

---

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAN QRIS  
PADA GENERASI MILENIAL KABUPATEN SUKOHARJO**

**Fuad Hasyim<sup>1</sup>, Miftaqul Janah<sup>2</sup>, Lina Evira Permata Sari<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Islam Raden Mas Said Surakarta

fuad.hasyim@staff.uinsaid.ac.id<sup>1</sup>, miftah072002@gmail.com<sup>2</sup>, permataasarii13@gmail.com<sup>3</sup>

---

**Info Artikel**

Disubmit :

Direvisi :

Diterima :

Keywords: TAM; Attitude  
Toward Behavior; Perceived  
Risk; Millennial Generation's;  
QRIS.

Kata Kunci: TAM; Sikap;  
Risiko; Generasi Milenial;  
QRIS

Corresponding Author:

Fuad Hasyim

fuad.hasyim@staff.uinsaid.ac.id

---

**Abstract**

Technology development is running very fast. One of these developments is financial technology where there is a pattern of changing payments from cash to digital. This change gave rise to a new technology known as QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard). Even though QRIS has been intensified a lot, it seems that there are not many QRIS users. So this study aims to analyze the influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude Toward Behavior, and Perceived Risk on the Millennial Generation's Decision to Use QRIS. This type of research is quantitative research with primary data. The data collection technique in this study used non-probability sampling by means of purposive sampling. Data was obtained by distributing questionnaires so that 100 respondents aged 15-29 years in Sukoharjo Regency were obtained. Data analysis technique uses Partial Least Square (PLS) based Structural Equation Model (SEM). The results of this study indicate that the variables Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude Toward Behavior, and Perceived Risk have a significant effect on the Millennial Generation's Decision to Use QRIS.

---

**Abstrak**

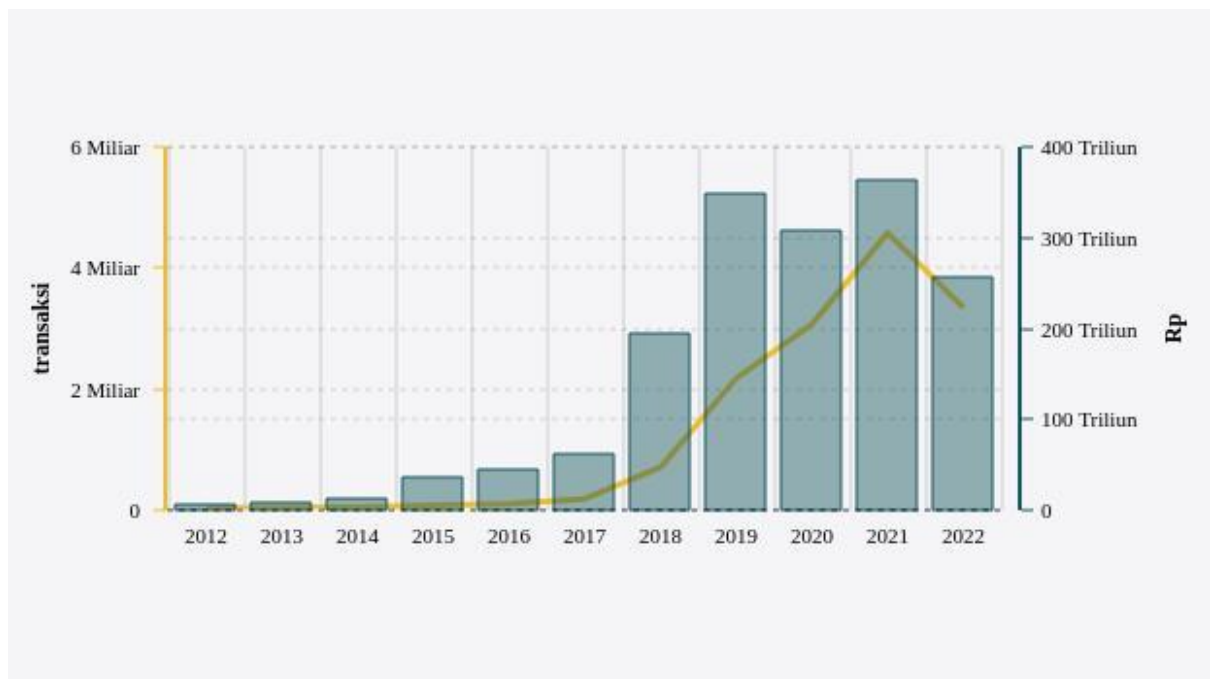
Perkembangan teknologi berjalan sangat cepat. Salah satu perkembangan tersebut adalah berkembangnya financial technology dimana terjadi pola perubahan pembayaran yang awalnya tunai menjadi digital. Perubahan tersebut memunculkan teknologi baru yaitu QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard). Meskipun QRIS sudah banyak digencarkan, tampaknya belum banyak pengguna QRIS. Maka penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude Toward Behavior, dan Perceived Risk terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Generasi Milenial. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan data primer. Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan cara purposive sampling. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner sehingga didapatkan 100 responden yang berusia 15-29 tahun di Kabupaten Sukoharjo. Teknik analisis data menggunakan Structural Equation Model (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude Toward Behavior, dan Perceived Risk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Generasi Milenial.

**PENDAHULUAN**

Pertumbuhan *Financial Technology* di Indonesia berjalan cepat terutama pada sektor pembayaran (Septi & Indriyanti, 2021). Salah satunya metode peralihan pembayaran dari tunai menjadi non tunai (Setiawan & Mahyuni, 2020). Pembayaran non tunai atau digital (*cashless*) menjadi salah satu jenis pembayaran yang diminati masyarakat. Sehingga muncul inovasi baru yaitu penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (Septi & Indriyanti, 2021).

Penerapan QRIS sudah mencapai standarisasi kode QR sebagai metode

pembayaran. QRC (*Quick Response Code*) merupakan salah satu metode pembayaran dengan menggunakan *e-wallet* (dompet digital) dan *mobile banking*. Dompet digital yang ada di Indonesia, antara lain OVO, Go-Pay, Dana, LinkAja, Shopeepay, dan lain-lain. QRC sangat bermanfaat, praktis, dan aman dalam pembayaran. Mayoritas masyarakat telah menggunakan *e-money* atau uang elektronik untuk pembayaran tol, transportasi online, parkir digital, belanja di swalayan maupun pembelian pulsa. (Tazkiyyaturrohmah 2018)



**Gambar 1. Perkembangan Penggunaan E-Money pada tahun 2012 -2022**

Berdasarkan gambar 1 diatas, data Bank Indonesia menunjukkan jumlah transaksi berbelanja dalam bertransaksi

belanja menggunakan *e-money* tahun 2012 mencapai 100,63 juta dengan besaran nilai sebesar Rp. 1,98 triliun.

Tahun 2021 jumlah transaksi mencapai Rp. 5,45 miliar dengan besar nilai Rp. 305 triliun. Maka satu dekade terakhir terjadi kenaikan *e-money* sebesar 5.316% dan transaksinya meningkat 15.392%.

Tahun 2020 saat pandemi melanda penggunaan transaksi *e-money* terus meningkat dibandingkan dengan tahun 2019. Tahun 2022 pada periode Januari-Juli transaksi belanja 3,87 miliar kali dengan porsi 70,92% serta nilai transaksi sebesar Rp.222,9 triliun.

Salah satu bentuk aplikasi penggunaan *e-money* yaitu dengan adanya QRIS (Seputri et al., 2023). Penggunaan QRIS sebagai fasilitas untuk semua kalangan termasuk generasi milenial didukung penggunaan *smartphone* yang tinggi (Syarifuddin et al., 2022) Generasi millennial diharapkan menjadi pelopor mensosialisasikan penggunaan QRIS.

Generasi milenial disebut sebagai generasi Y yang muncul tahun 1993 - 2007 (Naumovska 2017). Sugianto & Brahmana (2018) mengartikan generasi milenial serba terhubung internet yang mempengaruhi gaya hidup serta rutinitas.

Jumlah generasi milenial di Kabupaten Sukoharjo adalah sebanyak 204.147 juta jiwa. Sementara data

nasional menunjukkan bahwa pengguna QRIS masih dibawah rata-rata sebanyak 12,17 juta jiwa. Oleh karena itu penelitian ini menarik untuk mengkaji apakah generasi milenial yang berada di Sukoharjo itu termasuk mayoritas atau minoritas pengguna aplikasi QRIS.

*Technology Acceptance Model* atau TAM dapat mengukur penggunaan suatu teknologi. TAM oleh Davis (1989) memiliki 2 variabel penting, *Perceived Usefulness* (persepsi manfaat) dan *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan). Persepsi tersebut dapat mengukur penggunaan sistem informasi oleh pemakai. (Wijayanti, 2009).

Fokus penelitian sebelumnya telah melaporkan bahwa *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, and *Risk* mempengaruhi positif dan signifikan terhadap keputusan pemakaian teknologi (Yogananda and Dirgantara 2017; Joan et al. 2019; Ningsih et al. 2021). Akan tetapi, tidak menjelaskan bahwa sebenarnya ada variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan penggunaan yaitu sikap. Konteks perbankan syariah mencetuskan sikap mengarah terhadap niat pembelian produk atau jasa Abd Rahman, Asrarhaghighi, dan Ab Rahman (2015);

Mansour, Eljelly, dan Abdullah (2016) serta Souiden dan Rani (2015).

*Perceived Usefulness* (Manfaat) menurut Davis (199) suatu penggunaan teknologi akan memberikan manfaat bagi penggunanya. Penelitian Nurzanita & Marlina (2020) mendapatkan hasil variabel *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Gopay, karena memiliki manfaat ketika bertransaksi. Sedangkan, Penelitian Ernawati & Noersanti (2020) menghasilkan variabel *perceived usefulness* negatif signifikan terhadap *e-wallet* karena berdasarkan jawaban responden ada yang merasa tidak mendapatkan manfaat yang diinginkan.

*Perceived Ease of Use* (kemudahan) mengukur penggunaan teknologi atau sistem tanpa masalah dan mudah digunakan (Davis, 1989). Maghfira (2018), dalam penelitiannya menghasilkan *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *e-wallet*, karena penggunaannya mudah tanpa perlu usaha keras. Penelitian tersebut bertolak belakang dengan Febrilia et al. (2020) mengatakan kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pada dompet digital karena beberapa responden

menilai dompet digital tidak mudah digunakan.

*Attitude Toward Behavior* (Sikap Penggunaan) didefinisikan respon individu terhadap suatu objek sehingga muncul perilaku individu. Gerungan (2004). Muhammad Habibi (2018) mengatakan bahwa penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan teknologi karena sikap dapat mempengaruhi seseorang dalam memutuskan penggunaan teknologi. Penelitian ini berbanding terbalik dengan Hidayati (2018) menyatakan sikap penggunaan tidak mempengaruhi minat penggunaan aplikasi QRIS karena yang positif adalah *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

Menurut Schiffman, et al.(2007) *Perceived Risk* diartikan ketidakpastian yang diterima konsumen di masa yang akan datang apabila tidak mempertimbangkan konsekuensinya. Temuan penelitian empiris Priambodo & Prabawi (2016) menghasilkan persepsi tersebut positif mempengaruhi keputusan penggunaan karena pengguna membutuhkan keamanan. Sedangkan hasil tersebut berkebalikan Veny (2015), persepsi risiko negatif terhadap keputusan penggunaan karena teknologi QRIS

peluncuran dari Bank Indonesia sehingga dinilai aman.

Berdasarkan analogi tersebut, penelitian ini akan menganalisis kembali tentang perilaku individu generasi millennial dalam mengambil keputusan penyedia layanan untuk terus memperbaiki dan memberikan inovasi demi kemudahan, kenyamanan dan kepuasan pengguna.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### ***Pengertian QRIS***

Sistem pembayaran merupakan sistem tertentu yang terdiri dari aturan dan mekanisme untuk memenuhi kebutuhan ekonomi (Bank Indonesia, 1999). Menurut Ascarya (2003) sistem tersebut memiliki kesepakatan untuk mentransfer, menerima serta memenuhi transaksi Sistem pembayaran yang efektif dan efisien dapat membantu transaksi bisnis.

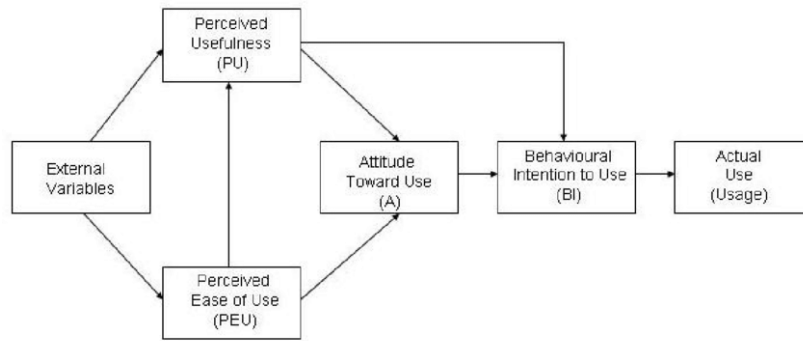
Sistem pembayaran yang gagal dapat mempengaruhi stabilitas perekonomian (PPSK Bank Indonesia, 2004). Dari sini kita simpulkan sistem pembayaran menjadi salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi perekonomian negara karena akan selalu

untuk menggunakan QRIS. Dengan pendekatan TAM diharapkan hasilnya akan menjadi masukan baik kepada BI sebagai *policy maker* yang menggencarkan transformasi pembayaran digital maupun platform ada pembayaran dalam setiap transaksi (Yuliadi, 2008).

### ***Teori Technology Acceptance Model (TAM)***

Menurut Mahendra (2016), *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah teori penerimaan individu terhadap penggunaan sistem teknologi. TAM digagas oleh Fred D. Davis pada tahun 1986 dengan pengembangan *Theory of Reasoned Action (TRA)*, pada tahun 1980 oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein (Davis, 1986).

Melalui TAM, Davis berpendapat bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* mempengaruhi *attitude toward behavior* dan minat (Davis, 1989). Penelitian ini terjadi modifikasi variabel dependen berupa keputusan penggunaan.



**Gambar 2. Technology Acceptance Model (TAM)**

Peter dan Olson (2013) mendeskripsikan keputusan penggunaan adalah proses pengetahuan dan pemilihan perilaku penggunaan teknologi. Minat perilaku termasuk rencana untuk menjalankan satu perilaku atau lebih.

#### ***Perceived Usefulness (Persepsi Manfaat)***

Menurut Davis et al. (1989), nilai yang dirasakan didefinisikan sebagai keyakinan akan manfaat pengguna untuk menggunakan teknologi digital pemicu performa seseorang terhadap pekerjaannya. Menurut Venkatesh dan Davis (2000) konsep ini dapat diukur melalui beberapa indikator yaitu masalah yang berkaitan dengan produktivitas, efisiensi, kepuasan kerja dan nilai keseluruhan.

Penelitian yang dilakukan oleh Pratama et al. (2019) menyatakan bahwa persepsi kepercayaan, nilai, dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap

Menurut Mathieson (2019), kualitas didefinisikan sebagai keyakinan

penggunaan layanan perbankan online. Priambodo & Prabawani (2016) menyatakan bahwa perceived value ternyata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan e-money. Selanjutnya Yogananda & Dirgantara (2017) menyatakan bahwa perceived usefulness, perceived ease of use, dan trust berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat menggunakan alat e-money. Berdasarkan uraian di atas dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis penelitian ini adalah:

$H_1$  = Nilai variabel berpengaruh terhadap variabel keputusan penggunaan QRIS

#### ***Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan Penggunaan)***

seseorang bahwa mereka menggunakan sistem tertentu untuk berjuang. Jika

pengguna teknologi menganggap teknologi informasi mudah digunakan, mereka akan menggunakannya. Ini dianggap sebagai variabel kenyamanan yang menunjukkan bahwa sistem dirancang dengan maksud memberikan kenyamanan kepada pemiliknya. Menurut Almontaka (2008), pengertian tersebut dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu yang berkaitan dengan kemudahan belajar, dapat dengan mudah dikuasai untuk mencapai tujuan (kontrol), jelas dan mudah dipahami (clarity and understanding), fleksibilitas dan kesederhanaan. memahami. mendapatkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Prabawalingga & Yadnyana (2016), menunjukkan bahwa faktor yang mempermudah penggunaan teknologi digital adalah kemudahan penggunaan teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan dan dapat berinteraksi. . Semakin tinggi persepsi seseorang terhadap kemudahan penggunaan teknologi digital, maka semakin tinggi tingkat penggunaan teknologi tersebut. Oleh karena itu, hipotesis yang dihasilkan adalah:

$H_2$  = Variabel kemudahan mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS.

### **Attitude Toward Behavior (Sikap)**

Menurut Mahendra (2016) pengertian behavior for use dapat diartikan sebagai perilaku pengguna menggunakan sistem pengetahuan yang dapat berupa penerimaan atau penolakan, yang menimbulkan efek ketika seseorang menggunakannya. sistem bekerja. Untuk mengukur sikap terhadap penggunaan sistem informasi dapat digunakan beberapa indikator yaitu aspek yang berkaitan dengan pikiran (memory), perasaan/emosi (feelings) dan sumber daya yang berhubungan dengan tindakan (actions) Ahn dan Kahlor (2020).

Penelitian sebelumnya oleh Fathia (2012) menunjukkan bahwa kepribadian dapat memberikan pengaruh positif terhadap minat individu dalam menggunakan dompet digital. Hasil penelitian Trisdayana Aryadhe (2018), Intan Dyah Anggreini (2017), Sri Imelda (2014) menunjukkan bahwa kepribadian berpengaruh terhadap preferensi pelanggan.

$H_3$  = Variabel Sikap mempengaruhi Keputusan penggunaan QRIS

### **Perceived Risk (Persepsi Risiko)**

Seperti yang dikatakan Priambodo & Prabawani (2016), persepsi risiko adalah persepsi ketidakpastian dan akibat negatif dalam penggunaan produk atau jasa. Pada saat yang sama, Oglethorpe (1994) mendefinisikan persepsi risiko sebagai persepsi konsumententang ketidakpastian dan efek negatif yang mungkin dihadapi dalam suatu produk atau jasa. Menurut Pavlou (2003) Persepsi risiko dapat diukur dengan indikator yaitu adanya risiko yang menyebabkan kerugian dan persepsi bahaya.

Risiko yang dirasakan mempengaruhi tingkat kepercayaan. Dilihat dari resiko masing-masing orang, tingkat kepercayaannya tinggi, begitu juga sebaliknya. Sebuah studi sebelumnya oleh Yunita et al. (2019) yang membawa faktor risiko berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan Bukalapak. Selain itu, penelitian Haryani (2019) menunjukkan bahwa perceived risk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan internet.

### **METODE**

Penelitian ini merupakan penelitian analisis kuantitatif dengan menggunakan data primer. Untuk metode

$H_4$  =Variabel persepsi risiko mempengaruhi Keputusan penggunaan QRIS

pengumpulan data digunakan *non-probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sedangkan, metode



pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan penyebaran angket kuesioner dengan skala Likert (5 tingkatan) 1 s.d 5. Kuesioner tersebut berisi item pernyataan variabel independen yaitu persepsi manfaat 6 pernyataan, persepsi kemudahan dengan 5 pernyataan, sikap dengan 5 pernyataan, dan risiko dengan 4 pernyataan. Sedangkan, variabel dependen yaitu berupa keputusan penggunaan QRIS

terdiri dari 5 pernyataan sehingga total pernyataan adalah 25 pernyataan.

Populasi penelitian ini adalah Seluruh Generasi milenial Wilayah Kabupaten Sukoharjo dengan rentang umur 15-29 tahun sejumlah 203.714 (Data didapat dari BPS Kabupaten Sukoharjo). Untuk menghitung sampel menggunakan Rumus Slovin dengan tingkat error 10% (0,1) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{203.714}{1+203.714(0,1)^2}$$

$$n = \frac{203.714}{2.038,14}$$

$$n = 99,95 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Berdasarkan rumus diatas didapatkan sampel minimum untuk penelitian yaitu sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan

bantuan alat analisis data menggunakan *SmartPLS 3 software*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Penyebaran kuesioner ini dilakukan kepada 100 responden generasi milenial di Kabupaten Sukoharjo.

**Tabel 1. Hasil Penyebaran Kuesioner**

Jenis Kelamin	Persentase	Usia	Persentase
Laki-laki	26	15 – 19 Tahun	24
Perempuan	74	20 – 24 Tahun	67
		25 – 29 Tahun	9
Domisili	Persentase	Status	Persentase

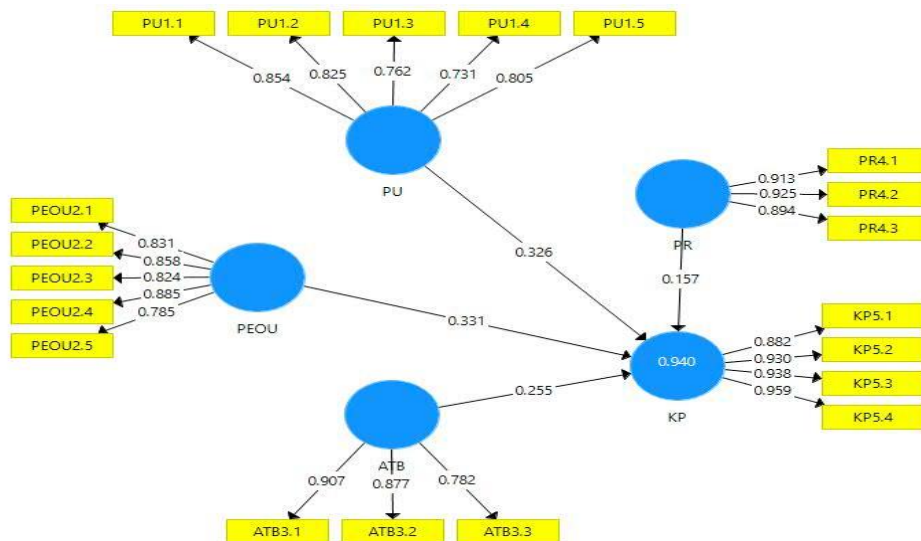
Baki	4	Pelajar	4
Bendosari	1	Mahasiswa	58
Bulu	1	Bekerja	38
Gatak	3		
Grogol	5		
Kartasura	65		
Nguter	1		
Polokarto	5		
Sukoharjo	15		

Sumber: Data Diolah

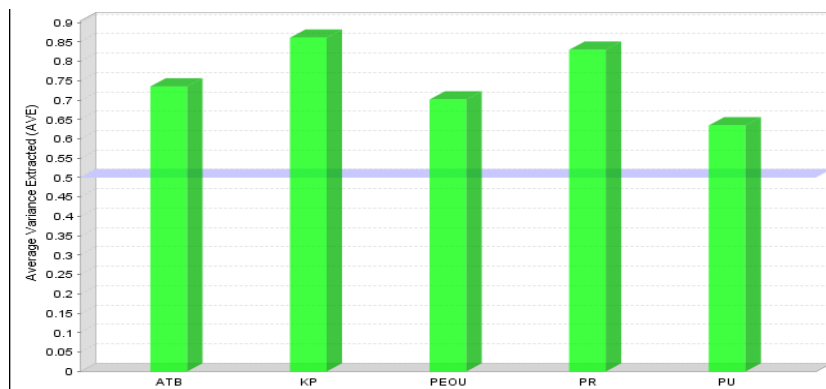
Berdasarkan tabulasi data diatas diperoleh informasi bahwa rata-rata responden berjenis kelamin perempuan,

berusia 20-24 tahun yang berstatus Mahasiswa serta di dominasi oleh domisili Kartasura.

### Hasil Perhitungan SEM



**Gambar 3. Outer Loading (Factor Loading)**



**Gambar 4. Average Variance Extracted (AVE)**

*Outer loadings (factor loading)* digunakan untuk mengukur validitas *convergent validity*. Pada penelitian ini, hasil uji *outer loadings (factor loading)* menunjukkan nilai diatas 0,7. Selain *outer loadings*,

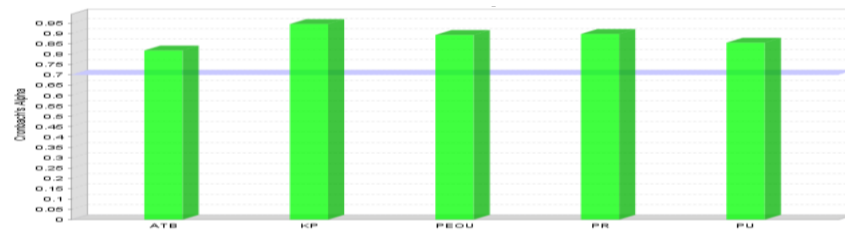
model ini juga diuji dengan melihat nilai AVE. Nilai AVE pada gambar menunjukkan hasil diatas 0,5. Artinya, uji *convergent validity* memenuhi uji validitas.

	ATB	KP	PEOU	PR	PU
ATB	0,857				
KP	0,873	0,928			
PEOU	0,801	0,919	0,837		
PR	0,720	0,771	0,674	0,911	
PU	0,737	0,896	0,853	0,638	0,797

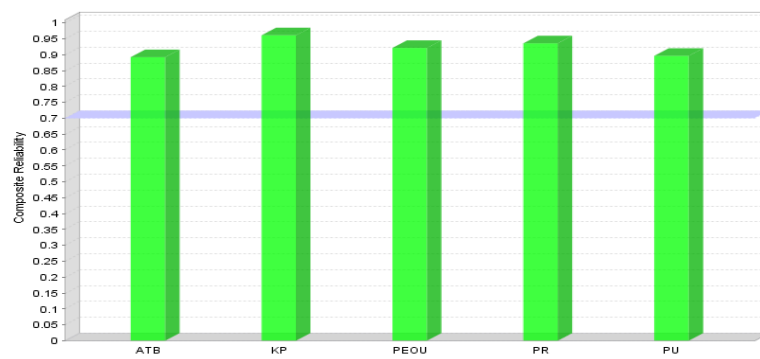
**Tabel 2. Discriminant Validity**

Uji diatas menunjukkan bahwa terdapat masalah *discriminant validity*. Akan tetapi, *outer loading* dan AVE tidak memiliki masalah sehingga penelitian ini tetap valid. Pengujian selanjutnya adalah melihat nilai

reliabilitas menggunakan dua model pengukuran *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* harus bernilai diatas 0,7.



**Gambar 5. Cronbach's Alpha**



**Gambar 6. Composite Reliability**

Berdasarkan pengujian diatas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* nilai lebih dari 0,7. Sehingga disimpulkan bahwa model pengukuran

seluruh variabel memiliki reliabilitas yang baik. Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, maka langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis.

**Tabel 3. Path Coefficients dan Adjusted R Square**

	<i>Original Sample</i>	<i>T Statistics</i>	<i>P Values</i>
<b>ATB -&gt; KP</b>	0,255	3,479	0,001
<b>PEOU -&gt; KP</b>	0,331	5,028	0,000
<b>PR -&gt; KP</b>	0,157	3,398	0,001
<b>PU -&gt; KP</b>	0,326	6,532	0,000
<b>Adj R Square</b>	0,937		
<b>KP</b>			

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa semua nilai pada sampel pertama adalah positif, yang menunjukkan bahwa pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel Keputusan Penggunaan QRIS Generasi Milenial adalah searah dan dapat mempengaruhi variabel dependen sebesar 0,937 (93,7%), sedangkan sisanya 6,3% dipengaruhi variabel di luar penelitian. Hubungan semua variabel independen terhadap variabel dependen pada penelitian ini memiliki nilai T-Statistik lebih besar dibandingkan nilai t-tabel (1,66) dan nilai *P Values* yang lebih dibawah 0,05. Secara parsial seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen penelitian.

**Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Keputusan Penggunaan Generasi Milenial**

Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan berbagai macam manfaat yang didapatkan Generasi Milenial pada QRIS, maka akan mendorong peningkatan penggunaan QRIS sebagai teknologi pembayaran digital di Indonesia. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang menyatakan bahwa penerimaan teknologi baru pada individu dipengaruhi oleh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Pada dasarnya, pengguna akan menggunakan QRIS ataupun teknologi lain setelah mempertimbangkan manfaat dari teknologi tersebut. Jika dengan menggunakan QRIS pengguna dapat merasakan manfaatnya secara langsung

selama beberapa kali pemakaian, maka pengguna akan merasa percaya dan memutuskan untuk menggunakan QRIS. Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurzanita & Marlina (2020). Hasil penelitian Nurzanita & Marlina (2020) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan suatu teknologi. Penelitian dari Pratama et al., (2019) mengutarakan persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan internet banking. Penelitian yang dilakukan oleh Priambodo & Prabawani (2016) menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan keputusan menggunakan layanan *e-money*. Responden telah merasa bahwa kehadiran QRIS sebagai teknologi pembayaran baru memberikan banyak manfaat dan kegunaan. Dalam hal ini, responden dalam penelitian termasuk dalam kategori Generasi Milenial yang mengikuti setiap perkembangan teknologi.

#### **Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap Keputusan Penggunaan Generasi Milenial**

Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan berbagai macam kemudahan yang

ditawarkan oleh QRIS, maka akan mendorong peningkatan penggunaan QRIS sebagai teknologi pembayaran digital di Indonesia. *Perceived Ease of Use* memiliki hubungan dengan milenial memutuskan untuk menggunakan QRIS karena kesederhanaan teknologi akan memotivasi lebih banyak orang untuk menggunakan teknologi tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan *teori Technology Agreement Assessment (TAM)* yang menjelaskan bahwa pengguna percaya bahwa mereka tidak akan mengalami masalah dalam menggunakan teknologi baru. Hal tersebut juga selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Cao et al. (2016) yaitu *Perceived Ease of Use* berpengaruh secara signifikan terhadap *Costumer Intention to Use Mobile Payment*. Karena penggunaannya yang dianggap mudah, maka pengguna yang dalam hal ini adalah Generasi Milenial menjadikan QRIS sebagai alternatif untuk melakukan kegiatan transaksi pembayaran digital.

#### **Pengaruh *Attitude Toward Behavior* terhadap Keputusan Penggunaan Generasi Milenial**

Pada penelitian ini diketahui bahwa *Attitude Toward Behavior* (Sikap)

berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Generasi Milenial. Sikap berpengaruh langsung terhadap Keputusan Penggunaan. Hal ini menunjukkan sikap merupakan pengalaman individu dalam menggunakan teknologi sehingga akan menghasilkan keputusan penggunaan. Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian Aryadhe et al. (2018) Oleh karena itu, niat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar niat pelanggan untuk membeli suatu produk, maka semakin penting keputusan untuk menggunakan dan membeli produk atau teknologi tersebut.

#### **Pengaruh *Perceived Risk* terhadap Keputusan Penggunaan Generasi Milenial**

*Perceived Risk* (Persepsi Risiko) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Generasi Milenial. Pengguna akan mempertimbangkan segala jenis risiko yang akan diterima terhadap keputusannya menggunakan sebuah teknologi tertentu. Pada risiko yang dapat diterima lebih rendah, resolusi penggunaan QRIS yang lebih tinggi akan

meningkat. Persepsi risiko dapat diukur melalui indikator berupa risiko, mengalami kerugian, dan menganggap berbahaya. Selain itu, penelitian ini juga mendukung penelitian Yunita et al. (2019) yang menghasilkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan Bukalapak. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Haryani (2019) Pada risiko rendah yang dapat diterima, resolusi tinggi menggunakan QRIS akan meningkat. Persepsi risiko dapat diukur dengan menggunakan indikator berupa risiko, kerugian yang ditimbulkan dan dianggap berbahaya. Selain itu, penelitian ini juga mendukung penelitian ini

#### **Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa *Perceived Usefulness* secara langsung signifikan mempengaruhi keputusan penggunaan. Oleh karena itu, dengan berbagai macam manfaat dan kegunaan yang didapatkan maka akan mendorong peningkatan penggunaan QRIS Generasi Milenial. *Perceived Ease of Usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Generasi Milenial. Hal tersebut karena,

dengan berbagai macam kemudahan yang didapatkan maka akan mendorong pengguna untuk memutuskan menggunakan QRIS. *Attitude Toward Behavior* juga mempengaruhi keputusan penggunaan secara langsung dan signifikan. Hal itu karena sikap merupakan pengalaman individu terhadap suatu teknologi yang menghasilkan keputusan untuk menggunakan teknologi tersebut. *Perceived Risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS. Oleh karena itu, dengan rendahnya tingkat risiko bagi pengguna maka akan mendorong peningkatan penggunaan QRIS.

Bank Indonesia sebagai penggagas teknologi pembayaran QRIS harus aktif dan gencar mensosialisasikannya ke seluruh masyarakat, khususnya kaum milenial, agar QRIS dikenal dan diapresiasi. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian di bidang teknologi pembayaran, penelitian ini masih terbatas yaitu hanya fokus pada keputusan penggunaan. Jadi konsep penggunaan adalah konsep pengguna. Tentu saja, ada konsep lain yang bisa digunakan, yaitu tenaga penjual. Oleh karena itu, diharapkan peneliti lain dapat

mengembangkan dan mampu melakukan penelitian dari sudut pandang pelanggan. Selain itu, responden dalam penelitian ini juga dibatasi hanya satu milenial di satu wilayah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (Jimmba)*, 4(3), 399–409. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.121>
- Aryadhe, T., Suryani, A., & Sudiksa, I. B. (2018). Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Dan Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(3), 1452–1480.
- Cao, M., Li, J., Tang, J., Chen, C., & Zhao, Y. (2016). Gold Nanomaterials In Consumer Cosmetics Nanoproducts: Analyses, Characterization, And Dermal Safety Assessment. *Small*, 12(39), 5488–5496. <https://doi.org/10.1002/smll.201601574>
- D, D. F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. *Mis Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Faizani, S. N., & Indriyanti, A. D. (2021). Analisis Pengaruh Technology Readiness Terhadap Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention Dari Quick Response Indonesian

- Standard (Qris) Untuk Pembayaran Digital (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi E-Wallet Go-Pay, Dana, Ovo. *Journal Of Emerging Information System And Business Intelligence (Jeisbi)*, 2(2), 85–93. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Jeisbi/article/view/39738>
- Febrilia, I., Pratiwi, S. P., & Djatikusumo, I. (2020). *Minat Penggunaan Cashless Payment System –Dompot Digital Pada Mahasiswa Di Fe Unjika*. 11(1), 1–19.
- 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>
- Maghfira. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sistem Pembayaran Go-Pay*.
- Mahendra, I. (2016). Penggunaan Technology Acceptance Model ( Tam ) Dalam Mengevaluasi Penerimaan Pengguna Terhadap Sistem Informasi Pada Pt . Ari Jakarta. *Jurnal Sistem Informasi Stmik Antar Bangsa*, 2, 183–195.
- N, E., & L, N. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi Ovo*. 1–20.
- Nurzanita, R., & Marlina, N. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay Di Surabaya Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Akuntabel: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 17(2), 277–288.
- Pratama, A., Moh. Saleh, F., Zahra, F., & Afdhalia, N. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Perbankan Konvensional Di Kota Palu). *Jurnal Akuntansi Netral, Akuntabel, Objektif*, 02(2622), 204–216. <https://doi.org/10.2307/3615019>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2).
- Schmith B. (2010). *Experience Marketing: Concepts, Frameworks And Consumer Insights. Foundations And Trends® In Marketing*. 5(2), 55–112.
- Seputri Wirda, Soemitra Andri, B. R. N. A. (2023). *Mes Management Journal*. 2, 116–128.
- Setiawan, I. W. A., & Mahyuni, L. P. (2020). Qris Di Mata Umkm: Eksplorasi Persepsi Dan Intensi Umkm Menggunakan Qris. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10, 921. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.V09.I10.P01>
- Syaifuddin, A. F., Rahman, K., Baru, G., Kantor, I., Bank, P., & Solo, I. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Qris Sebagai Metode Pembayaran Pada Masa Pandemi. *Asjif*, 1(1), 1–21.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan



Instrumen Uang Elektronik.  
*Diponegoro Journal Of Management*,  
6(4), 1–7.

Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U.  
(2019). Pengaruh Persepsi Risiko,  
Kepercayaan, Dan Keamanan  
Terhadap Keputusan Pembelian  
Online Di Buka Lapak (Studi Kasus  
Pada Komunitas Buka Lapak  
Ponorogo). *Isoquant : Jurnal  
Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*,  
3(1), 90.  
<https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.243>

