



Contents lists available at insancendikia.or.id

ARBITRASE

(Journal of Economics, Accounting, Management and Business)

ISSN : 3124-8985

Journal homepage: <https://ojs.insancendikia.or.id/index.php/Arbitrase>



Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Daya Tarik Promosi terhadap Minat Penggunaan QRIS pada Generasi Z di Jakarta Selatan

Adelia Putri¹, Wangsit Supeno²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

Article Info

Keyword:

Perceived Ease of Use, Promotional Attractiveness, Intention to Use QRIS.

ABSTRACT

The rapid advancement of digital technology has encouraged a shift from cash-based transactions toward cashless payment systems. One of the most widely adopted innovations in Indonesia is the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Generation Z's intention to use QRIS may be influenced by several factors, particularly perceived ease of use and promotional attractiveness. This study aims to examine the effects of perceived ease of use and promotional attractiveness on the intention to use QRIS among Generation Z in South Jakarta. A quantitative method with an associative approach was employed. Data were collected through questionnaires distributed to 100 Generation Z respondents in South Jakarta and analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, and F-tests. The results indicate that perceived ease of use has a positive and significant effect on the intention to use QRIS, suggesting that systems that are easy to understand and operate can encourage greater adoption among Generation Z. Promotional attractiveness also has a positive and significant effect on the intention to use QRIS, indicating that promotional programs such as cashback, discounts, and other incentives can increase users' interest in adopting QRIS. Furthermore, perceived ease of use and promotional attractiveness simultaneously have a positive and significant effect on the intention to use QRIS among Generation Z in South Jakarta. These findings highlight the importance of user-friendly payment systems and attractive promotional strategies in strengthening QRIS adoption among young consumers.



© 2020 The Authors. Published by IICET.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

Corresponding Author:

Adelia Putri

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

Email: adeliafitri17@gmail.com

Pendahuluan

Digitalisasi pada sektor pembayaran telah membawa perubahan signifikan terhadap perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan. Penggunaan uang tunai secara bertahap mulai bergeser menuju sistem pembayaran elektronik yang menawarkan kecepatan, kemudahan, dan efisiensi. Salah satu inovasi dalam sistem pembayaran digital di Indonesia adalah *Quick Response Code*

Indonesian Standard (QRIS) yang diperkenalkan oleh Bank Indonesia sebagai standar nasional pembayaran berbasis kode QR. QRIS mengintegrasikan berbagai penyedia jasa pembayaran dalam satu sistem sehingga transaksi dapat dilakukan secara praktis melalui pemindaian kode QR menggunakan perangkat seluler. Kehadiran QRIS tidak hanya menyederhanakan proses pembayaran, tetapi juga mendukung perkembangan ekosistem transaksi nontunai di Indonesia.

Perkembangan sistem pembayaran *digital* tersebut sangat relevan dengan karakteristik Generasi Z yang tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi. Generasi ini cenderung memiliki tingkat kedekatan yang tinggi dengan perangkat *digital* serta mengutamakan kecepatan, fleksibilitas, dan kemudahan dalam melakukan berbagai aktivitas, termasuk transaksi keuangan. Oleh karena itu, QRIS berpotensi menjadi salah satu metode pembayaran yang sesuai dengan karakteristik dan gaya hidup Generasi Z. Meskipun demikian, minat setiap individu dalam menggunakan QRIS dapat berbeda karena dipengaruhi oleh persepsi, pengalaman, dan manfaat yang dirasakan ketika menggunakan teknologi pembayaran tersebut.

Salah satu faktor yang diperkirakan memengaruhi minat penggunaan QRIS adalah kemudahan penggunaan. Kemudahan penggunaan menggambarkan tingkat keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi dapat dipelajari, dipahami, dan dioperasikan tanpa membutuhkan usaha yang berlebihan. Dalam konteks pembayaran *digital*, sistem yang memiliki antarmuka sederhana, fitur yang mudah dipahami, serta proses transaksi yang cepat berpotensi meningkatkan penerimaan pengguna terhadap teknologi tersebut. Laloan et al. (2023) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan berkaitan dengan persepsi pengguna terhadap suatu sistem yang mudah dipelajari dan tidak menimbulkan kesulitan dalam proses penggunaannya. Dengan demikian, semakin mudah QRIS digunakan, semakin besar kemungkinan konsumen memiliki ketertarikan untuk menjadikannya sebagai alternatif pembayaran dalam aktivitas sehari-hari.

Selain kemudahan penggunaan, daya tarik promosi menjadi faktor lain yang dapat mendorong minat konsumen terhadap penggunaan QRIS. Persaingan dalam layanan pembayaran *digital* mendorong penyedia layanan untuk menawarkan berbagai program promosi, seperti *cashback*, diskon, *voucher*, poin hadiah, dan potongan harga. Promosi merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen serta mendorong mereka menggunakan suatu produk atau jasa. Bagi Generasi Z yang memiliki intensitas tinggi dalam menggunakan media *digital* dan media sosial, bentuk promosi yang menarik dan memberikan manfaat ekonomi dapat menjadi stimulus yang memperkuat ketertarikan untuk menggunakan QRIS.

Kemudahan penggunaan dan daya tarik promosi memiliki karakteristik yang berbeda dalam membentuk minat penggunaan. Kemudahan penggunaan berhubungan dengan aspek fungsional teknologi, yaitu sejauh mana sistem dapat digunakan secara praktis dan tanpa hambatan. Sementara itu, daya tarik promosi berkaitan dengan stimulus pemasaran yang memberikan manfaat tambahan bagi pengguna. Kombinasi antara sistem pembayaran yang mudah digunakan dan program promosi yang menarik berpotensi menciptakan pengalaman transaksi yang lebih positif. Kondisi tersebut selanjutnya dapat meningkatkan ketertarikan konsumen untuk menggunakan QRIS secara berkelanjutan.

Fenomena meningkatnya penggunaan pembayaran *digital* menunjukkan bahwa QRIS semakin memperoleh tempat dalam aktivitas transaksi masyarakat. Generasi Z menjadi kelompok yang penting dalam perkembangan tersebut karena tingkat keterpaparan mereka terhadap teknologi *digital* relatif tinggi. Namun, tingginya penetrasi teknologi tidak selalu menyebabkan seluruh individu memiliki tingkat minat penggunaan yang sama. Perbedaan pengalaman, persepsi terhadap kemudahan sistem, serta respons terhadap program promosi dapat menyebabkan variasi minat dalam menggunakan QRIS. Kondisi ini menunjukkan perlunya pengujian empiris mengenai faktor-faktor yang dapat menjelaskan minat penggunaan QRIS, khususnya pada Generasi Z.

Jakarta Selatan dipilih sebagai konteks penelitian karena merupakan wilayah perkotaan dengan aktivitas ekonomi dan pemanfaatan teknologi pembayaran *digital* yang tinggi. Karakteristik Generasi Z yang adaptif terhadap perkembangan teknologi menjadikan kelompok ini relevan untuk dianalisis dalam konteks adopsi QRIS. Penelitian yang menghubungkan kemudahan penggunaan dan daya tarik promosi dengan minat penggunaan QRIS diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai

faktor fungsional dan pemasaran yang berperan dalam membentuk perilaku pengguna pembayaran *digital*.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan dan daya tarik promosi terhadap minat penggunaan QRIS pada Generasi Z di Jakarta Selatan, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkuat pemahaman mengenai perilaku konsumen dalam penggunaan sistem pembayaran *digital* sekaligus memberikan masukan bagi penyedia layanan pembayaran dalam meningkatkan kemudahan sistem dan merancang strategi promosi yang lebih efektif untuk mendorong penggunaan QRIS.

Metode

Penelitian Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif untuk menganalisis pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Daya Tarik Promosi terhadap Minat Penggunaan QRIS pada Generasi Z di Jakarta Selatan. Variabel independen dalam penelitian terdiri atas Kemudahan Penggunaan (X_1) dan Daya Tarik Promosi (X_2), sedangkan variabel dependen adalah Minat Penggunaan QRIS (Y).

Populasi penelitian adalah Generasi Z yang berdomisili di Jakarta Selatan. Penentuan sampel menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Sampel penelitian berjumlah 100 responden dengan kriteria termasuk dalam kelompok Generasi Z, berdomisili di Jakarta Selatan, serta telah mengenal atau pernah menggunakan QRIS sebagai sarana pembayaran *digital*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form.

Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Kemudahan Penggunaan (X_1) diukur berdasarkan persepsi responden mengenai kemudahan memahami dan menggunakan QRIS, penggunaan fitur, fleksibilitas, serta kemudahan melakukan transaksi. Daya Tarik Promosi (X_2) mencakup intensitas promosi, insentif seperti *cashback* dan diskon, kejelasan informasi promosi, serta daya tarik visual dan komunikasi promosi. Sementara itu, Minat Penggunaan QRIS (Y) menggambarkan ketertarikan, keinginan mencoba, niat menggunakan secara berkelanjutan, dan keinginan merekomendasikan QRIS kepada pihak lain.

Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics versi 26. Tahapan analisis meliputi uji validitas dan reliabilitas untuk menilai kualitas instrumen, kemudian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Setelah persyaratan model terpenuhi, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Daya Tarik Promosi terhadap Minat Penggunaan QRIS. Model regresi yang digunakan dalam penelitian dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Minat Penggunaan QRIS
- α = Konstanta
- β_1 = Koefisien regresi Kemudahan Penggunaan
- β_2 = Koefisien regresi Daya Tarik Promosi
- X_1 = Kemudahan Penggunaan
- X_2 = Daya Tarik Promosi
- e = Error atau residual

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap Minat Penggunaan QRIS, sedangkan uji F digunakan untuk menguji pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Daya Tarik Promosi secara simultan. Pengambilan keputusan dilakukan pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hipotesis dinyatakan didukung apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen dianalisis menggunakan koefisien determinasi (R^2). Koefisien determinasi dalam bentuk persentase dihitung menggunakan persamaan:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

R^2 = Nilai *R Square*

Semakin besar nilai R^2 , semakin besar kemampuan Kemudahan Penggunaan dan Daya Tarik Promosi dalam menjelaskan variasi Minat Penggunaan QRIS. Sebaliknya, bagian yang tidak dapat dijelaskan oleh model menunjukkan kontribusi faktor lain di luar variabel yang dianalisis dalam penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Data

Data penelitian diperoleh dari 100 responden Generasi Z di Jakarta Selatan melalui kuesioner dengan skala Likert lima tingkat. Data kemudian diolah menggunakan IBM SPSS Statistics versi 26 untuk menganalisis Kemudahan Penggunaan (X_1), Daya Tarik Promosi (X_2), dan Minat Penggunaan QRIS (Y).

Hasil deskriptif menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan (X_1) memperoleh penilaian sangat baik. Seluruh indikator berada pada kategori Sangat Setuju, dengan nilai rata-rata item berkisar antara 4,30–4,65. Nilai tertinggi terdapat pada pernyataan bahwa QRIS membantu transaksi menjadi lebih praktis (mean 4,65), sedangkan nilai terendah terdapat pada kemudahan penggunaan QRIS di berbagai tempat transaksi (mean 4,30). Hasil ini menunjukkan bahwa responden menilai QRIS mudah dipahami, praktis, cepat, dan fleksibel digunakan.

Pada variabel Daya Tarik Promosi (X_2), nilai rata-rata item berkisar antara 3,95–4,51, dengan kategori Setuju hingga Sangat Setuju. Nilai tertinggi terdapat pada kesesuaian program promosi QRIS dengan gaya hidup Generasi Z (mean 4,51), sedangkan nilai terendah terdapat pada intensitas responden melihat promosi QRIS melalui media sosial atau platform *digital* (mean 3,95). Temuan ini menunjukkan bahwa program promosi, khususnya *cashback*, diskon, serta komunikasi promosi yang jelas dan relevan, dinilai mampu menarik perhatian responden. Sementara itu, Minat Penggunaan QRIS (Y) menunjukkan nilai rata-rata item antara 4,09–4,47. Nilai tertinggi terdapat pada ketertarikan menggunakan QRIS untuk pembayaran nontunai (mean 4,47), sedangkan nilai terendah terdapat pada preferensi menggunakan QRIS dibandingkan metode pembayaran lainnya (mean 4,09). Secara umum, responden menunjukkan minat yang tinggi untuk menggunakan QRIS, baik dalam transaksi sehari-hari maupun pada masa mendatang.

Dengan demikian, hasil deskriptif memperlihatkan bahwa kemudahan penggunaan, daya tarik promosi, dan minat penggunaan QRIS berada pada tingkat yang tinggi. Kondisi tersebut menunjukkan penerimaan yang positif terhadap QRIS di kalangan Generasi Z di Jakarta Selatan.

Karakteristik Responden

Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh perempuan sebanyak 82 orang (82%), sedangkan laki-laki berjumlah 18 orang (18%). Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada rentang 20–22 tahun sebanyak 60 orang (60%), diikuti usia 23–25 tahun sebanyak 18 orang (18%), usia 17–19 tahun sebanyak 14 orang (14%), dan usia 26 tahun sebanyak 8 orang (8%).

Berdasarkan status, sebagian besar responden merupakan pelajar/mahasiswa sebanyak 65 orang (65%), diikuti wirausaha/pedagang sebanyak 29 orang (29%), serta karyawan swasta dan freelancer masing-masing sebanyak 3 orang (3%). Secara keseluruhan, karakteristik responden menunjukkan bahwa sampel penelitian didominasi oleh perempuan, berusia 20–22 tahun, dan berstatus pelajar/mahasiswa, sehingga sesuai dengan fokus penelitian pada Generasi Z di Jakarta Selatan.

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kemudahan Penggunaan (X₁)

Item Pertanyaan	Nilai R _{hitung}	Nilai R _{tabel}	Kondisi	Keterangan
1	0,701	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
2	0,637	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
3	0,628	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
4	0,582	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
5	0,636	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
6	0,640	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
7	0,578	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
8	0,620	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
9	0,601	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
10	0,541	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS, 2026.

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 1, seluruh item pada variabel Kemudahan Penggunaan (X₁) memiliki nilai r hitung > r tabel (0,1966). Nilai r hitung berkisar antara 0,541–0,701, sehingga seluruh 10 item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Daya Tarik Promosi (X₂)

Item Pertanyaan	Nilai R _{hitung}	Nilai R _{tabel}	Kondisi	Keterangan
1	0,823	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
2	0,801	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
3	0,725	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
4	0,883	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
5	0,790	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
6	0,795	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
7	0,802	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
8	0,776	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
9	0,697	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
10	0,772	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26 (2026)

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 2, seluruh item pada variabel Daya Tarik Promosi (X₂) memiliki nilai r hitung > r tabel (0,1966). Nilai r hitung berkisar antara 0,697–0,883, sehingga seluruh 10 item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Minat Penggunaan QRIS (Y)

Item Pertanyaan	Nilai R _{hitung}	Nilai R _{tabel}	Kondisi	Keterangan
1	0,609	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
2	0,697	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
3	0,699	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
4	0,693	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
5	0,610	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
6	0,728	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
7	0,594	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
8	0,728	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
9	0,709	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid
10	0,665	0,1966	$R_{hitung} > R_{tabel}$	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 3, seluruh item pada variabel Minat Penggunaan QRIS (Y) memiliki nilai r hitung $> r$ tabel (0,1966). Nilai r hitung berada pada rentang 0,594–0,728, sehingga seluruh 10 item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Kemudahan Penggunaan	0,818	Reliable
Daya Tarik Promosi	0,929	Reliable
Minat Penggunaan QRIS	0,866	Reliable

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26 (2026)

Berdasar pada hasil pengujian reliabilitas, seluruh variabel pada penelitiannya bisa dinyatakan reliabel. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel yang berada di atas batas minimum yaitu 0,70. Dengan demikian, instrumen penelitiannya yang dipakai sudah memenuhi kriteria reliabilitas dan mampu menghasilkan data yang konsisten untuk keperluan penelitiannya.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 5. Uji Normalitas

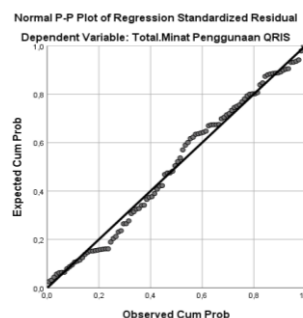
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,01000642
Most Extreme Differences	Absolute	,081
	Positive	,081
	Negative	-,068
Test Statistic		,081
Asymp. Sig. (2-tailed)		,100 ^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26 (2026)

Berdasar pada hasil uji normalitasnya yang disajikan pada Tabel 5, didapat nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu 0,100. Nilai tersebut $> 0,05$, dari tingkat signifikansinya sehingga data penelitian bisa dinyatakan berdistribusi normal. Dengan demikian, hasil pengujian memakai uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwasanya data sudah memenuhi asumsi normalitas, sehingga layak dipakai dalam analisis regresi.



Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26 (2026)
Gambar 1. Hasil Uji Normalitas dengan P-P Plot

Berdasar pada hasil pengujian memakai grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*, tampak bahwasanya sebagian besar titik residual tersebar di sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis tersebut. Pola penyebarannya membuktikan bahwasanya residual mempunyai distribusi yang mendekati normal. Oleh tu, bisa disimpulkan bahwasanya data yang dipakai pada penelitian sudah memenuhi asumsi normalitas. Dengan terpenuhinya asumsinya, model regresi yang diterapkan dianggap sesuai dan bisa dipakai sebagai dasar untuk melakukan pengujian hipotesis serta analisis statistik lanjutan.

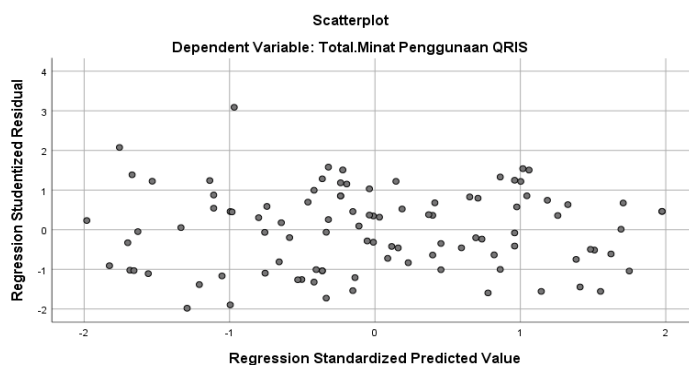
Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.657	1.014		.647	.519
	Kualitas Layanan	-.060	.036	-.199	-1.678	.096
	Persepsi Harga	.083	.046	.212	1.791	.076

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26 (2026)

Berdasar pada hasil uji heteroskedastisitas pada pada Tabel 6 variabel Kemudahan Penggunaan (X_1) mempunyai nilai signifikansinya yaitu 0,557, sedangkan variable Daya Tarik Promosi (X_2) mempunyai nilai signifikansinya yaitu 0,072. Kedua nilai tersebut lebih besar daripada tingkat signifikansinya yang dipakai ($\alpha = 0,05$). Dapat disimpulkan bahwasanya model regresi pada penelitiannya tidak mengalami



Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26 (2026)

Gambar 2. Hasil Uji heteroskedastisitas Scatterplot

Berdasar pada grafik Scatterplot pada Gambar 2, terlihat bahwasanya sebaran titik berada di atas maupun di bawah nilai 0 pada sumbu Y serta menyebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwasanya model regresi yang dipakai tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Oleh tu, model regresi linear berganda pada penelitiannya sudah memenuhi asumsi klasik dan bisa dipakai untuk menganalisis serta memprediksi Minat Penggunaan QRIS berdasarkan variable independen yang diteliti.

Tabel 7. Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	VIF
1	(Constant)	10,817	5,054		2,140	,035		
	Total.Kemudahan Penggunaan	,332	,096	,276	3,445	,001	,993	1,007
	Total.Daya Tarik Promosi	,431	,060	,574	7,156	,000	,993	1,007

a. Dependent Variable: Total.Minat Penggunaan QRIS

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26 (2026)

Hasil pengujian multikolinearitas pada Tabel 7. menunjukkan bahwasanya variabel Kemudahan Penggunaan (X1) dan Daya Tarik Promosi (X2) masing-masing mempunyai nilai Tolerance yaitu 0,993 serta nilai VIF yaitu 1,007. Nilai Tolerance yang berada di atas batas minimum 0,10 dan nilai VIF yang jauh di bawah batas maksimum 10 mengindikasikan bahwasanya tidak terdapat korelasi yang tinggi di antara variabel independen. Oleh tu, model regresi yang dipakai bisa dinyatakan terbebas dari gejala multikolinearitas, sehingga memenuhi salah satu persyaratan dalam analisis regresi linear berganda.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel (bebas) terhadap satu variabel dependen (terikat).

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	10,817	5,054		2,140
	Total.Kemudahan Penggunaan	,332	,096	,276	3,445
	Total.Daya Tarik Promosi	,431	,060	,574	7,156

a. Dependent Variable: Total.Minat Penggunaan QRIS

Sumber: Data Primer Diolah SPSS, 2026

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda , diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 10,817 + 0,332X_1 + 0,431X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Penggunaan QRIS
X₁ = Kemudahan Penggunaan
X₂ = Daya Tarik Promosi
e = error

Nilai konstanta sebesar 10,817 menunjukkan bahwa apabila Kemudahan Penggunaan (X₁) dan Daya Tarik Promosi (X₂) dianggap konstan atau bernilai nol, maka Minat Penggunaan QRIS (Y) memiliki nilai sebesar 10,817.

Koefisien regresi Kemudahan Penggunaan (X₁) sebesar 0,332 menunjukkan arah pengaruh positif. Artinya, setiap peningkatan satu satuan Kemudahan Penggunaan akan meningkatkan Minat Penggunaan QRIS sebesar 0,332 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Sementara itu, koefisien regresi Daya Tarik Promosi (X₂) sebesar 0,431 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Daya Tarik Promosi akan meningkatkan Minat Penggunaan QRIS sebesar 0,431 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Uji t (Parsial)

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan (X₁) memperoleh nilai t hitung sebesar 3,445 dengan nilai signifikansi 0,001 < 0,05. Dengan demikian, Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan QRIS. Artinya, semakin mudah QRIS dipahami dan digunakan, semakin tinggi minat Generasi Z untuk menggunakan QRIS.

Variabel Daya Tarik Promosi (X₂) memperoleh nilai t hitung sebesar 7,156 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian, Daya Tarik Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa semakin menarik promosi yang diberikan, semakin tinggi pula minat Generasi Z dalam menggunakan QRIS.

Berdasarkan nilai Standardized Coefficients Beta, Daya Tarik Promosi memiliki nilai beta sebesar 0,574, lebih besar dibandingkan Kemudahan Penggunaan sebesar 0,276. Dengan demikian, Daya Tarik Promosi merupakan variabel yang memiliki pengaruh relatif lebih kuat terhadap Minat Penggunaan QRIS dalam model penelitian ini.

Tabel 9. Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	549,006	2	274,503	29,686	,000 ^b
	Residual	896,954	97	9,247		
	Total	1445,960	99			

a. Dependent Variable: Total.Minat Penggunaan QRIS

b. Predictors: (Constant), Total.Daya Tarik Promosi, Total.Kemudahan Penggunaan

Sumber: Data Primer Diolah SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji F pada tabel ANOVA di atas, peneliti melakukan pengujian untuk mengetahui pengaruh variabel Kemudahan Penggunaan (X_1) dan Daya Tarik Promosi (X_2) secara simultan terhadap Minat Penggunaan QRIS (Y). Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 29,686 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai Fhitung > Ftabel ($29,686 > 3,090$) dan nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan (X_1) dan Daya Tarik Promosi (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan QRIS (Y).

Tabel 10. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,616 ^a	,380	,367	3,04088

a. Predictors: (Constant), Total.Daya Tarik Promosi, Total.Kemudahan Penggunaan

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 26 (2026).

Berdasarkan data pada Tabel 10. dapat dikatakan bahwa nilai *R Square* determinasi simultan adalah sebesar 0,380. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan (X_1) dan Daya Tarik Promosi (X_2) secara bersama-sama memberikan kontribusi pengaruh sebesar 38,0% terhadap variabel Minat Penggunaan QRIS (Y). Sementara itu, sebesar 62,0% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X_1) terhadap Minat Penggunaan QRIS (Y) pada Generasi Z di Jakarta Selatan

Berdasarkan hasil uji t, variabel Kemudahan Penggunaan (X_1) memperoleh nilai t hitung sebesar 3,445, lebih besar daripada t tabel sebesar 1,98472, dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Dengan demikian, H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Artinya, Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan QRIS pada Generasi Z di Jakarta Selatan.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin mudah QRIS dipahami, digunakan, dan diakses, semakin tinggi pula minat Generasi Z untuk menggunakannya sebagai metode pembayaran *digital*. Kemudahan dalam melakukan transaksi dapat meningkatkan kenyamanan pengguna sehingga mendorong penggunaan QRIS dalam aktivitas sehari-hari.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Octaviani et al. (2024) yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan sistem pembayaran e-payment QRIS pada Generasi Z. Hasil yang serupa juga dikemukakan oleh Hidayatullah et al. (2023), yang menemukan bahwa kemudahan dalam mengoperasikan QRIS menjadi salah satu faktor yang meningkatkan minat penggunaan QRIS.

Dengan demikian, kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam mendorong penerimaan pembayaran *digital*. Oleh karena itu, penyedia layanan QRIS perlu terus meningkatkan kemudahan akses, kejelasan fitur, dan kenyamanan penggunaan agar minat Generasi Z dalam menggunakan QRIS semakin meningkat.

Pengaruh Daya Tarik Promosi (X_2) terhadap Minat Penggunaan QRIS (Y) pada Generasi Z di Jakarta Selatan

Berdasarkan hasil uji t, variabel Daya Tarik Promosi (X_2) memperoleh nilai t hitung sebesar 7,156, lebih besar daripada t tabel sebesar 1,98472, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Artinya, Daya Tarik Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan QRIS pada Generasi Z di Jakarta Selatan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin menarik promosi yang ditawarkan, semakin tinggi minat Generasi Z dalam menggunakan QRIS. Program seperti *cashback*, potongan harga, *voucher*, dan berbagai penawaran khusus memberikan nilai tambah bagi pengguna serta mendorong ketertarikan untuk bertransaksi menggunakan QRIS. Karakteristik Generasi Z yang dekat dengan teknologi *digital* dan responsif terhadap penawaran yang memberikan manfaat ekonomi menjadikan promosi sebagai faktor penting dalam penggunaan layanan pembayaran *digital*.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Mujib et al. (2023) yang menyimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan transaksi QRIS. Hasil tersebut juga didukung oleh Putri et al. (2021) yang menemukan bahwa daya tarik promosi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Dengan demikian, program promosi berupa *cashback*, diskon, maupun insentif lainnya dapat memperkuat kecenderungan konsumen untuk menggunakan pembayaran *digital*.

Hasil koefisien determinasi parsial menunjukkan bahwa Daya Tarik Promosi memberikan kontribusi sebesar 31,63%, sedangkan Kemudahan Penggunaan memberikan kontribusi sebesar 6,29% terhadap Minat Penggunaan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa Daya Tarik Promosi merupakan variabel yang lebih dominan dalam memengaruhi minat penggunaan QRIS pada Generasi Z di Jakarta Selatan.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X_1) dan Daya Tarik Promosi (X_2) terhadap Minat Penggunaan QRIS (Y) pada Generasi Z di Jakarta Selatan

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 29,686, lebih besar daripada F tabel sebesar 3,09, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan dan Daya Tarik Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan QRIS pada Generasi Z di Jakarta Selatan.

Temuan ini menunjukkan bahwa minat Generasi Z dalam menggunakan QRIS tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan kombinasi antara kemudahan penggunaan dan daya tarik promosi. Kemudahan penggunaan memberikan pengalaman transaksi yang praktis, cepat, dan mudah dipahami, sedangkan promosi seperti *cashback*, diskon, dan penawaran khusus memberikan manfaat tambahan yang dapat meningkatkan ketertarikan pengguna. Kombinasi kedua faktor tersebut mendorong peningkatan minat penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran *digital*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Fauzi dan Sulaeman (2023) yang menemukan bahwa kemudahan penggunaan dan promosi *cashback* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan dompet *digital*. Temuan tersebut juga didukung oleh Putri et al. (2021) yang menunjukkan bahwa daya tarik promosi dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan pembayaran *digital*. Kesamaan hasil tersebut memperkuat pandangan

bahwa sistem yang mudah digunakan dan promosi yang menarik merupakan faktor penting dalam mendorong adopsi pembayaran *digital*.

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,380 atau 38,0%. Artinya, Kemudahan Penggunaan dan Daya Tarik Promosi mampu menjelaskan variasi Minat Penggunaan QRIS sebesar 38,0%, sedangkan 62,0% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kemudahan Penggunaan dan Daya Tarik Promosi merupakan faktor yang berperan penting dalam meningkatkan Minat Penggunaan QRIS pada Generasi Z di Jakarta Selatan, dengan Daya Tarik Promosi menunjukkan pengaruh yang relatif lebih dominan dibandingkan Kemudahan Penggunaan.

Kesimpulan

Hasil Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Daya Tarik Promosi terhadap Minat Penggunaan QRIS pada Generasi Z di Jakarta Selatan. Berdasarkan hasil analisis terhadap 100 responden, dapat disimpulkan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan QRIS. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,332, nilai *t* hitung 3,445 yang lebih besar daripada *t* tabel 1,98472, serta nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Artinya, semakin mudah QRIS dipahami, dipelajari, dan digunakan, semakin tinggi minat Generasi Z untuk memanfaatkannya.

Daya Tarik Promosi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan QRIS, dengan koefisien regresi sebesar 0,431, nilai *t* hitung 7,156, dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Promosi seperti *cashback*, diskon, *voucher*, dan program insentif lainnya terbukti mampu meningkatkan ketertarikan penggunaan QRIS. Secara simultan, Kemudahan Penggunaan dan Daya Tarik Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan QRIS, ditunjukkan oleh nilai *F* hitung 29,686 > *F* tabel 3,09 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai *R Square* sebesar 0,380 menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan 38,0% variasi Minat Penggunaan QRIS, sedangkan 62,0% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, peningkatan kemudahan sistem dan penyediaan promosi yang menarik menjadi strategi penting untuk memperkuat penerimaan serta penggunaan QRIS di kalangan Generasi Z.

Referensi

- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Amalia, V., Suratno, & Eriyani. (2025). *Cashback* and discounts in promoting sustainable *digital* transactions among students: A QRIS case study. *Journal of Economic Education*, 14(1), 15–29. <https://doi.org/10.15294/jeec.v14i1.24227>
- Anzie, L. P., Manalu, G., Savitri, S. D. D., Putri, R. O., & Zusrony, E. (2024). Study of Gen Z acceptance analysis in using *Digital* Quick Response Indonesia Standard (QRIS) as a *digital* transaction tool. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 8(4), 962–969. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v8i4.15332>
- Fauzi, F., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh kemudahan penggunaan dan promosi *cashback* terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan dompet *digital* ShopeePay (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 9(23), 280–288.
- Hidayatulah, I. A., Wardhani, R. S., & Sumiyati. (2023). Pengaruh kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepercayaan, efektivitas, dan risiko terhadap minat menggunakan QRIS pada UMKM di Kota Pangkalpinang. *Indonesian Journal of Accounting and Business*, 5(1), 46–62.
- Laloan, W. T. J., Wenas, R. S., & Loindong, S. S. R. (2023). Pengaruh kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan risiko terhadap minat pengguna e-payment QRIS pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA*, 11(2), 375–386.
- Mareta, & Meiryani. (2023). Determinants of interest using QRIS as a payment technology for e-wallet by Z generation in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(2), 1–10.
- Mujib, A., & Amin, R. (2023). Pengaruh kemudahan penggunaan dan promosi terhadap minat nasabah menggunakan layanan transaksi QRIS pada BSI di Surabaya. 8(30), 841–855.

-
- Octaviani, L. S., Pranatasari, F. D., & Maridjo, H. H. (2024). Pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-payment QRIS pada Generasi Z. 11, 1–14.
- Putri, C. S. P., Handayani, J., & Agustinus, T. M. (2021). Pengaruh daya tarik promosi, kemudahan penggunaan, dan keamanan terhadap minat penggunaan e-money pada mahasiswa Politeknik Negeri Semarang. *Keunis*, 9(2), 173–183. <https://doi.org/10.32497/keunis.v9i2.2856>