

PENGARUH KEMUDAHAN, KEGUNAAN, DAN KEPERCAYAAN QRIS TERHADAP PENGALAMAN GENERASI Z PADA TRANSAKSI UMKM

Maria Fitriani Fono¹, Citra Sarasmitha²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Merdeka Malang

Email: ririnfono453@gmail.com¹; citra.sarasmitha@unmer.ac.id²

Abstract

This study aims to analyze Generation Z's experience in using the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) for transactions at Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), utilizing the Technology Acceptance Model (TAM) framework. This model examines the influence of three independent variables; Perceived Ease of Use (PEOU), Perceived Usefulness (PU), and Trust on the QRIS user experience (Y). A quantitative method was employed by distributing questionnaires to 96 Generation Z students from the Faculty of Economics and Business at Universitas Merdeka Malang who actively use QRIS for transactions at MSMEs. The data were analyzed through validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis using SPSS 27. The results indicate that PEOU, PU, and Trust, both simultaneously and partially, have a positive and significant influence on Generation Z's experience in using QRIS. These findings underscore that ease of use, perceived benefits, and especially trust in system security (which has the most dominant influence) are crucial factors in shaping a positive digital transaction experience for Generation Z, while also supporting the transparency of MSME accounting information systems.

Keywords: QRIS, Generation Z, Technology Acceptance Model (TAM), MSMEs

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengalaman Generasi Z dalam menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) pada transaksi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). Model ini menguji pengaruh tiga variabel independen; persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*/PEOU), persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*/PU), dan Kepercayaan (*Trust*) terhadap pengalaman pengguna QRIS (Y). Metode kuantitatif digunakan dengan menyebarkan kuesioner kepada 96 mahasiswa Generasi Z dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang yang aktif bertransaksi menggunakan QRIS di UMKM. Data dianalisis melalui uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PEOU, PU, dan Trust secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengalaman Generasi Z dalam menggunakan QRIS. Temuan ini menggarisbawahi bahwa aspek kemudahan, manfaat yang dirasakan, dan terutama kepercayaan terhadap keamanan sistem (yang memiliki pengaruh paling dominan) adalah faktor krusial dalam membentuk pengalaman transaksi digital yang positif bagi Generasi Z, sekaligus mendukung transparansi sistem informasi akuntansi UMKM..

Kata kunci: QRIS, Generasi Z, Technology Acceptance Model (TAM), UMKM

PENDAHULUAN

Generasi Z (Gen Z), yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, kini merepresentasikan segmen demografis yang paling strategis dalam ekosistem ekonomi digital (Pichler et al., 2021). Didefinisikan sebagai *digital natives*, kelompok ini tumbuh dewasa di tengah akselerasi teknologi yang menjadikan adopsi inovasi digital sebagai bagian inheren dari kehidupan sehari-hari (Widjanarko et al., 2023). Keakraban ini membentuk ekspektasi yang tinggi terhadap kecepatan, kemudahan, dan kepraktisan

dalam setiap interaksi, terutama dalam hal transaksi finansial (Shankar et al., 2022). Oleh karena itu, Gen Z bukan sekadar target pasar, melainkan katalisator utama yang mendorong pengembangan layanan pembayaran digital. Merespons tuntutan mobilitas dan efisiensi tersebut, Bank Indonesia menghadirkan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai standar pembayaran nasional yang menyatukan berbagai penyedia layanan dalam satu ekosistem (Mareta & Meiryani, 2023). Fitur universalitas QRIS secara fundamental mengeliminasi inefisiensi transaksi tunai dan fragmentasi platform, menawarkan pengalaman *seamless* yang sangat relevan dengan gaya hidup *mobile-first* Gen Z. Lebih dari sekadar alat bayar, QRIS juga menawarkan jaminan keamanan standar bank sentral yang krusial bagi Gen Z sebagai konsumen yang kritis terhadap isu privasi dan keamanan data (Suliah & Pabulo, 2023).

Implementasi QRIS memiliki dampak yang melampaui sekadar memfasilitasi transaksi konsumtif; teknologi ini membawa implikasi signifikan terhadap modernisasi Sistem Informasi Akuntansi (SIA) pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Sudyantara & Yuwono, 2023). Dalam lingkungan bisnis yang didominasi UMKM, pengelolaan keuangan manual yang rentan kesalahan sering menjadi hambatan pertumbuhan. QRIS hadir sebagai solusi transformatif dengan menciptakan jejak digital (*digital trail*) otomatis untuk setiap transaksi (Saputra et al., 2023). Pencatatan yang *real-time* ini meningkatkan akuntabilitas dan transparansi, memungkinkan data transaksi terintegrasi ke dalam sistem akuntansi dasar untuk menghasilkan laporan keuangan yang andal. Kualitas informasi ini sangat esensial bagi pengambilan keputusan strategis, akses terhadap permodalan, serta kepatuhan pajak, yang pada akhirnya memperkuat fondasi operasional UMKM di era digital (Listiyono et al., 2024).

Meskipun QRIS menawarkan manfaat ganda baik bagi sisi konsumen maupun akuntabilitas bisnis, tingkat adopsi di lapangan masih menunjukkan fenomena yang paradoks. Di satu sisi, antusiasme Gen Z terhadap transaksi digital sangat tinggi, namun di sisi lain, kesiapan infrastruktur dan sumber daya manusia di sektor UMKM masih menghadapi tantangan. Hambatan utama mencakup keterbatasan literasi digital pelaku usaha serta preferensi pembayaran tunai yang masih mengakar kuat, sebagaimana diindikasikan oleh beberapa penelitian terdahulu (Asofa & Sholihah, 2024; Rifaldi et al., 2023). Kondisi ini menciptakan kesenjangan (*gap*) antara permintaan (*demand*) dari Gen Z yang menginginkan transaksi digital di mana pun, dengan ketersediaan layanan (*supply*) dari UMKM yang belum optimal. Kesenjangan inilah yang memotivasi penelitian ini untuk mengupas faktor-faktor pendorong pengalaman Gen Z, guna merumuskan strategi yang dapat menjembatani ketimpangan adopsi tersebut.

Untuk menganalisis fenomena ini secara mendalam, penelitian ini menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperluas (*Extended TAM*) (Gupta et al., 2022; Rafique et al., 2020). Mengingat sifat transaksi finansial yang sensitif terhadap risiko, model TAM klasik yang hanya berfokus pada aspek teknis dinilai perlu diintegrasikan dengan variabel Kepercayaan (*Trust*) (Jeong & Kim, 2023). Penelitian ini mengajukan premis bahwa penerimaan teknologi pembayaran tidak hanya bergantung pada persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) dan persepsi kegunaan

(*Perceived Usefulness*), tetapi juga sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan sistem. Oleh karena itu, tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis dan membuktikan secara empiris pengaruh PEOU, PU, dan *Trust* terhadap pengalaman Generasi Z dalam menggunakan QRIS di gerai UMKM.

Melalui pembuktian empiris tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dengan memperkaya literatur mengenai adopsi teknologi *fintech* di negara berkembang, khususnya dalam memvalidasi peran vital variabel kepercayaan. Secara praktis, hasil penelitian ini diproyeksikan dapat menjadi landasan bagi Bank Indonesia dan penyedia jasa pembayaran dalam merumuskan kebijakan yang menyeimbangkan aspek kemudahan dan keamanan. Selain itu, temuan ini juga memberikan wawasan bagi pelaku UMKM mengenai pentingnya transformasi digital untuk menangkap potensi pasar Gen Z, sehingga dapat mendorong percepatan inklusi keuangan dan terciptanya ekosistem ekonomi digital yang lebih inklusif dan akuntabel di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

Populasi yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Merdeka Malang yang telah teridentifikasi aktif menggunakan layanan pembayaran digital QRIS untuk berbagai keperluan transaksi. Berdasarkan data administrasi yang diperoleh dari Tata Usaha FEB Unmer Malang, total populasi yang relevan untuk diuji berjumlah 2.166 orang.

Untuk menentukan jumlah sampel representatif dari populasi ini, penelitian menggunakan metode *Simple Random Sampling*, yang memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk terpilih. Perhitungan jumlah sampel minimum dilakukan menggunakan rumus Slovin, dengan menetapkan tingkat kesalahan (e) sebesar 10% (yang setara dengan 0,1²). Perhitungan tersebut adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = n = \frac{2.166}{1+2.166(0,01)^2} = n = \frac{2.166}{22,67} = n = 95,55$$

Berdasarkan hasil perhitungan matematis tersebut, diperoleh angka sekitar 95,55 responden. Oleh karena itu, ditetapkan secara konservatif bahwa jumlah sampel minimum yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden, guna memastikan data yang terkumpul memiliki validitas yang memadai untuk merepresentasikan perilaku seluruh populasi mahasiswa pengguna QRIS di FEB Universitas Merdeka Malang.

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang bersifat kuantitatif. Data ini merupakan informasi yang dikumpulkan secara langsung dari sumber aslinya, yaitu para responden, melalui instrumen survei terstruktur. Proses pengumpulan data dilaksanakan menggunakan kuesioner online yang didistribusikan melalui platform *Google Form*, menjamin efisiensi dan jangkauan yang luas di kalangan mahasiswa. Kuesioner ini disusun berdasarkan indikator-indikator operasional dari variabel penelitian (PEOU, PU, *Trust*, dan Pengalaman Penggunaan) dan diukur menggunakan skala Likert

5 poin, yang membentang dari nilai 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga nilai 5 (Sangat Setuju). Model pengumpulan data ini dirancang untuk menghasilkan data numerik yang valid dan siap diolah dengan teknik statistik .

Tabel 1. Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator Pengukuran
PEOU (X1)	Persepsi individu bahwa QRIS mudah dipelajari dan digunakan tanpa usaha besar.	Kemudahan belajar, Kemudahan penggunaan, Ketersediaan dukungan teknis, Ketersediaan sumber daya.
PU (X2)	Persepsi individu bahwa QRIS memberikan manfaat nyata, meningkatkan efektivitas, dan produktivitas dalam bertransaksi.	Efektivitas teknologi, Keuntungan teknologi, Keterikatan teknologi dengan tugas, Relevansi teknologi.
Trust (X3)	Keyakinan pengguna terhadap keamanan, keandalan sistem, dan komitmen penyedia layanan dalam melindungi data dan transaksi.	Keamanan menyimpan info keuangan, Keamanan bertransaksi, Keamanan memberikan info pribadi.
Pengalaman Pengguna (Y)	Pandangan Gen Z mengenai kemudahan, keuntungan, dan kepuasan secara keseluruhan dalam menggunakan QRIS pada UMKM.	Kenyamanan pengguna, Efisiensi transaksi, Kepuasan pelanggan, Keamanan transaksi, Kesiediaan menggunakan kembali.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini akan dilakukan secara kuantitatif dengan bantuan program statistik SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 27. Proses analisis dibagi menjadi tiga tahapan utama yang berurutan, memastikan kualitas instrumen, validitas model regresi, dan pengujian hipotesis (Ghozali, 2018).

Uji Kualitas Instrumen

Tahap awal adalah menguji kelayakan data yang berasal dari kuesioner:

- Uji Validitas: Uji ini bertujuan memastikan bahwa setiap item pertanyaan benar-benar mengukur variabel yang dimaksud. Kriteria penerimaan dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi Pearson rhitung dengan rtabel. Item dinyatakan valid jika rhitung lebih besar dari rtabel (0,202) pada tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$) 5%.
- Uji Reliabilitas: Uji ini menilai konsistensi dan keandalan instrumen. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari ambang batas 0,60, menunjukkan instrumen mampu memberikan hasil yang konsisten jika pengukuran diulang.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, model harus memenuhi asumsi klasik untuk menjamin hasil yang tidak bias (*Best Linear Unbiased Estimator/BLUE*):

- Normalitas: Diuji menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Data dianggap terdistribusi normal jika nilai Asymp. Sig. (Signifikansi) lebih besar dari 0,05.
- Multikolinearitas: Diuji untuk mendeteksi adanya hubungan yang terlalu kuat antar variabel bebas. Model dianggap bebas dari multikolinearitas jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10.
- Heteroskedastisitas: Diuji menggunakan Uji Glejser untuk memastikan varian residual bersifat konstan. Model dianggap bebas dari heteroskedastisitas jika nilai signifikansi variabel bebas pada model regresi nilai absolut residual lebih besar dari 0,05.
- Autokorelasi: Diuji menggunakan *Runs Test* (atau Durbin-Watson) untuk memastikan tidak ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode $t-1$. Model dianggap bebas dari autokorelasi jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Uji Hipotesis dan Model Regresi

Pengujian hipotesis dilakukan melalui Analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan model: $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$

Di mana Y adalah Pengalaman Penggunaan QRIS; X_1 adalah PEOU; X_2 adalah PU; X_3 adalah *Trust*; α adalah konstanta; $\beta \{1,2,3\}$ adalah koefisien regresi; dan e adalah *error term*.

Pengujian lebih lanjut meliputi:

- Uji F (Simultan): Menguji apakah semua variabel bebas (X_1, X_2, X_3) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Uji ini menentukan ketepatan model (*Model Fit*).
- Uji t (Parsial): Menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas (X_1, X_2, X_3) secara individu terhadap variabel terikat (Y). Uji ini digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis parsial (H_1, H_2, H_3).
- Koefisien Determinasi (R^2): Mengukur seberapa besar kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai R^2 menunjukkan persentase sumbangan pengaruh PEOU, PU, dan *Trust* terhadap pengalaman Generasi Z menggunakan QRIS.

LANDASAN TEORETIS

Sistem pembayaran digital saat ini bukan lagi sekadar alternatif, melainkan tulang punggung bagi efisiensi ekonomi modern. Teknologi seperti *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) mewakili seperangkat instrumen canggih yang dirancang untuk memfasilitasi pertukaran nilai non-tunai secara cepat, aman, dan efisien. Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), adopsi QRIS membawa manfaat ganda:

mempercepat laju transaksi di kasir dan secara fundamental merevolusi transparansi keuangan internal mereka. Setiap pembelian atau penjualan yang diselesaikan melalui QRIS secara otomatis meninggalkan jejak digital, sebuah rekaman real-time yang menghilangkan kebutuhan akan pencatatan manual yang rentan kesalahan. Transparansi yang ditingkatkan ini, sebagaimana ditegaskan oleh Puriati et al. (2023), sangat krusial untuk membangun akuntabilitas internal dan secara langsung meningkatkan kualitas serta keandalan laporan keuangan UMKM.

Untuk menganalisis mengapa individu menerima atau menolak teknologi baru, *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 menjadi kerangka teoretis yang paling relevan dan kokoh (Mensah & Luo, 2021). Model ini berakar pada psikologi sosial, berpusat pada premis bahwa niat seseorang untuk menggunakan sistem didorong oleh dua konstruksi utama yang secara kognitif memengaruhi persepsi pengguna. Konstruk pertama adalah *Perceived Ease of Use* (PEOU), yakni keyakinan individu bahwa mengadopsi dan menggunakan teknologi tersebut tidak memerlukan usaha mental atau fisik yang berlebihan. Menurut Wicaksono & Maharani (2020), semakin intuitif, sederhana, dan bebas hambatan sebuah teknologi dirasakan, semakin tinggi kecenderungannya untuk diterima secara luas.

Konstruk inti kedua dalam model TAM adalah *Perceived Usefulness* (PU), yaitu keyakinan seorang pengguna bahwa penggunaan teknologi tersebut akan secara nyata meningkatkan kinerja, efektivitas, atau produktivitas dalam mencapai tujuan mereka (Davis, 1989; Yuen et al., 2021). Dalam konteks pembayaran, ini berarti pengguna yakin bahwa QRIS lebih cepat, lebih aman, atau lebih nyaman daripada metode pembayaran tunai tradisional. Logikanya dapat diformulasikan secara sederhana. Menurut Liew & Farhat (2019) manfaat yang dirasakan secara signifikan akan memicu niat yang kuat untuk mengintegrasikan teknologi tersebut ke dalam kebiasaan sehari-hari. Kedua variabel ini, PEOU dan PU, membentuk inti dari keputusan penerimaan, menjelaskan mengapa beberapa teknologi berhasil diadopsi secara massal sementara yang lain gagal.

Namun, dalam ranah pembayaran digital, di mana data pribadi dan dana finansial dipertaruhkan, model TAM standar perlu diperkaya dengan faktor yang sangat fundamental, yaitu Kepercayaan (*Trust*). McKnight & Chervany (2001) mendefinisikan *trust* dalam konteks ini sebagai keyakinan mutlak pengguna bahwa sistem QRIS tidak hanya efisien, tetapi juga aman, andal, dan memiliki kapabilitas untuk melindungi data serta dana mereka dari ancaman. Kepercayaan menjadi variabel esensial yang memediasi penerimaan teknologi finansial. Alfani & Ariani (2024) bahkan menyoroti bahwa *trust* adalah prasyarat yang tidak dapat dinegosiasikan dalam adopsi QRIS, karena secara langsung berhubungan dengan persepsi pengguna terhadap risiko keamanan dan kerentanan sistem. Oleh karena itu, integritas dan keandalan sistem adalah jembatan yang menghubungkan kemudahan dan kegunaan yang dirasakan dengan keputusan aktual pengguna Gen Z untuk bertransaksi secara digital.

Pengembangan Hipotesis

Penelitian ini bertujuan menguji validitas model penerimaan teknologi yang diperluas (*Extended Technology Acceptance Model*) untuk memahami faktor-faktor fundamental yang mendorong pengalaman positif Generasi Z dalam menggunakan QRIS. Tiga hipotesis utama diajukan untuk memprediksi adopsi dan kepuasan pengguna di segmen pasar yang sangat digital ini.

H1: Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) terhadap Pengalaman Gen Z Menggunakan QRIS

Kemudahan penggunaan adalah prasyarat utama yang sangat dihargai oleh digital native seperti Gen Z. Hipotesis ini berasumsi bahwa persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) berpengaruh positif terhadap pengalaman Generasi Z menggunakan QRIS. Semakin intuitif, cepat dipelajari, dan bebas hambatan teknis saat dioperasikan, semakin tinggi pula kepuasan dan kualitas pengalaman transaksi Gen Z (Wahyuningrum, 2025; Jati et al., 2023).

H2: Pengaruh Persepsi Kegunaan (PU) terhadap Pengalaman Gen Z Menggunakan QRIS

Selain mudah, teknologi harus memberikan manfaat yang konkret. Hipotesis kedua ini menyatakan bahwa persepsi kegunaan (PU) berpengaruh positif terhadap pengalaman Generasi Z menggunakan QRIS. Keyakinan bahwa QRIS mampu mempercepat proses pembayaran secara signifikan, meningkatkan efisiensi waktu, dan mempermudah mereka dalam mengelola atau memantau pengeluaran pribadi akan secara langsung meningkatkan tingkat kepuasan dan pengalaman yang memuaskan (Rahimi et al., 2024; Ratnawati & Malik, 2024).

H3: Pengaruh Kepercayaan (*Trust*) terhadap Pengalaman Gen Z Menggunakan QRIS

Dalam transaksi finansial, aspek keamanan adalah fondasi yang tak terhindarkan. Hipotesis terakhir ini menegaskan bahwa tingkat kepercayaan (*Trust*) berpengaruh positif terhadap pengalaman Generasi Z menggunakan QRIS. Keyakinan penuh Gen Z bahwa sistem QRIS aman, andal, menjaga kerahasiaan data finansial, dan transparan dalam pencatatan akan menciptakan rasa nyaman dan menghilangkan kecemasan, yang pada akhirnya meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan (Alfani & Ariani, 2024; Dianawati & Kusuma, 2025).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Responden

Responden penelitian terdiri dari 96 mahasiswa FEB Universitas Merdeka Malang. Mayoritas responden adalah perempuan (59,4%) dan berada dalam rentang usia Gen Z, yaitu 19-22 tahun (61,5%). Sebagian besar responden (37,5%) telah menggunakan

QRIS selama lebih dari dua tahun, mengindikasikan tingkat pengalaman dan adopsi yang tinggi.

Tabel 2. Deskripsi Data Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	39	40,6%
	Perempuan	57	59,4%
Usia	19-22 Tahun	59	61,5%
	23-25 Tahun	37	38,5%
Lama Menggunakan QRIS	Kurang 1 Tahun	31	32,3%
	1-2 Tahun	29	30,2%
	Lebih 2 Tahun	36	37,5%

Uji Instrumen dan Asumsi Klasik

Uji Instrumen

Uji Validitas: Seluruh item pernyataan pada variabel PEOU (X1), PU (X2), Trust (X3), dan Pengalaman Pengguna (Y) dinyatakan valid. Nilai r_{hitung} seluruh item berada di atas r_{tabel} (0,202), dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Keterangan
Pengalaman Pengguna (Y)	Y1	0,857	0,202	0,000	Valid
	Y2	0,776	0,202	0,000	Valid
	Y3	0,815	0,202	0,000	Valid
	Y4	0,738	0,202	0,000	Valid
PEOU (X1)	X1.1	0,833	0,202	0,000	Valid
	X1.2	0,851	0,202	0,000	Valid
	X1.3	0,795	0,202	0,000	Valid
	X1.4	0,813	0,202	0,000	Valid
PU (X2)	X2.2	0,891	0,202	0,000	Valid
	X2.2	0,804	0,202	0,000	Valid
	X2.3	0,905	0,202	0,000	Valid
	X2.4	0,839	0,202	0,000	Valid
Trust (X3)	X3.1	0,891	0,202	0,000	Valid
	X3.2	0,827	0,202	0,000	Valid
	X3.3	0,880	0,202	0,000	Valid

Uji Reliabilitas: Seluruh variabel dinyatakan reliabel. Nilai Cronbach's Alpha untuk X1 (0,833), X2 (0,883), X3 (0,833), dan Y (0,802) semuanya jauh di atas batas minimal 0,60, menunjukkan konsistensi internal instrumen yang sangat baik (lihat tabel 4).

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Pengalaman Pengguna (Y)	0,802	Reliabel
PEOU (X1)	0,833	Reliabel
PU (X2)	0,883	Reliabel
Trust (X3)	0,833	Reliabel

Uji Asumsi Klasik

Model regresi telah memenuhi seluruh asumsi klasik. Data berdistribusi normal (sig. 0,114 > 0,05), tidak terjadi multikolinearitas (VIF X1= 2,875 ; X2= 2,506; X3= 1,470), tidak terdapat heteroskedastisitas (Sig. Glejser > 0,05), dan residual bersifat acak tanpa autokorelasi (Runs Test Sig. 0,837 > 0,05). Model dinyatakan layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Tabel 5. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi	Hasil Statistik	Kriteria	Keterangan
Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)	Asymp. Sig. (2-tailed): 0,114	> 0,05	Data berdistribusi normal.
Multikolinearitas	VIF X1: 2,875; VIF X2: 2,506; VIF X3: 1,470	VIF < 10 & Tolerance > 0,10	Tidak terjadi multikolinearitas.
Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	Sig. X1: 0,605; Sig. X2: 0,191; Sig. X3: 0,903	> 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas.
Autokorelasi (Runs Test)	Asymp. Sig. (2-tailed): 0,837	> 0,05	Residual bersifat acak (bebas autokorelasi).

Uji Hipotesis dan Analisis Regresi*Uji Regresi Linear Berganda*

Persamaan regresi linear berganda yang diperoleh: $Y = 1.586 + 0.254X1 + 0.352X2 + 0.405X3$. Hasilnya menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memiliki koefisien positif dan signifikan, dengan nilai t_{hitung} masing-masing melebihi t_{tabel} (1,979) sehingga seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap Y. Temuan tersebut menegaskan bahwa setiap variabel memberikan kontribusi yang berarti dalam meningkatkan nilai pengalaman pengguna sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 6.

Tabel 6. Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien (β)	Sig.	t_{hitung}	t_{tabel} (1,979)	Keterangan
Konstanta (α)	1,568	0,169	1,385	-	-
PEOU (X1)	0,254	0,007	2,757	1,979	Positif, Signifikan
PU (X2)	0,352	0,000	3,883	1,979	Positif, Signifikan
Trust (X3)	0,405	0,000	4,837	1,979	Positif, Signifikan

Uji Ketepatan Model (Uji F)

Dengan $F_{hitung} (67,695) > F_{tabel} (2,45)$ dan nilai Sig. ($0,000 < 0,05$), disimpulkan bahwa variabel PEOU, PU, dan *Trust* secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap pengalaman Generasi Z dalam menggunakan QRIS. Temuan ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan variasi pengalaman pengguna secara menyeluruh, sehingga model regresi dinilai layak dan memiliki kemampuan prediktif yang baik, sebagaimana tersaji pada Tabel 7.

Tabel 7. Uji Ketepatan Model (Uji F)

Model	Fhitung	Sig.	Ftabel (2,45)	Keterangan
Regresi	67,695	0,000	2,45	Signifikan

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 sebesar 0,688 (atau 68,8%) menunjukkan bahwa variasi perubahan pada variabel Pengalaman Generasi Z dalam menggunakan QRIS (Y) mampu dijelaskan oleh variabel PEOU, PU, dan *Trust*. Sisanya sebesar 31,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, yang mengindikasikan bahwa masih terdapat variabel lain yang dapat memengaruhi pengalaman pengguna namun tidak dimasukkan dalam analisis regresi pada penelitian ini dan informasinya tercantum dalam tabel berikut.

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R Square (R^2)	Adjusted R Square
1	0,688	0,678

Analisis statistik yang didukung oleh program SPSS versi 27 telah memberikan konfirmasi yang signifikan terhadap model *Extended Technology Acceptance Model* (TAM) yang diuji. Secara kolektif, temuan empiris ini menegaskan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU), Persepsi Kegunaan (PU), dan Kepercayaan (*trust*) secara simultan dan parsial merupakan faktor-faktor utama yang kuat dan signifikan dalam membentuk pengalaman positif Generasi Z saat menggunakan QRIS untuk transaksi di UMKM.

Bukti statistik yang diperoleh menunjukkan bahwa semua hipotesis (H1, H2, dan H3) diterima karena setiap variabel independen berhasil melampaui ambang batas signifikansi yang ditetapkan ($\alpha = 0,05$). Yang menjadi temuan paling menonjol adalah munculnya Kepercayaan (*Trust*) sebagai prediktor yang paling dominan (*koefisien positif tertinggi*), menggarisbawahi bahwa bagi Gen Z, meskipun efisiensi itu penting, jaminan keamanan dan keandalan sistem pembayaran adalah penentu utama pengalaman pengguna. Uraian selanjutnya akan membedah secara rinci hasil pengujian setiap hipotesis ini, mengaitkannya dengan dukungan temuan studi terdahulu dan implikasi teoretis yang relevan.

H1: Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) terhadap Pengalaman Pengguna QRIS

Hasil pengujian statistik menunjukkan bukti empiris yang kuat untuk menerima Hipotesis 1, di mana nilai *t* hitung sebesar 2,757 melampaui *t* tabel (1,979) dengan tingkat signifikansi 0,007 yang berada jauh di bawah ambang batas 0,05. Koefisien regresi positif sebesar 0,254 mengindikasikan adanya korelasi linear yang searah: semakin sederhana dan mudah antarmuka serta proses penggunaan QRIS, semakin positif pengalaman yang dirasakan oleh Generasi Z. Temuan ini memvalidasi postulat dasar dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989), yang menempatkan kemudahan penggunaan sebagai determinan awal dan prasyarat fundamental sebelum seseorang memutuskan untuk mengadopsi teknologi baru.

Dalam konteks perilaku konsumen Generasi Z yang dikenal sebagai *digital native*, preferensi terhadap teknologi yang minim hambatan (*frictionless*) menjadi sangat krusial. Bagi kohort ini, kompleksitas adalah deterren atau penghalang utama. Mekanisme QRIS yang menyederhanakan seluruh rangkaian pembayaran menjadi sekadar "pindai dan bayar" (*scan and pay*) secara drastis mereduksi beban kognitif dan usaha fisik pengguna. Kemudahan ini tidak hanya dimaknai sebagai kecepatan transaksi, tetapi juga sebagai eliminasi atas prosedur input manual yang rentan kesalahan. Sifat *effortless* ini memenuhi ekspektasi Gen Z akan layanan instan yang selaras dengan gaya hidup mereka yang serba cepat dan mobile.

Lebih jauh lagi, dimensi kemudahan ini berimplikasi pada aspek transparansi keuangan. Sistem QRIS yang secara otomatis mencatat riwayat transaksi menawarkan kemudahan administratif yang sebelumnya sulit didapatkan melalui pembayaran tunai. Akurasi pencatatan tanpa perlu intervensi manual memberikan nilai tambah berupa kejelasan histori keuangan, yang secara tidak langsung mendukung literasi pencatatan keuangan pengguna. Validitas argumen ini diperkuat oleh temuan empiris dari Jati et al. (2023) serta studi terbaru Wahyuningrum (2025), yang secara konsisten menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) bertindak sebagai katalisator utama dalam meningkatkan kepuasan pengguna serta minat keberlanjutan penggunaan teknologi pembayaran digital.

H2: Pengaruh Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) terhadap Pengalaman Pengguna QRIS

Analisis terhadap Hipotesis 2 mengonfirmasi bahwa persepsi kegunaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pengalaman pengguna, ditunjukkan dengan nilai *t* hitung yang impresif sebesar 3,883 ($> 1,979$) dan signifikansi absolut 0,000. Dengan koefisien beta sebesar 0,352, variabel ini terbukti memiliki daya pengaruh yang lebih besar dibandingkan variabel kemudahan penggunaan. Hal ini menegaskan bahwa bagi pengguna, sekadar "mudah" tidaklah cukup; teknologi tersebut harus menawarkan utilitas atau manfaat fungsional yang nyata untuk meningkatkan kualitas aktivitas harian mereka, sebagaimana digariskan dalam kerangka teori TAM sebagai faktor motivasi utama.

Kegunaan QRIS bagi Generasi Z bermanifestasi dalam bentuk efisiensi waktu dan kenyamanan bertransaksi yang superior dibandingkan metode konvensional. Salah satu nilai utilitas terbesar yang dirasakan adalah penyelesaian masalah klasik dalam transaksi tunai, seperti ketiadaan uang kembalian (*receh*) atau risiko membawa uang tunai dalam jumlah besar. Khususnya dalam ekosistem UMKM, adopsi QRIS telah mendobrak hambatan transaksi non-tunai yang sebelumnya dianggap eksklusif untuk gerai modern. Bagi Gen Z, kemampuan untuk melakukan pembayaran presisi hingga digit terakhir tanpa pembulatan yang merugikan merupakan bentuk efisiensi ekonomi yang nyata.

Selain aspek transaksional, persepsi kegunaan juga didorong oleh fitur nilai tambah berupa integrasi manajemen keuangan. Kemampuan sistem QRIS dalam menyediakan notifikasi *real-time* dan bukti transaksi digital memungkinkan pengguna memiliki kontrol penuh atas arus kas mereka. Fitur ini sangat relevan bagi generasi yang semakin sadar akan kesehatan finansial dan membutuhkan alat bantu untuk memonitor pengeluaran secara akurat. Temuan ini sejalan dengan riset Rahimi et al. (2024) dan Ratnawati & Malik (2024), yang menyimpulkan bahwa manfaat fungsional baik dari sisi efisiensi proses maupun manajemen personal adalah kunci utama dalam membentuk pengalaman positif dan penerimaan jangka panjang terhadap teknologi pembayaran digital.

H3: Pengaruh Kepercayaan (*Trust*) terhadap Pengalaman Pengguna QRIS

Hipotesis 3 diterima dengan pembuktian statistik yang paling kuat di antara seluruh variabel independen, mencatatkan nilai *t*-hitung tertinggi sebesar 4,837 dan signifikansi 0,000. Koefisien regresi sebesar 0,405 menempatkan variabel Kepercayaan (*Trust*) sebagai faktor paling dominan dan kritical dalam memengaruhi pengalaman pengguna QRIS di kalangan Gen Z. Dominasi variabel ini mengindikasikan bahwa dalam ekosistem teknologi finansial (*fintech*), rasa aman adalah fondasi absolut; secanggih atau semudah apa pun sebuah sistem, adopsi tidak akan terjadi secara optimal tanpa adanya kepercayaan terhadap integritas sistem tersebut.

Tingginya signifikansi kepercayaan ini bersumber dari persepsi pengguna terhadap QRIS sebagai standar pembayaran nasional yang terlegitimasi di bawah regulasi ketat Bank Indonesia. Status ini memberikan jaminan institusional yang mereduksi persepsi risiko (*perceived risk*) terkait kehilangan dana atau kegagalan transaksi. Bagi Generasi Z yang kritis dan memiliki kesadaran tinggi terhadap isu privasi data (*data privacy*), jaminan bahwa data pribadi dan informasi perbankan mereka terlindungi melalui enkripsi yang andal adalah parameter utama kepuasan. Kepercayaan ini menciptakan rasa tenang (*peace of mind*) yang merupakan komponen intangible namun vital dalam pengalaman pengguna.

Oleh karena itu, kepercayaan bukan hanya pemicu adopsi awal, melainkan faktor retensi yang menjaga loyalitas pengguna. Ketika pengguna percaya bahwa sistem beroperasi dengan andal, transparan, dan aman dari ancaman siber, tingkat kenyamanan psikologis mereka meningkat signifikan. Hal ini mengafirmasi hasil penelitian Dianawati & Kusuma (2025) serta Alfani & Ariani (2024), yang menempatkan kepercayaan sebagai

variabel sentral dalam ekosistem pembayaran digital. Kesimpulannya, transparansi sistem dan jaminan keamanan bukan sekadar fitur pelengkap, melainkan prasyarat mutlak untuk menciptakan pengalaman penggunaan yang berkelanjutan dan positif di mata pengguna digital masa kini.

KESIMPULAN

Penelitian ini secara tegas mengonfirmasi bahwa *Technology Acceptance Model* (TAM), yang diperluas dengan variabel Kepercayaan (*Trust*), merupakan kerangka yang sangat efektif dan kuat untuk menjelaskan pengalaman positif Generasi Z dalam menggunakan QRIS untuk bertransaksi di lingkungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Secara kolektif, model ini terbukti memiliki daya prediksi yang signifikan, mampu menjelaskan hingga 68,8% variasi pengalaman pengguna QRIS. Tiga temuan utama yang mendukung kesimpulan ini adalah:

1. Kemudahan Adalah Kunci Efisiensi: Persepsi Kemudahan Penggunaan (*PEOU*) terbukti berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini menegaskan bahwa bagi Gen Z, kesederhanaan, kepraktisan, dan kemudahan dalam mengoperasikan QRIS adalah pintu masuk utama menuju pengalaman transaksi yang cepat dan efisien.
2. Manfaat Nyata Membangun Kepuasan: Persepsi Kegunaan (*PU*) juga berpengaruh positif dan signifikan, yang menggarisbawahi bahwa manfaat fungsional QRIS, seperti efisiensi waktu dan percepatan proses pembayaran, merupakan elemen penting yang meningkatkan kepuasan dan kualitas pengalaman pengguna.
3. Kepercayaan sebagai Fondasi Utama: Variabel Kepercayaan (*Trust*) muncul sebagai prediktor yang paling dominan dan berpengaruh positif signifikan. Temuan ini dengan jelas menunjukkan bahwa jaminan keamanan sistem, perlindungan data, dan keandalan sistem adalah faktor utama yang membentuk rasa nyaman dan menciptakan pengalaman positif berkelanjutan bagi Gen Z terhadap sistem pembayaran digital.

Implikasi Penelitian

Implikasi Teoritis

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi yang berharga dengan memvalidasi perluasan Model TAM (*PEOU*, *PU*, dan *Trust*) dalam konteks spesifik layanan finansial digital, yaitu QRIS, yang diterapkan pada segmen Gen Z dan UMKM di Indonesia. Kontribusi paling signifikan adalah pembuktian empiris bahwa Kepercayaan (*Trust*) memiliki kekuatan prediktif tertinggi, yang menempatkan isu keamanan dan keandalan sistem sebagai fondasi yang lebih fundamental daripada sekadar kemudahan atau kegunaan dalam adopsi layanan finansial digital.

Implikasi Praktis

1. Bagi Regulator dan Penyedia Jasa Pembayaran (PJP): indikasi hasil penelitian perlunya prioritas tertinggi pada aspek keamanan siber dan transparansi sistem.

Karena *trust* adalah faktor penentu utama, komunikasi mengenai jaminan keamanan dan keandalan QRIS harus terus diperkuat dan disosialisasikan secara masif untuk meningkatkan pengalaman positif pengguna Gen Z.

2. Bagi Pelaku UMKM: Adopsi QRIS tidak boleh dilihat hanya sebagai alat pembayaran yang mudah, tetapi sebagai solusi integral untuk efisiensi operasional dan transparansi pencatatan keuangan. Otomatisasi transaksi yang difasilitasi oleh QRIS secara langsung mendukung Sistem Informasi Akuntansi (SIA) UMKM menjadi lebih akuntabel dan profesional.
3. Bagi Akademisi dan Kampus: Temuan ini dapat diintegrasikan ke dalam kurikulum untuk meningkatkan literasi digital dan akuntansi di kalangan mahasiswa, menekankan pentingnya penggunaan teknologi pembayaran sebagai alat kontrol dan transparansi keuangan pribadi.

Keterbatasan dan Saran Penelitian Lanjutan

Meskipun model penelitian ini kuat, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Keterbatasan utama terletak pada fokus sampel yang terbatas, yakni hanya melibatkan mahasiswa dari satu fakultas (FEB) di satu universitas di Malang, yang membatasi generalisasi temuan pada Gen Z dengan latar belakang ekonomi yang spesifik. Selain itu, model ini masih menyisakan 31,2% variasi pengalaman pengguna yang belum dapat dijelaskan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk:

1. Memperluas jangkauan sampel ke Gen Z dari berbagai latar belakang fakultas, universitas, atau bahkan kota lain, untuk meningkatkan daya generalisasi temuan.
2. Mengintegrasikan variabel eksternal lain ke dalam model TAM, seperti Pengaruh Sosial (*Social Influence*), Persepsi Biaya (*Perceived Cost*), atau Kualitas Layanan (*Service Quality*), guna mengungkap dan menjelaskan sisa variasi pengalaman pengguna yang belum terangkum dalam model ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada penulis kedua yang telah membaca dengan cermat dan memberikan masukan yang konstruktif untuk penyempurnaan artikel ini, khususnya pada bagian pembahasan hasil penelitian dan analisis regresi yang menjadi inti penarikan kesimpulan. Selain itu, penulis juga berterima kasih kepada para responden yang telah meluangkan waktu dan memberikan pendapat mereka yang sangat berguna bagi kelancaran dan keberhasilan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfani, R. S., & Ariani, K. R. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (Qris). *Eduonomika*, 8(1), 1–8.
- Asofa, E. D., & Sholihah, D. D. (2024). Implementasi QRIS (QR Code Indonesian Standard) sebagai Media Pembayaran Elektronik bagi UMKM di Kelurahan

- Gunung Anyar Tambak. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(1), 42–48. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i1.511>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dianawati, P. S., & Kusuma, P. S. A. J. (2025). Menguak Minat Generasi “Z” di Denpasar Mengadopsi Qris. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 6(3), 1084–1094. <https://doi.org/10.47467/elmal.v6i3.6638>
- Gupta, S., Abbas, A. F., & Srivastava, R. (2022). Technology Acceptance Model (TAM): A Bibliometric Analysis from Inception. *Journal of Telecommunications and the Digital Economy*, 10(3), 77–106. <https://doi.org/10.18080/jtde.v10n3.598>
- Jati, A. G. N., Margono, F. P., Ardiyono, T. A., & Wulansari, A. (2023). Analisis Faktor Tingkat Kepercayaan Penggunaan Qris Pada Umkm Di Surabaya Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *Djtechno: Jurnal Teknologi Informasi*, 4(1), 141–153. <https://doi.org/10.46576/djtechno.v4i1.3319>
- Jeong, S. H., & Kim, H. K. (2023). Effect of Trust in Metaverse on Usage Intention through Technology Readiness and Technology Acceptance Model. *Tehnicki Vjesnik - Technical Gazette*, 30(3), 837–845. <https://doi.org/10.17559/TV-20221111061245>
- Liew, Y. S., & Falahat, M. (2019). Factors influencing consumers’ purchase intention towards online group buying in Malaysia. *International Journal of Electronic Marketing and Retailing*, 10(1), 60–77. <https://doi.org/10.1504/IJEMR.2019.096627>
- Listiyono, H., Sunardi, S., Wahyudi, E. N., & Diartono, D. A. (2024). Dinamika Implementasi QRIS: Meninjau Peluang dan Tantangan bagi UMKM Indonesia. *IKRA-ITH Informatika : Jurnal Komputer Dan Informatika*, 8(2), 120–126. <https://doi.org/10.37817/ikraith-informatika.v8i2.2967>
- Mareta, Y., & Meiryani, M. (2023). Determinants of Interest Using QRIS as a Payment Technology For E-Wallet by Z Generation in Indonesia. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(2), 800–809. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v8i2.11175>
- McKnight, D. H., & Chervany, N. L. (2001). What Trust Means in E-Commerce Customer Relationships: An Interdisciplinary Conceptual Typology. *International Journal of Electronic Commerce*, 6(2), 35–59. <https://doi.org/10.1080/10864415.2001.11044235>
- Mensah, I. K., & Luo, C. (2021). Exploring Factors Determining Chinese College Students’ Satisfaction With E-Government Services. *Information Resources Management Journal*, 34(3), 1–20. <https://doi.org/10.4018/IRMJ.2021070101>
- Pichler, S., Kohli, C., & Granitz, N. (2021). DITTO for Gen Z: A framework for leveraging the uniqueness of the new generation. *Business Horizons*, 64(5), 599–610. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.02.021>
- Puriati, N. M., Sugiartana, I. W., & Mertaningrum, N. P. E. (2023). Efektivitas Penerapan Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Pada Umkm Di Kabupaten Karangasem. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 13(3), 332–338. <https://doi.org/10.23887/jiah.v13i3.70942>

- Rafique, H., Almagrabi, A. O., Shamim, A., Anwar, F., & Bashir, A. K. (2020). Investigating the Acceptance of Mobile Library Applications with an Extended Technology Acceptance Model (TAM). *Computers & Education*, 145, 103732. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.103732>
- Rahimi, Y., Restuti, S., & Wasnury, R. (2024). Analisis Penggunaan QRIS (Quick Response Indonesian Standard) Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(1), 177–187. <https://doi.org/10.21776/jmpmk.2024.03.1.18>
- Ratnawati, A. T., & Malik, A. (2024). The Effect of Perceived Ease of Use, Benefits, and Risks on Intention in Using the Quick Response Code Indonesian Standard. *GLOBAL BUSINESS FINANCE REVIEW*, 29(7), 110–125. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2024.29.7.110>
- Rifaldi, R., Farid, E. S., & Auriza, M. Z. (2023). Preferensi Mahasiswa Generasi Z di Kota Palu: Meningkatkan Literasi Digital melalui QRIS M Banking. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 5(2), 166–184. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v5i2.222.166-184>
- Saputra, M., Pratisti, C., Badri, R. E., Fadila, K., & Triloka, J. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Platform Social Media Menuju Umkm Digital. *Jurnal Abdi Insani*, 10(3), 1853–1861. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i3.1089>
- Shankar, N., Vinod, S., & Kamath, R. (2022). Financial well-being – A Generation Z perspective using a Structural Equation Modeling approach. *Investment Management and Financial Innovations*, 19(1), 32–50. [https://doi.org/10.21511/imfi.19\(1\).2022.03](https://doi.org/10.21511/imfi.19(1).2022.03)
- Sudyantara, S. C., & Yuwono, A. (2023). Mengelola penggunaan QRIS dan QRcode dalam meningkatkan kualitas layanan bagi UMKM. *Insight Management Journal*, 3(3), 252–258. <https://doi.org/10.47065/imj.v3i3.271>
- Suliah, & Pabulo, A. M. A. (2023). Pengaruh Media Sosial, Pengetahuan, dan Kemudahan Penggunaan QRIS terhadap Minat Generasi Z dalam Mengadopsi Teknologi Pembayaran Digital. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 5(2), 619–625.
- Wahyuningrum, M. Y. A. (2025). Peran Persepsi Manfaat, Kemudahan, dan Kepercayaan Dalam Mempengaruhi Keinginan Menggunakan QRIS. *INVESTASI: Inovasi Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(2), 88–99. <https://doi.org/10.59696/investasi.v3i2.112>
- Wicaksono, A., & Maharani, A. (2020). The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on the Technology Acceptance Model to Use Online Travel Agency. *Journal of Business Management Review*, 1(5), 313–328. <https://doi.org/10.47153/jbmr15.502020>
- Wirawan Widjanarko, Hadita Hadita, Farhan Saputra, & Y.A. Didik Cahyanto. (2023). Determinasi Kemudahan Akses Informasi bagi Keputusan Investasi Gen Z. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(4), 248–264. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i4.1789>
- Yuen, K. F., Cai, L., Qi, G., & Wang, X. (2021). Factors influencing autonomous vehicle adoption: an application of the technology acceptance model and innovation diffusion theory. *Technology Analysis & Strategic Management*, 33(5), 505–519. <https://doi.org/10.1080/09537325.2020.1826423>