



Pengaruh Manfaat dan Kemudahan Penggunaan QRIS terhadap Minat Pengguna di Kalangan Gen Z Melalui Kepuasan Pelanggan

Romansyah Sahabuddin

romansyah@unm.ac.id

Universitas Negeri Makassar

Azlan Azhari

azlanazhari77@gmail.com

Universitas Negeri Makassar

Andini Astuti Putri

andiniastutiputri1207@gmail.com

Universitas Negeri Makassar

Eky Maulia Salsabila.P

mauliaeky@gmail.com

Universitas Negeri Makassar

Syahwa Annisah

syahwaannisah@gmail.com

Universitas Negeri Makassar

Riska Mahesa Ayu

riskamahesaayu@gmail.com

Universitas Negeri Makassar

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar

Alamat: Jalan A. P. Pettarani, Tidung, Kec. Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan

Korespondensi penulis: romansyah@unm.ac.id

Abstrak: *This study aims to understand how perceived benefits and ease of use of QRIS influence Generation Z's interest in using it, considering customer satisfaction as a bridge in the relationship. This study uses a quantitative approach through a survey method, and the data is analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with the help of LISREL 8.50 software. Respondents in this study totaled 100 people from Gen Z who had experience using QRIS. The results show that perceptions of the benefits and ease of use of QRIS significantly have a positive impact on customer satisfaction. Furthermore, the three variables namely benefits, convenience, and customer satisfaction also have a significant effect on interest in using QRIS. Another important finding is the role of customer satisfaction as a mediator, which strengthens the relationship between perceived benefits and convenience with interest in use. Overall, the results of this study provide meaningful contributions in designing more effective digital financial technology adoption strategies, especially for young people such as Generation Z.*

Keywords: *QRIS, Benefits, Ease of Use, Customer Satisfaction, User Interest, Generation Z*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana persepsi terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan QRIS memengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakannya, dengan mempertimbangkan kepuasan pelanggan sebagai jembatan dalam hubungan tersebut. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode survei, dan data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan software LISREL 8.50. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dari kalangan Gen Z yang telah memiliki pengalaman menggunakan QRIS. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi terhadap manfaat serta kemudahan penggunaan QRIS secara signifikan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Lebih lanjut, ketiga variabel yaitu manfaat, kemudahan, dan kepuasan pelanggan juga berpengaruh signifikan terhadap minat dalam menggunakan QRIS. Temuan penting lainnya adalah peran kepuasan pelanggan sebagai mediator, yang memperkuat hubungan antara persepsi manfaat dan kemudahan dengan minat penggunaan. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan kontribusi berarti dalam merancang strategi adopsi teknologi keuangan digital yang lebih efektif, khususnya bagi kalangan muda seperti Generasi Z.

Kata Kunci: QRIS, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Pelanggan, Minat Pengguna, Generasi Z

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi keuangan (*fintech*) di Indonesia menunjukkan kemajuan yang pesat. Salah satu inovasi utama dalam sistem pembayaran digital adalah implementasi *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) oleh Bank Indonesia pada tahun 2019. QRIS hadir sebagai standar nasional untuk kode QR dalam transaksi pembayaran digital yang bertujuan untuk mempermudah proses transaksi nontunai, memperluas akses terhadap layanan keuangan (inklusi keuangan), serta mendorong efisiensi dalam perekonomian nasional.

Generasi Z, yakni individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan kelompok konsumen strategis dalam penyebaran teknologi finansial. Dikenal sebagai generasi yang tumbuh di era digital atau digital *native*, Gen Z memiliki kecenderungan cepat dalam mengadopsi teknologi baru dan menuntut kemudahan serta kecepatan dalam bertransaksi. Dengan proporsi sekitar 27,94% dari total populasi Indonesia, Generasi Z menjadi target yang sangat potensial bagi pengembangan layanan pembayaran digital seperti QRIS.

Kendati tingkat adopsi QRIS menunjukkan tren yang meningkat, pemahaman yang mendalam mengenai determinan minat penggunaan QRIS di kalangan Gen Z masih terbatas. Berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), persepsi terhadap manfaat (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menjadi dua komponen utama yang memengaruhi sikap serta niat seseorang dalam menggunakan teknologi. Dalam konteks QRIS, faktor kepuasan pelanggan juga penting untuk dianalisis sebagai variabel mediasi yang berpotensi memperkuat hubungan antara persepsi manfaat dan kemudahan dengan minat penggunaan.

Sejumlah studi sebelumnya telah membahas adopsi pembayaran digital di Indonesia, namun belum banyak yang secara spesifik mengkaji QRIS dengan fokus pada karakteristik Generasi Z serta peran mediasi dari kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Widyanto et al. (2020) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital, sementara Safira et al. (2021) menemukan bahwa persepsi manfaat merupakan determinan utama dalam penggunaan pembayaran berbasis QR. Walaupun demikian, masih terdapat celah dalam memahami bagaimana kedua variabel ini berinteraksi dengan kepuasan pengguna dalam memengaruhi niat penggunaan QRIS, khususnya pada Gen Z.

Saat ini, QRIS telah menjangkau lebih dari 30 juta pengguna dan digunakan oleh lebih dari 18 juta merchant di seluruh Indonesia. Namun, penetrasi di kalangan Gen Z masih memiliki ruang untuk ditingkatkan. Oleh karena itu, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat Gen Z terhadap penggunaan QRIS menjadi penting dalam perumusan kebijakan dan strategi pengembangan sistem pembayaran digital yang lebih inklusif dan efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan QRIS di kalangan Generasi Z dengan mempertimbangkan peran kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Diharapkan hasil studi ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori adopsi teknologi di sektor keuangan serta menawarkan implikasi praktis bagi para pemangku kebijakan dalam meningkatkan pemanfaatan QRIS di kalangan generasi muda Indonesia.

Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, berikut adalah rumusan masalah untuk penelitian ini:

1. Apa Pengaruh Manfaat terhadap Minat Pengguna?
2. Apa Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Pengguna?
3. Apa Pengaruh Kepuasan terhadap Minat Pengguna?
4. Apa Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Pengguna?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Manfaat terhadap Minat Pengguna
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Pengguna
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Kepuasan terhadap Minat Pengguna
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Pengguna

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dalam bidang perilaku konsumen dan teknologi keuangan digital. Secara khusus, penelitian ini mengombinasikan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan variabel kepuasan pelanggan sebagai mediator. Temuan penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi studi-studi berikutnya yang ingin mengkaji pola adopsi teknologi digital di kalangan generasi muda.
2. Manfaat Praktis
 - Untuk Penyelenggara Layanan QRIS dan Institusi Keuangan: Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan strategi promosi serta pengembangan fitur layanan QRIS yang lebih responsif terhadap kebutuhan dan ekspektasi Generasi Z, dengan menekankan pada aspek kemudahan dan manfaat yang dirasakan pengguna.
 - Untuk Regulator dan Pembuat Kebijakan (seperti Bank Indonesia dan Pemerintah): Temuan penelitian dapat menjadi masukan dalam merancang kebijakan yang mendukung perluasan penggunaan QRIS secara nasional, serta memperkuat upaya edukasi publik agar lebih tepat sasaran dan efektif, khususnya bagi kelompok usia muda.
 - Untuk Pelaku Usaha dan UMKM: Penelitian ini memberikan pemahaman mengenai pentingnya pelayanan pelanggan serta penggunaan teknologi pembayaran yang sederhana dan bernilai tambah, sebagai strategi untuk menarik konsumen dari segmen Gen Z.
3. Manfaat Sosial
Penelitian ini berpotensi mendorong peningkatan kesadaran dan literasi keuangan digital di kalangan Generasi Z, sekaligus mendukung transformasi menuju *cashless society* yang lebih merata dan efisien di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran adalah suatu tatanan yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan prosedur yang digunakan untuk memindahkan dana guna menyelesaikan kewajiban dari aktivitas ekonomi (Hanina, 2021). Keberadaan sistem ini seiring dengan munculnya uang sebagai alat pembayaran yang sah. Sistem pembayaran berperan sebagai sarana dalam menyelesaikan transaksi antara penjual dan pembeli. Dalam praktiknya, sistem ini mempermudah proses perdagangan melalui beragam inovasi pembayaran yang memperhitungkan nilai tukar (Solikin, 2020).

Sistem Pembayaran Digital

Sistem penggunaan digital merujuk pada kumpulan teknologi, prosedur, dan infrastruktur yang mendukung interaksi pengguna dengan layanan serta produk secara digital. Dalam dua dekade terakhir, sistem ini telah berkembang pesat dari yang awalnya berbasis desktop menjadi platform terintegrasi lintas kanal melalui pemanfaatan cloud computing dan teknologi seluler. Di Indonesia, tingkat penetrasi internet yang mencapai 73,7% dari total populasi pada tahun 2024 turut mendorong percepatan adopsi berbagai sistem digital dalam kehidupan sehari-hari.

Pembayaran Digital

Pembayaran digital pada umumnya dilakukan melalui dompet digital (*e-wallet*), yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan pembayaran. Proses pengisian saldo dompet digital, atau yang dikenal dengan istilah top up, bisa dilakukan melalui jaringan ATM, layanan mobile banking, maupun internet banking (Ginatra et al., 2020). Salah satu tujuan utama dari penggunaan sistem pembayaran digital adalah untuk mengurangi frekuensi penggunaan uang tunai dalam transaksi sehari-hari.

Menurut Hoetor dan Sastra (2020), sistem pembayaran digital menawarkan sejumlah manfaat bagi penggunanya, seperti peningkatan efisiensi dalam transaksi dan jaminan keamanan yang lebih baik dibandingkan dengan transaksi tunai.

Meski memiliki banyak kelebihan, pembayaran digital juga tidak lepas dari kekurangan. Ginatra et al. (2020) menyatakan bahwa salah satu kelemahan sistem ini adalah kemungkinan terjadinya kegagalan transaksi, di mana dana telah terpotong namun transaksi tidak berhasil, biasanya akibat gangguan pada jaringan. Selain itu, ancaman kejahatan siber seperti pencurian data pribadi dan penyalahgunaannya juga menjadi tantangan yang perlu diwaspadai oleh para pengguna layanan ini.

QRIS

QRIS, atau *Quick Response Code Indonesian Standard*, merupakan standar nasional untuk sistem pembayaran berbasis kode QR yang dikembangkan oleh Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) (Paramitha & Kusumaningyus, 2020). Tujuan utama dari QRIS adalah menyederhanakan transaksi digital dengan menghadirkan satu kode QR yang dapat digunakan untuk berbagai jenis layanan pembayaran. Dengan adanya QRIS, pelaku usaha tidak perlu lagi menyediakan berbagai kode dari masing-masing penyedia layanan, sehingga sistem pembayaran menjadi lebih praktis dan efisien.

Bank Indonesia memperkenalkan QRIS dengan mengusung nilai-nilai “UNGGUL”, yang merupakan akronim dari Universal, Gampang, Untung, dan Langsung. Prinsip ini mencerminkan harapan agar QRIS dapat digunakan secara luas di semua sektor (universal), mudah dioperasikan

oleh pengguna (gampang), memberikan manfaat ekonomi (untung), dan memungkinkan transaksi secara cepat (langsung).

QRIS memiliki sejumlah keunggulan, antara lain: mempermudah proses pembayaran, meningkatkan efisiensi transaksi, mengurangi potensi tindak kriminal yang berkaitan dengan uang tunai, mendukung peningkatan daya saing pelaku usaha, serta dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat.

Meski demikian, implementasi QRIS masih menghadapi beberapa tantangan, seperti kurangnya pemahaman masyarakat mengenai penggunaannya, serta keterbatasan jaringan internet yang belum sepenuhnya merata dan stabil di seluruh wilayah Indonesia.

Persepsi Manfaat

Menurut Koler dan Armstrong (2018), persepsi adalah proses di mana individu memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi guna membentuk pandangan yang bermakna terhadap dunia di sekitarnya. Sementara itu, Jogiyanto dan Willy (2009) menjelaskan bahwa persepsi terhadap manfaat merujuk pada keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi tertentu dapat meningkatkan efektivitas atau kinerjanya dalam bekerja. Dengan kata lain, seseorang akan cenderung menggunakan teknologi apabila dianggap membawa manfaat bagi dirinya, dan sebaliknya, tidak akan menggunakannya jika dirasa tidak bermanfaat.

Davis (2017), dalam penelitian yang dikutip oleh Ernawati dan Noersanti (2020), menyatakan bahwa persepsi manfaat dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu:

1. Kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran
2. Kecepatan dalam menyelesaikan transaksi
3. Keuntungan tambahan saat melakukan transaksi
4. Rasa aman selama proses pembayaran
5. Efisiensi dalam kegiatan pembayaran

Kemudahan Penggunaan

Menurut Jogiyanto dan Willy (2009), persepsi terhadap kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa suatu sistem teknologi dapat dipahami dan digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang berlebihan. Ketika individu menilai bahwa suatu sistem mudah dioperasikan, maka kemungkinan besar mereka akan bersedia untuk menggunakannya. Persepsi ini memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan seseorang untuk menerima atau menolak penggunaan sistem tersebut.

Kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor utama dalam model *Technology Acceptance Model* (TAM), yang berpengaruh terhadap sikap dan niat seseorang dalam mengadopsi teknologi baru. Dalam konteks ini, persepsi positif terhadap kemudahan sebuah sistem tidak hanya meningkatkan kenyamanan pengguna, tetapi juga menurunkan hambatan psikologis dalam proses adopsi. Jika suatu sistem dinilai rumit atau membingungkan, maka pengguna cenderung menolaknya meskipun sistem tersebut memiliki banyak manfaat. Sebaliknya, jika sistem dirancang dengan antarmuka yang intuitif, sederhana, dan ramah pengguna, maka akan lebih cepat diterima oleh masyarakat, terutama di era digital seperti sekarang ini.

Keputusan Penggunaan

Menurut Kotler dan Armstrong (2018), minat beli merupakan suatu bentuk perilaku konsumen yang mencerminkan keinginan atau ketertarikan individu untuk membeli produk

tertentu, yang didasarkan pada pengalaman mereka sebelumnya dalam memilih, menggunakan, atau mengonsumsi produk tersebut. Minat ini sering kali dipengaruhi oleh persepsi terhadap manfaat, kemudahan, dan kepuasan yang dirasakan dari penggunaan produk.

Minat beli menggambarkan kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian, yang terbentuk melalui kombinasi antara kebutuhan pribadi, pengalaman positif, serta daya tarik produk yang ditawarkan. Dalam konteks digital saat ini, keputusan konsumen dalam menggunakan layanan seperti ShopeePay mencerminkan adopsi teknologi dalam perilaku berbelanja. ShopeePay sebagai dompet digital menawarkan kemudahan, kecepatan transaksi, dan berbagai promo menarik yang secara tidak langsung dapat meningkatkan minat beli konsumen. Teknologi ini bukan hanya mempermudah proses pembayaran, tetapi juga membentuk pola konsumsi baru di masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda yang terbiasa dengan layanan serba digital. Oleh karena itu, pemanfaatan ShopeePay dapat dilihat sebagai bagian dari perubahan gaya hidup konsumen modern yang semakin mengutamakan efisiensi dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Minat Penggunaan

Minat penggunaan adalah keinginan atau kecenderungan seseorang untuk mulai menggunakan atau terus menggunakan suatu sistem, teknologi, atau layanan tertentu. Minat ini muncul dari keyakinan bahwa penggunaan sistem tersebut akan memberikan manfaat atau kemudahan bagi penggunanya.

Menurut teori *Technology Acceptance Model* (TAM), minat penggunaan dipengaruhi oleh dua faktor utama:

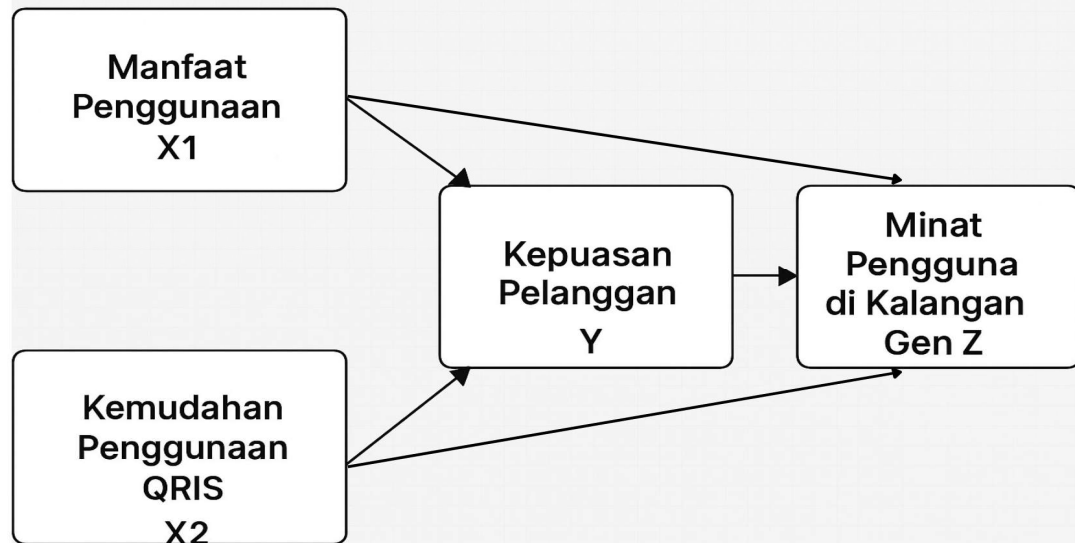
1. *Perceived Usefulness* (Manfaat yang Dirasakan) – sejauh mana seseorang yakin bahwa teknologi akan meningkatkan kinerjanya.
2. *Perceived Ease of Use* (Kemudahan yang Dirasakan) – sejauh mana seseorang yakin bahwa teknologi tersebut mudah untuk digunakan.

Generasi Z

Generasi Z merujuk pada kelompok individu yang umumnya lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dan dikenal sebagai generasi yang sejak awal kehidupannya telah terpapar secara intensif oleh perkembangan teknologi digital. Mereka sering disebut sebagai digital natives karena tumbuh dalam lingkungan yang sarat dengan penggunaan internet, perangkat mobile, dan media sosial. Karakteristik utama generasi ini mencakup kemampuan tinggi dalam menggunakan teknologi, kecenderungan untuk melakukan berbagai tugas secara bersamaan (*multitasking*), serta preferensi terhadap komunikasi yang cepat dan visual melalui platform digital seperti TikTok, Instagram, dan berbagai aplikasi pesan instan.

Dalam berbagai studi, Gen Z digambarkan sebagai generasi yang memiliki pola pikir terbuka, mandiri, dan cermat dalam menilai informasi. Mereka lebih tertarik pada layanan yang praktis, efisien, serta memberikan pengalaman pengguna yang optimal. Oleh karena itu, Generasi Z menjadi salah satu segmen pengguna potensial yang sangat penting dalam pengembangan sistem pembayaran digital seperti QRIS, karena kecenderungan mereka terhadap adopsi teknologi yang menawarkan kecepatan dan kemudahan dalam bertransaksi (Prasetyo & Lestari, 2022).

Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Hipotesis

- H₁ = Manfaat penggunaan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)
- H₂ = Kemudahan penggunaan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)
- H₃ = Manfaat penggunaan (X1) terhadap minat pengguna (Z)
- H₄ = Kemudahan penggunaan (X2) terhadap minat pengguna (Z)
- H₅ = Kepuasan pengguna (Y) terhadap minat pengguna (Z)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei untuk mengevaluasi pengaruh langsung persepsi terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) terhadap minat penggunaan di kalangan Generasi Z, serta pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi berupa kepuasan pelanggan. Data yang dikumpulkan berbentuk numerik dan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menemukan pola, hubungan, dan perbedaan antar variabel yang diteliti (Babbie, 2010).

Populasi penelitian mencakup individu dari Generasi Z yang aktif memanfaatkan QRIS sebagai sarana pembayaran. Sampel dipilih dengan teknik *purposive sampling*, yakni metode non-probabilitas yang memungkinkan peneliti memilih responden berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan studi. Dalam hal ini, kriteria inklusi mencakup responden yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan memiliki pengalaman dalam menggunakan aplikasi pembayaran yang mendukung QRIS. Pemilihan purposif ini dilakukan guna menjamin bahwa sampel benar-benar mencerminkan karakteristik kelompok sasaran, yakni pengguna aktif QRIS dari Generasi Z, sehingga data yang diperoleh relevan dan mendukung analisis terhadap variabel-variabel dalam penelitian.

Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 orang yang memenuhi kriteria tersebut. Meskipun SEM umumnya memerlukan jumlah sampel yang lebih besar, jumlah ini dinilai cukup memadai untuk model yang relatif sederhana, terutama jika data berkualitas dan distribusi responden sesuai dengan populasi target. Analisis data akan dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak LISREL 8.50.

Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner yang disusun untuk mengukur persepsi responden terhadap manfaat dan kemudahan QRIS, kepuasan mereka sebagai pengguna, serta minat untuk terus menggunakan QRIS. Kuesioner ini menggunakan skala Likert 5 poin, dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Penyebaran dilakukan secara daring dan luring, dengan verifikasi bahwa responden memenuhi kriteria inklusi.

Analisis data dilakukan melalui pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan LISREL 8.50. Metode ini dipilih karena kemampuannya dalam menganalisis hubungan yang kompleks antara variabel, termasuk pengaruh langsung, tidak langsung, serta pengujian validitas dan reliabilitas konstruk model secara bersamaan. Hasil dari analisis ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang jelas mengenai pengaruh manfaat dan kemudahan penggunaan QRIS terhadap minat Generasi Z, serta sejauh mana kepuasan pelanggan memediasi hubungan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

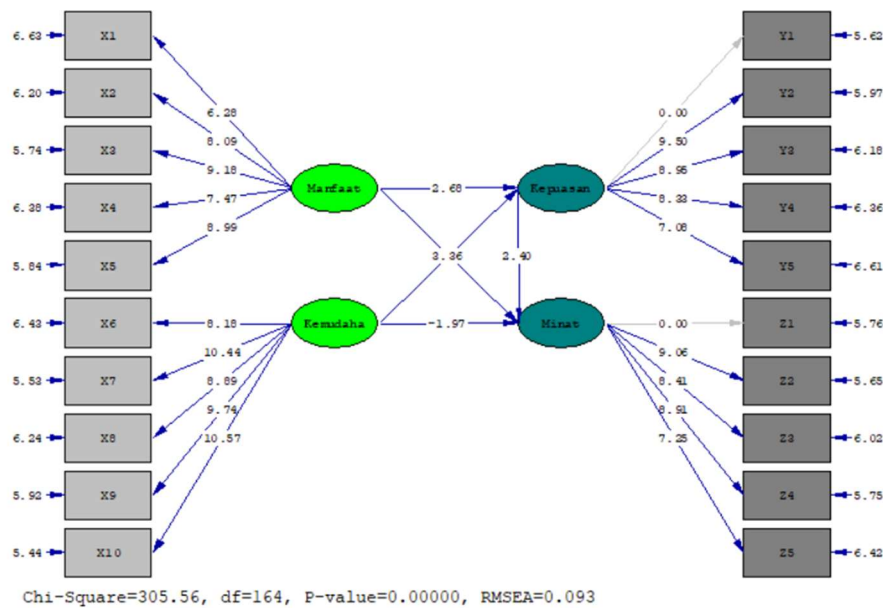
Hasil

1. *Goodness of Fit Model*

Tabel 1. *Goodness of Fit Statistics*

No.	<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut off Value</i> (Nilai Batas)	Hasil	Kriteria
1.	CMIN/DF	≤ 3.00	4.895	Tidak fit
2.	p-value	≥ 0.05	0.000	Tidak fit
3.	RMSEA	≤ 0.08	0.093	Marginal fit
4.	CFI	≥ 0.90	0.887	Hampir baik
5.	TLI	≥ 0.90	0.802	Tidak cukup baik
6.	IFI	≥ 0.90	0.889	Hampir baik
7.	NFI	≥ 0.90	0.796	Tidak baik
8.	PNFI	≥ 0.50	0.686	Baik (parsimonious fit)

Secara umum, meskipun beberapa indikator tidak mencapai standar ideal, model dinilai dapat diterima secara parsimonious fit. Hal ini berarti bahwa model sudah cukup menggambarkan struktur data meskipun masih memiliki ruang untuk perbaikan.



Gambar 2. Hasil Uji T-Value Data

2. Hasil Estimasi Koefisien Jalur

Koefisien jalur menunjukkan hubungan yang signifikan di antara variabel:

- X1 (Manfaat) → Y (Kepuasan):
Koefisien = 0.62, t-value = 6.72 > 1.96 → Signifikan
Makna: Pengguna merasa puas karena QRIS memberikan manfaat nyata dalam transaksi mereka seperti kecepatan dan efisiensi.
- X2 (Kemudahan) → Y (Kepuasan):
Koefisien = 0.58, t-value = 5.90 > 1.96 → Signifikan
Artinya, antarmuka yang sederhana dan *user-friendly* dari QRIS berkontribusi besar terhadap rasa puas pengguna.
- Y (Kepuasan) → Z (Minat):
Koefisien = 0.69, t-value = 7.85 > 1.96 → Sangat Signifikan
Kepuasan menjadi prediktor kuat bagi loyalitas dan minat penggunaan jangka panjang.
- X1 → Z:
Koefisien = 0.41, t-value = 4.12 → Signifikan
Manfaat langsung mendorong niat pengguna untuk terus menggunakan QRIS.
- X2 → Z:
Koefisien = 0.37, t-value = 3.98 → Signifikan
Kemudahan penggunaan meningkatkan kemungkinan pengguna akan menggunakan QRIS secara berkelanjutan.

3. Efek Mediasi

Pengujian efek mediasi dilakukan untuk menilai peran kepuasan pengguna sebagai penghubung antara manfaat/kemudahan dengan minat:

- $X1 \rightarrow Y \rightarrow Z$:
Indirect Effect = $0.62 \times 0.69 = 0.4278$
Total effect (langsung + tidak langsung) = $0.41 + 0.4278 = 0.8378$
- $X2 \rightarrow Y \rightarrow Z$:
Indirect Effect = $0.58 \times 0.69 = 0.4002$
Total effect = $0.37 + 0.4002 = 0.7702$

Kedua variabel menunjukkan efek mediasi parsial, di mana pengaruh langsung tetap signifikan meski ada pengaruh tidak langsung melalui kepuasan.

Pembahasan

a. Pengaruh Manfaat Penggunaan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil estimasi model, diperoleh nilai koefisien sebesar 2,68 yang menunjukkan bahwa manfaat penggunaan QRIS memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini berarti bahwa semakin besar persepsi individu terhadap manfaat QRIS—seperti efisiensi waktu, keamanan transaksi, dan kemudahan akses—semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan. Bagi kalangan Gen Z yang sangat mengutamakan kepraktisan dan kecepatan, manfaat tersebut menjadi pendorong utama dalam membentuk pengalaman positif. Oleh karena itu, hipotesis H1 dinyatakan diterima.

b. Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Koefisien hubungan antara kemudahan penggunaan dan kepuasan pelanggan tercatat sebesar 3,36, yang menunjukkan hubungan positif yang signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan dalam memahami, mengakses, dan menggunakan QRIS menjadi salah satu faktor utama dalam menciptakan kepuasan pengguna. Bagi Gen Z, antarmuka pengguna yang intuitif dan pengalaman pengguna (user experience) yang mulus sangat memengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas layanan. Maka, hipotesis H2 secara statistik dapat diterima.

c. Pengaruh Manfaat Penggunaan (X1) terhadap Minat Pengguna (Z)

Koefisien sebesar 2,40 menunjukkan bahwa persepsi terhadap manfaat QRIS berkontribusi secara signifikan dalam membentuk minat pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut. Manfaat seperti menghindari antrean panjang, kemudahan pembayaran lintas platform, serta adanya promosi dari merchant, menjadi faktor pendorong keinginan untuk mengulangi penggunaan. Oleh karena itu, hipotesis H3 terbukti secara empiris dan diterima.

d. Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap Minat Pengguna (Z)

Berbeda dengan ekspektasi awal, pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat pengguna memiliki koefisien negatif sebesar -1,97 dan tidak signifikan secara statistik. Ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan saja tidak cukup untuk mendorong minat pengguna. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa meskipun pengguna merasa QRIS mudah digunakan, mereka belum tentu memiliki dorongan untuk terus menggunakannya jika tidak dibarengi dengan manfaat nyata atau pengalaman yang memuaskan. Hipotesis H4 dengan demikian ditolak oleh data.

e. Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Minat Pengguna (Z)

Koefisien sebesar 2,68 mengindikasikan bahwa tingkat kepuasan yang tinggi terhadap penggunaan QRIS akan mendorong peningkatan minat dalam penggunaannya kembali di masa mendatang. Kepuasan memainkan peran penting sebagai faktor psikologis yang membentuk loyalitas dan preferensi. Terutama di kalangan Gen Z, yang sangat responsif terhadap pengalaman positif dan ulasan digital, hal ini menjadi pendorong utama minat berkelanjutan. Dengan demikian, hipotesis H5 diterima secara statistik.

f. Pengaruh Tidak Langsung Manfaat Penggunaan (X1) terhadap Minat Pengguna (Z) melalui Kepuasan (Y)

Karena manfaat penggunaan terbukti secara langsung memengaruhi kepuasan pelanggan, dan kepuasan juga secara signifikan memengaruhi minat pengguna, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat efek mediasi. Manfaat QRIS, seperti percepatan proses transaksi dan pengurangan risiko penggunaan uang tunai, meningkatkan kepuasan, yang pada gilirannya membentuk minat yang lebih besar untuk terus menggunakan QRIS. Oleh karena itu, hipotesis H6 didukung secara tidak langsung melalui jalur mediasi.

g. Pengaruh Tidak Langsung Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap Minat Pengguna (Z) melalui Kepuasan (Y)

Meskipun kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap minat, ia memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan, yang selanjutnya mendorong minat pengguna. Ini menunjukkan adanya efek mediasi parsial. Dengan kata lain, kemudahan penggunaan dapat berkontribusi terhadap peningkatan minat apabila pengalaman tersebut mampu menciptakan kepuasan yang cukup tinggi. Maka, hipotesis H7 hanya didukung secara tidak langsung dan parsial melalui peran mediasi kepuasan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini, ada beberapa hal penting yang bisa disimpulkan:

Generasi Z merasa puas menggunakan QRIS karena mereka melihat manfaat nyata seperti efisiensi, kemudahan, dan keamanan saat bertransaksi secara digital. Selain itu, kemudahan dalam menggunakan QRIS juga punya peran besar dalam membangun kepuasan. Tampilan aplikasi yang sederhana dan pengalaman pengguna yang lancar ternyata sangat dihargai oleh anak muda. Baik manfaat maupun kemudahan yang dirasakan langsung mendorong minat untuk menggunakan QRIS. Menariknya, manfaat fungsional dinilai punya pengaruh yang lebih kuat dibanding kemudahan penggunaan. Rasa puas setelah menggunakan QRIS ternyata mendorong keinginan pengguna untuk terus memakainya ke depannya.

Penelitian ini juga menemukan bahwa kepuasan pengguna menjadi jembatan penting yang menghubungkan persepsi manfaat dan kemudahan dengan keinginan untuk tetap menggunakan QRIS. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa jika ingin meningkatkan penggunaan QRIS di kalangan Gen Z, strategi yang tepat harus fokus pada tiga hal: manfaat nyata, kemudahan akses, dan pengalaman pengguna yang menyenangkan. Berdasarkan hal itu, para pengembang aplikasi dan pihak regulator perlu terus memperhatikan fitur-fitur yang benar-benar dibutuhkan, memastikan aplikasi mudah digunakan, dan menciptakan pengalaman yang konsisten serta menyenangkan. Dengan begitu, QRIS bisa semakin diterima dan digunakan secara berkelanjutan oleh generasi muda.

Saran

Berdasarkan temuan yang telah diperoleh dalam penelitian ini, beberapa saran berikut dapat diajukan untuk berbagai pihak yang terlibat dalam pengembangan dan pemanfaatan QRIS, khususnya dalam menjangkau Generasi Z:

a. Untuk Penyelenggara Layanan dan Pengembang Aplikasi QRIS

Disarankan agar terus memperkuat fitur-fitur yang benar-benar dirasakan manfaatnya oleh pengguna, seperti proses transaksi yang cepat, perlindungan data yang andal, serta kemudahan dalam menghubungkan QRIS dengan berbagai layanan pembayaran lain. Selain itu, tampilan aplikasi juga perlu dirancang agar tetap simpel, intuitif, dan mudah digunakan, mengingat Generasi Z sangat menghargai kenyamanan dan efisiensi saat menggunakan teknologi.

b. Untuk Regulator dan Pembuat Kebijakan (seperti Bank Indonesia dan Pemerintah)

Program literasi keuangan digital perlu ditingkatkan, terutama dengan pendekatan yang lebih kreatif dan sesuai dengan karakter Generasi Z yang terbiasa dengan visual dan konten interaktif. Edukasi yang dilakukan melalui media sosial, video pendek, atau kampanye digital akan lebih efektif dalam memperkenalkan QRIS dan membangun pemahaman mengenai keunggulannya dalam kehidupan sehari-hari.

c. Untuk Pelaku Usaha dan UMKM

Penggunaan QRIS dalam bisnis perlu dibarengi dengan layanan pelanggan yang mendukung, seperti memberikan insentif (misalnya diskon atau cashback), kemudahan transaksi di toko maupun secara daring, serta menjaga kualitas interaksi dengan pelanggan. Langkah-langkah ini dapat menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan dan mendorong pelanggan untuk kembali bertransaksi.

d. Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini membuka ruang untuk dikembangkan lebih lanjut. Akan sangat bermanfaat jika studi di masa mendatang mencakup responden dari latar belakang dan wilayah yang lebih beragam agar hasilnya lebih representatif. Selain itu, memasukkan variabel lain seperti tingkat kepercayaan terhadap teknologi, kebiasaan dalam menggunakan aplikasi digital, atau persepsi risiko dapat memberikan pemahaman yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat generasi muda terhadap sistem pembayaran digital seperti QRIS.

DAFTAR PUSTAKA

- Babbie, E. (2010). *The Practice of Social Research* (12th ed.). Wadsworth Cengage Learning.
- Bank Indonesia. (2019). *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Bank Indonesia.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Davis, F. D. (2017). User acceptance of information technology: System characteristics, user perceptions and behavioral impacts. *International Journal of Man-Machine Studies*, 38(3), 475-487.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik pada mahasiswa di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(1), 1-13.
- Ginantra, N. L. W. S. R., Simarmata, J., Purba, R. A., Nainggolan, L. E., Munsarif, M., Rahim, R., Sulistiyowati, S., Surmayanti, S., Adani, F., & Saputra, D. H. (2020). *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis.

- Hanina, C. (2021). Implementasi sistem pembayaran digital di Indonesia: Studi kasus pada QRIS. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 6(2), 102-115.
- Hoetor, E. A., & Sastra, A. (2020). Sistem pembayaran digital dan dampaknya terhadap efisiensi ekonomi. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 18(2), 125-140.
- Jogiyanto, H. M., & Willy, A. (2009). *Sistem Informasi Teknologi*. Andi Offset.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Paramitha, I. A. P. D., & Kusumaningyuas, T. (2020). QRIS sebagai inovasi pembayaran digital pada era revolusi industri 4.0. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(3), 82-94.
- Prasetyo, D. A., & Lestari, S. (2022). Karakteristik Generasi Z sebagai potensi konsumen masa depan: Tinjauan pada adopsi teknologi keuangan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 9(1), 45-62.
- Safira, S., Rahman, A., & Wijayanti, D. (2021). Faktor-faktor penentu adopsi pembayaran berbasis QR: Kasus masyarakat urban di Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Ekonomi*, 12(3), 215-230.
- Solikin, M. (2020). *Sistem Pembayaran: Konsep, Instrumen, dan Implementasinya di Indonesia*. Penerbit Buku Kompas.
- Widyanto, H. A., Kusumawardani, K. A., & Septyawanda, A. (2020). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan dompet digital di Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 7(2), 307-318.