari 50 responden.
4. Minat Penggunaan (Y) yang berjumlah lima pertanyaan memiliki nilai minimum 12 dan nilai maksimum 20, artinya responden yang





menilai jawaban media sosial paling rendah adalah 12 dan responden yang menilai variabel minat penggunaan paling tinggi adalah 20. Kemudian, rata-rata responden, dari seluruh responden yang menanggapi variabel minat penggunaan, memberikan penilaian sebesar 16,64, dengan standar deviasi 1,453. Hal ini menunjukkan bahwa variabel minat penggunaan memiliki ukuran sebaran data sebesar 1,453 dari 50 responden.

## Hasil Penelitian

### 1. Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada:

**Tabel 6**  
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		115.474.970
Most Extreme Differences	Absolute		.109
	Positive		.079
	Negative		-.109
Test Statistic			.109
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>			.195
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.		.145
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.136
		Upper Bound	.154

Sumber: Olah Data SPSS, 2023

Dalam penelitian ini, nilai *asymptotic significance unstandardized residual Kolmogorof Smirgof* (nilai *Asym. Sig*) sebesar 0,195 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0,05 dan data yang digunakan terdistribusi secara normal, sesuai dengan hasil uji normalitas yang ditunjukkan pada tabel 6 di atas.

### 2. Uji Multikolinieritas

**Tabel 7**  
Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.791	3.446		.520	.606		
	Media Sosial	.372	.183	.266	2.036	.048	.805	1.242
	Pengetahuan	.021	.128	.026	.166	.869	.567	1.764
	Kemudahan Penggunaan	.335	.128	.425	2.627	.012	.524	1.908

Sumber: Olah Data SPSS, 2023

Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 7 di atas, setiap variabel independen memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 8**  
Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.167	2.280	-.073	.942		
	Media Sosial	.015	.121	.020	.902	.805	1.242
	Pengetahuan	.016	.085	.037	.852	.567	1.764
	Kemudahan Penggunaan	.019	.084	.045	.825	.524	1.908

Sumber: Olah Data SPSS, 2023

Mengingat nilai signifikansi untuk variabel X1, X2, dan X3 pada tabel 8 di atas lebih dari 0,05, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada satupun variabel independen dalam penelitian ini yang menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas, atau tidak terjadi heteroskedastisitas pada data.

## Uji Hipotesis

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 9**  
Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.791	3.446		.520	.606
	Media Sosial	.372	.183	.266	2.036	.048
	Pengetahuan	.021	.128	.026	.166	.869
	Kemudahan Penggunaan	.335	.128	.425	2.627	.012

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber: Olah Data SPSS, 2023

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$= 1,791 + 0,372 X_1 + 0,021 X_2 + 0,335 X_3 + e$$

Penjelasan berikut ini berlaku untuk persamaan regresi di atas:

1. Nilai konstanta (a) memiliki besaran 1,791. Hal ini menunjukkan bahwa minat penggunaan milenial Gen Z terhadap aplikasi pembayaran digital QRIS bernilai 1,791 pada saat besarnya variabel independen sama dengan 0.
2. Untuk variabel Media Sosial, koefisien regresi memiliki nilai sebesar 0,372. Hal ini mengindikasikan bahwa, jika nilai variabel independen lainnya tetap, maka minat menggunakan aplikasi pembayaran digital QRIS akan naik sebesar 0,372 untuk setiap kenaikan 1% variabel X1.
3. Koefisien regresi untuk variabel Pengetahuan adalah 0,021. Hal ini menunjukkan bahwa, minat menggunakan aplikasi pembayaran digital QRIS akan meningkat sebesar 0,021 untuk setiap kenaikan satu persen variabel X2, dengan asumsi bahwa nilai variabel independen lainnya tetap.
4. Untuk variabel Kemudahan Penggunaan, besarnya koefisien regresi adalah 0,335. Hal ini mengindikasikan bahwa, jika nilai variabel independen lainnya tetap, maka minat untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital QRIS akan naik sebesar 0,335 untuk setiap kenaikan 1% variabel X3.



## Pembahasan

Ditemukan bahwa berdasarkan temuan investigasi dan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. Terdapat korelasi positif antara minat menggunakan aplikasi pembayaran digital QRIS dengan media sosial, yang mengimplikasikan bahwa semakin banyak pengaruh media sosial, maka semakin banyak pula orang yang akan menggunakan aplikasi pembayaran digital QRIS.
2. Minat untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital QRIS tidak dipengaruhi oleh pengetahuan. Hal ini mengimplikasikan bahwa tingkat pengetahuan generasi milenial pada Generasi Z tidak akan mempengaruhi keinginan mereka untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital QRIS.
3. Minat untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital QRIS tidak terpengaruh oleh kemudahan penggunaan. Hal ini menyiratkan bahwa minat untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital QRIS tidak terpengaruh oleh seberapa mudahnya aplikasi tersebut digunakan oleh milenial Gen Z.

## IV. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian dan diskusi yang telah diuraikan, kesimpulan berikut ini dapat dibuat, preferensi minat untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital QRIS secara signifikan dipengaruhi oleh variabel media sosial, baik secara terpisah maupun kombinasi. Selain itu juga, tidak ada hubungan yang signifikan antara preferensi pengguna dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital QRIS dan tingkat pemahaman atau kemudahan penggunaan. Salah satu saran yang dapat diberikan adalah agar sistem keamanan pada mobile banking lebih ditingkatkan lagi oleh pemerintah Indonesia untuk menjamin tidak adanya kesalahan atau gangguan pada saat pengguna memanfaatkan fitur QRIS untuk melakukan pembayaran. Selain itu, karena banyaknya manfaat dari penggunaan fitur QRIS dan minimnya gangguan atau error, untuk mendorong pengguna menggunakan QRIS dan memudahkan mereka menyelesaikan pembayaran di lokasi yang berbeda, generasi milenial dan Gen Z lebih memilih pembayaran digital dan bekerja sama dengan lebih banyak pedagang. Agar generasi milenial Generasi Z memiliki pengetahuan yang lebih luas tentang fungsi QRIS dan cara menggunakannya dengan benar untuk mempermudah tugas sehari-hari. Diharapkan bahwa faktor-faktor tambahan yang dapat membantu dalam promosi dan pengembangan kembali aplikasi pembayaran digital QRIS akan ditemukan oleh para akademisi yang tertarik untuk melakukan penelitian ini.

## V. REFERENSI

- Aryawati, N. P. A., Mahardika, I. M. N. O., & Wibawa, I. G. J. S. (2022). Persepsi Pengguna QRIS Pada UMKM Di Kota Mataram. *Guna Sewaka*, 1(2), 35–44. <https://doi.org/10.53977/jgs.v1i2.668>
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Jeyaraj, A., Clement, M., & Williams, M. D. (2019). Re-examining the Unified

Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Towards a Revised Theoretical Model. *Information Systems Frontiers*, 21(3), 719–734. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9774-y>

- Fitra, A., & Kurniadi, D. (2020). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Automatic Meter Reading (Amr) Menggunakan Metode Utaut. *INCARE, International Journal of Educational Resources*, 1(4), 335–349.
- Hayuni, Dinda. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kemanfaatan Terhadap Penggunaan E-Money Shopeepay Sebagai Alat Transaksi Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Uin Suska Riau*.
- KUSUMANINGTYAS, DIAN and PARAMITHA, DYAH AYU (2020) *QRIS*. Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri, Kediri. ISBN 978-623-94619-1-1
- Maharadja, A. N., Maulana, I., & Dermawan, B. A. (2021). Penerapan Metode Regresi Linear Berganda untuk Prediksi Kerugian Negara Berdasarkan Kasus Tindak Pidana Korupsi. *Journal of Applied Informatics and Computing*, 5(1), 95–102. <https://doi.org/10.30871/jaic.v5i1.3184>
- Mayanti, R. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan User Terhadap Penerapan Quick Response Indonesia Standard Sebagai Teknologi Pembayaran Pada Dompot Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 123–135. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i2.2413>
- Novi Arianti, N. L., Sri Darma, G., Fredy Maradona, A., & Mahyuni, L. P. (2019). Menakar Keraguan Penggunaan QR Code Dalam Transaksi Bisnis. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(2), 67. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i2.2041>
- Pahlevi, A. S., Pabulo, S. E. A., Ek, M., & ... (2019). *Kolase Pemikiran Ekonomi Kreatif Nasional* (Issue August 2019). <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=XoFyDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=bum+desa&ots=rhPpf0obby&sig=MvDQtV7p0TRFgJ9lePaCEdiuJLQ>
- Paramitha, D. A., & Kusumaningtyas, D. (2020). *Qris* (Issue 76). [http://repository.unpkediri.ac.id/2959/1/EDIT BUKU DIAN\\_OK.pdf](http://repository.unpkediri.ac.id/2959/1/EDIT%20BUKU%20DIAN_OK.pdf)
- PRIMA. (2020). Satu QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) untuk seluruh pembayaran. <https://www.jaringanprima.co.id/id/satu-qr-is-untukseluruhpembayaran-qr-code-indonesia>
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 287–297. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Subowo, A. T. (2021). *Membangun Spiritualitas Digital bagi Generasi Z*. 5(2), 379–395. <https://doi.org/10.30648/dun.v5i2.464>
- TrenAsia, “Makin Banyak, Jumlah Merchant QRIS Capai 4,7 Juta Pengguna,” diakses September 29, 2020. <https://www.trenasia.com/makin-banyak-jumlah->



merchant-qris-capai-47-jutapengguna/

Ukm, M., & Kelas, N. (n.d.). *Modul Pendampingan  
Ukm Terstruktur.*