

## Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Penggunaan QRIS pada Gen Z di FEBI UIN Sunan Kudus

Syahrilna Fazakiyah<sup>1</sup>, Suparwi<sup>2</sup>

UIN Sunan Kudus<sup>1,2</sup>

Email: [syahrilnafazakiyah43@gmail.com](mailto:syahrilnafazakiyah43@gmail.com)<sup>1</sup>, [suparwi@uinsuku.ac.id](mailto:suparwi@uinsuku.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstract

*This study aims to analyze the effects of social environment, merchant availability, and lifestyle on loyalty toward the use of the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) among Generation Z students at the Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sunan Kudus. This study employed a quantitative approach using primary data collected through questionnaires. The population consisted of students of the Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sunan Kudus, from the 2021–2022 cohorts. A total of 89 respondents were selected using purposive sampling. The data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 20. The results indicate that the social environment has a positive and significant effect on loyalty toward QRIS use, with a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Merchant availability also has a significant effect on loyalty toward QRIS use, with a significance value of  $0.001 < 0.05$ , indicating that convenient access to QRIS across various merchants encourages continued usage. Furthermore, lifestyle has a significant effect on loyalty toward QRIS use, with a significance value of  $0.006 < 0.05$ . Simultaneously, social environment, merchant availability, and lifestyle have a significant effect on loyalty toward QRIS use.*

**Keywords:** QRIS; Social Environment; Merchant Availability; Lifestyle; Usage Loyalty.

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lingkungan sosial, ketersediaan merchant, dan gaya hidup terhadap loyalitas penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada Generasi Z di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kudus. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Populasi yaitu mahasiswa FEBI UIN Sunan Kudus angkatan 2021–2022. Sampel berjumlah 89 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penggunaan QRIS dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Ketersediaan juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penggunaan QRIS, dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan akses penggunaan QRIS pada berbagai merchant mendorong penggunaan berkelanjutan. Selain itu, gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penggunaan QRIS dengan nilai signifikansi  $0,006 < 0,05$ . Secara simultan, lingkungan sosial, ketersediaan merchant, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penggunaan QRIS.

**Kata kunci:** QRIS; Lingkungan Sosial; Ketersediaan; Gaya Hidup; Loyalitas Penggunaan.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi signifikan dalam sistem pembayaran di Indonesia (Kristanty, 2024). Peralihan dari transaksi tunai menuju pembayaran nontunai menjadi bagian dari strategi nasional dalam menciptakan sistem keuangan yang efisien, inklusif, dan aman. Salah satu inovasi yang mendukung transformasi tersebut adalah Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), yang diluncurkan oleh Bank Indonesia sebagai standar pembayaran berbasis kode QR yang terintegrasi dan dapat digunakan lintas penyedia jasa pembayaran (Syifa et al., 2026).

Kehadiran QRIS diharapkan mampu meningkatkan efisiensi transaksi serta mendorong adopsi pembayaran digital di berbagai lapisan masyarakat (Azzahra et al., 2026). Meskipun tingkat adopsi QRIS terus meningkat, keberlanjutan penggunaan atau loyalitas pengguna masih menjadi tantangan. Loyalitas penggunaan tidak hanya ditentukan oleh kemudahan teknologi semata, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor perilaku dan sosial pengguna (Fahrudi et al., 2023). Generasi Z menjadi pengguna strategis dalam pembayaran digital. Karakteristik Generasi Z yang lekat dengan teknologi, memiliki mobilitas tinggi, serta terbiasa dengan transaksi cepat dan praktis menjadikan mereka segmen potensial bagi keberlanjutan penggunaan QRIS (Sabrina et al., 2026).

Lingkungan sosial sebagai persepsi individu terhadap pengaruh orang-orang terdekat, seperti keluarga, rekan kerja, dan kelompok sosial, dalam menentukan penggunaan suatu layanan. Selain itu, ketersediaan yang menyediakan fasilitas QRIS juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kenyamanan dan frekuensi penggunaan. Semakin luas jaringan merchant yang menerima QRIS, semakin besar peluang pengguna untuk menjadikan QRIS sebagai metode pembayaran utama dalam aktivitas sehari-hari (Pangestika et al., 2025).

Di samping faktor sosial dan ketersediaan fasilitas, gaya hidup turut berperan dalam menentukan loyalitas penggunaan QRIS. Gaya hidup digital yang mengedepankan kepraktisan, kecepatan, dan efisiensi mendorong Generasi Z untuk memilih sistem pembayaran yang sesuai dengan pola aktivitas mereka (Restuti, 2025). QRIS sebagai alat pembayaran digital yang fleksibel dinilai mampu memenuhi kebutuhan tersebut, sehingga berpotensi meningkatkan loyalitas penggunaan apabila selaras dengan preferensi gaya hidup pengguna (Syifa et al., 2026).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku dan minat menggunakan QRIS pada Generasi Z (Ruhukail et al., 2024). Namun, penelitian tersebut masih terbatas pada aspek niat dan perilaku awal, belum mengkaji pengaruh lingkungan sosial terhadap loyalitas penggunaan QRIS dalam jangka panjang. Selain itu, ketersediaan QRIS terbukti mempermudah transaksi

dan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan, baik pada pelaku UMKM maupun konsumen (Hutagalung et al., 2021). Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut belum secara khusus membahas pengaruh ketersediaan QRIS terhadap loyalitas pengguna.

Penelitian sebelumnya menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan awal penggunaan QRIS, terutama dalam mengikuti tren pembayaran nontunai di era digital (Zahra et al., 2026). Namun, fokus penelitian tersebut masih pada tahap adopsi awal dan belum mengulas bagaimana gaya hidup memengaruhi loyalitas penggunaan QRIS secara berkelanjutan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana loyalitas penggunaan QRIS pada Generasi Z khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kudus terhadap loyalitas penggunaan layanan QRIS.

## KAJIAN LITERATUR

### *Theory of Planned Behavior*

*Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) dengan menambahkan konstruk *perceived behavioral control*. TPB menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat berperilaku yang terbentuk melalui tiga determinan utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kendali perilaku (*perceived behavioral control*) (Nu'man & Noviati, 2021). Dalam penelitian ini, TPB digunakan untuk menjelaskan loyalitas penggunaan QRIS sebagai bentuk keberlanjutan perilaku penggunaan.

Hubungan antarvariabel penelitian dapat dipetakan ke dalam konstruk TPB. Lingkungan sosial berkaitan dengan *subjective norm*, karena dukungan dan pengaruh orang-orang di sekitar dapat membentuk penerimaan serta dorongan untuk menggunakan QRIS secara berkelanjutan. Ketersediaan merchant berkaitan dengan *perceived behavioral control*, karena semakin banyak merchant yang menerima QRIS, semakin besar kesempatan dan kemudahan pengguna untuk melakukan transaksi. Sementara itu, gaya hidup berkaitan dengan *attitude toward the behavior*, karena kesesuaian QRIS dengan pola hidup digital dan kebutuhan Generasi Z dapat membentuk sikap positif terhadap penggunaannya. Ketiga faktor tersebut secara teoritis dapat memperkuat niat dan penggunaan QRIS secara berulang, yang selanjutnya tercermin dalam loyalitas penggunaan QRIS.

### **Loyalitas Pengguna**

Loyalitas pengguna menurut Griffin merupakan komitmen konsumen untuk terus menggunakan atau membeli kembali suatu produk atau layanan secara konsisten dalam jangka panjang, meskipun terdapat pengaruh situasional dan upaya pemasaran dari pihak lain. Pengertian lain

menurut Bloemer dan Kasper bahwa loyalitas juga mencerminkan bentuk kepuasan konsumen terhadap kinerja produk atau jasa yang diterima, yang mendorong konsumen untuk tetap setia dan enggan berpindah ke produk dari perusahaan lain. Terdapat empat indikator loyalitas konsumen (Pengguna) menurut Griffin yakni *repeat purchase, cross or add on selling, positive word-of-mouth, product recommendation* (Soedjono & Limantoro, 2018).

### **Lingkungan Sosial**

Lingkungan sosial merupakan konteks tempat individu menjalankan aktivitas sehari-hari. Perbedaan kondisi lingkungan sosial di setiap wilayah dapat memengaruhi perilaku dan tingkat kedisiplinan seseorang, karena perilaku dan kedisiplinan tersebut pada dasarnya mencerminkan lingkungan tempat individu tersebut berada. Menurut Amsyari, lingkungan sosial adalah semua manusia yang ada di sekitar seseorang atau di sekitar kelompok. Lingkungan sosial ini dapat berbentuk perorangan maupun dalam bentuk kelompok keluarga, teman sepermainan, tetangga, warga desa, warga kota, bangsa, dan seterusnya. Adapun indikator lingkungan sosial yaitu lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, lingkungan masyarakat. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi lingkungan sosial yaitu faktor budaya, faktor kelas sosial, faktor keluarga, faktor kelompok acuan (Hudani, 2020).

### **Ketersediaan**

Ketersediaan sendiri memiliki arti kesiapan atau keadaan dan tersedianya suatu layanan untuk bisa dioperasikan pada waktu yang sudah ditentukan. Ketersediaan layanan pada saat menggunakan QRIS dapat memberikan kemudahan yang akhirnya dapat memberikan kepuasan bagi penggunaannya. Ketersediaan tersebut tidak hanya mempermudah proses penggunaan, tetapi juga berpotensi meningkatkan kepuasan pengguna karena layanan dapat diakses kapan saja sesuai kebutuhan. Indikator pada ketersediaan yaitu layout penjualan, persediaan selalu ada, distribusi merata di berbagai lokasi, kemudahan melakukan transaksi (Priyambodo & Alriani, 2024).

### **Gaya Hidup**

Gaya hidup secara umum didefinisikan sebagai pola kehidupan individu yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan pandangannya. Gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh faktor internal, seperti sikap, pengalaman, kepribadian, motivasi, dan persepsi, serta faktor eksternal yang meliputi kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan budaya. Adapun indikator pada gaya hidup yaitu aktivitas (*activity*), minat (*interest*), opini (*opini*) (Puspita, 2022).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Sampel penelitian ini berjumlah 89 responden yang ditentukan dengan rumus slovin. Responden merupakan mahasiswa FEBI UIN Sunan Kudus (angkatan 2021-2022). Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan bantuan SPSS versi 20.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*. Populasi penelitian adalah mahasiswa FEBI UIN Sunan Kudus angkatan 2021-2022. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 5%, sehingga diperoleh 89 responden. Kriteria responden meliputi: (1) mahasiswa aktif FEBI UIN Sunan Kudus angkatan 2021-2022; (2) termasuk Generasi Z berdasarkan tahun kelahiran; dan (3) pernah menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Dengan demikian, tidak seluruh mahasiswa angkatan 2021-2022 secara otomatis menjadi responden, tetapi hanya mahasiswa yang memenuhi kriteria tersebut. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Penggunaan QRIS dalam penelitian ini mengacu pada pengalaman aktual responden dalam melakukan transaksi menggunakan QRIS, sehingga responden dipastikan memiliki pengalaman penggunaan sebelum memberikan penilaian terhadap variabel penelitian. Selanjutnya, data dianalisis secara kuantitatif menggunakan bantuan SPSS versi 20 melalui tahapan analisis yang sesuai dengan tujuan penelitian.

## PEMBAHASAN

Gambaran karakteristik responden perlu dipaparkan sebagai representasi kondisi atau situasi untuk lebih memahami hasil penelitian berdasarkan informasi tambahan tersebut. Gambaran umum responden berdasarkan karakteristik jenis kelamin adalah sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Demografi Responden**

| Keterangan  | Frekuensi | Persentase |
|-------------|-----------|------------|
| Laki - laki | 17        | 19,2%      |
| Perempuan   | 72        | 80,8%      |

Sumber: Data olahan IBM SPSS 20 (2025)

Berdasarkan Tabel 1, responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan, yaitu sebanyak 72 orang atau 80,8% dari total responden. Sementara itu, responden laki-laki berjumlah 17 orang atau 19,2%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna QRIS pada Generasi Z di

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kudus dalam penelitian ini adalah perempuan.

### Uji Validitas Instrumen

**Tabel 2**  
**Uji Validitas Instrumen**

| Variabel                 | Item | $r_{hitung}$ | Keterangan |
|--------------------------|------|--------------|------------|
| Lingkungan Sosial (X1)   | X1.1 | 0,812        | Valid      |
|                          | X1.2 | 0,847        | Valid      |
|                          | X1.3 | 0,810        | Valid      |
| Ketersediaan (X2)        | X2.1 | 0,854        | Valid      |
|                          | X2.2 | 0,857        | Valid      |
|                          | X2.3 | 0,824        | Valid      |
|                          | X2.4 | 0,811        | Valid      |
| Gaya Hidup (X3)          | X3.1 | 0,857        | Valid      |
|                          | X3.2 | 0,810        | Valid      |
|                          | X3.3 | 0,833        | Valid      |
| Loyalitas Penggunaan (Y) | Y1.1 | 0,811        | Valid      |
|                          | Y1.2 | 0,806        | Valid      |
|                          | Y1.3 | 0,814        | Valid      |
|                          | Y1.4 | 0,807        | Valid      |

Sumber: Data olahan IBM SPSS 20 (2025)

Semua item pertanyaan pada tabel 2 diatas dinyatakan valid. Dikarenakan hasil uji menunjukkan bahwa  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Dimana  $r_{tabel}$  dapat dihitung dengan  $df = n-2 = 89 - 2 = 87$  yaitu sebesar 0,208.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai tingkat ketepatan dan konsistensi alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Pengujian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha. Suatu instrument dikatakan reliabel ketika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

**Tabel 3**  
**Uji Reliabilitas**

| Variabel                 | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|--------------------------|------------------|------------|
| Lingkungan Sosial (X1)   | 0,761            | Reliabel   |
| Ketersediaan (X2)        | 0,855            | Reliabel   |
| Gaya Hidup (X3)          | 0,780            | Reliabel   |
| Loyalitas Penggunaan (Y) | 0,823            | Reliabel   |

Sumber : Data olahan IBM SPSS 20 (2025)

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan memenuhi kriteria reliabilitas karena jumlah Cronbach's Alpha lebih dari 0,60.

#### Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilihat menggunakan 2 metode analisis. Yaitu dengan uji Kolmogrov-Smirnov atau bisa menggunakan grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized*.

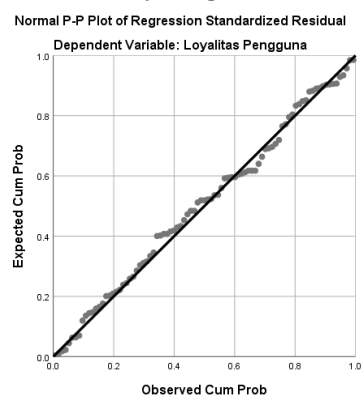
**Tabel 4**  
**Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov**

| Unstandardized Residual |                     |
|-------------------------|---------------------|
| Asymp.sig. (2-tailed)   | .200 <sup>c,d</sup> |

Sumber : Data olahan IBM SPSS 20 (2025)

Dari hasil uji normalitas pada tabel diatas bisa dilihat jika nilai Sig. sebesar  $0,200 > 0,05$  maka dengan begitu dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi dapat berdistribusi secara normal dan telah memenuhi uji normalitas.

**Gambar 1**  
**Normal P-P Plot of Regression Standardized**



Sumber: Data Olahan IBM SPSS 20 (2025)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar diatas, terlihat bahwa titik-titik data pada grafik Normal P-P Plot tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Pola ini menunjukkan bahwa data dalam model regresi memiliki distribusi yang normal.

#### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan atau korelasi yang tinggi antar variabel independen. Suatu model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terdapat korelasi kuat antar variabel tersebut (tidak terjadi multikolinearitas).

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

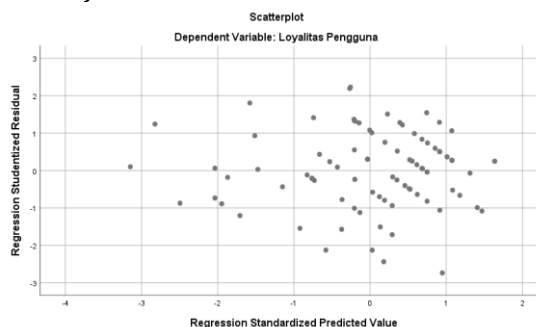
| Model                  | Collinearity Statiztics |       |
|------------------------|-------------------------|-------|
|                        | Tolerance               | VIF   |
| Lingkungan sosial (X1) | .429                    | 2.333 |
| Ketersediaan (X2)      | .461                    | 2.171 |
| Gaya Hidup (X3)        | .468                    | 2.049 |

Sumber : Data Olahan IBM SPSS 20 (2025)

Sesuai dengan tabel diatas menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut semuanya memiliki nilai toleransi lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10,00. Hasilnya, model regresi yang dilakukan peneliti dapat diklaim tidak menunjukkan gejala multikolinearitas.

#### Uji Heteroskedastisitas

**Gambar 2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas *Scatter Plot***



Sumber: Data Olahan IBM SPSS 20 (2025)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar tersebut, terlihat bahwa titik-titik data tersebar secara acak di atas maupun di bawah garis nol pada sumbu Y. Penyebaran yang tidak membentuk pola tertentu menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari gejala heteroskedastisitas.

## Uji Hipotesis

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |                                  |
|---------------------------|----------------------------------|
| Variabel                  | Unstandardized Coefficients<br>B |
| (constant)                | 2.783                            |
| Lingkungan sosial (X1)    | .422                             |
| Ketersediaan (X2)         | .298                             |
| Gaya Hidup (X3)           | .308                             |

Sumber: Data Olahan IBM SPSS 20 (2025)

Berdasarkan pengolahan dan analisis data menggunakan metode regresi linier berganda dengan rumus  $Y = 2,783 + 0,422X_1 + 0,298X_2 + 0,308X_3$ . Nilai Konstanta (a) memiliki nilai sebesar 2,783, yang berarti apabila variabel Lingkungan Sosial (X1), Ketersediaan (X2), dan Gaya Hidup (X3) bernilai nol, maka Loyalitas Penggunaan (Y) memiliki nilai awal sebesar 2,783.

Koefisien Regresi Variabel Lingkungan Sosial (X1) sebesar 0,422, menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel ini akan menaikkan Loyalitas Penggunaan (Y) sebesar 0,422. Hal ini menandakan adanya hubungan positif antara lingkungan sosial dan loyalitas penggunaan. Koefisien Regresi Variabel Ketersediaan (X2) sebesar 0,298, yang berarti peningkatan satu satuan pada variabel ketersediaan akan meningkatkan Loyalitas Penggunaan (Y) sebesar 0,298. Dengan demikian, terdapat pengaruh positif antara ketersediaan dan loyalitas penggunaan. Koefisien Regresi Variabel Gaya Hidup (X3) sebesar 0,308, menandakan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel ini akan meningkatkan Loyalitas Penggunaan (Y) sebesar 0,308. Artinya, gaya hidup memiliki hubungan positif terhadap loyalitas penggunaan.

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square |
|-------|-------------------|----------|-------------------|
| 1     | .822 <sup>a</sup> | .675     | .664              |

Sumber: Data Olahan IBM SPSS 20 (2025)

Hasil pengujian koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) yang tercantum pada tabel menunjukkan angka 0,675. Artinya, tingkat loyalitas dalam penggunaan QRIS sebagian besar dijelaskan oleh faktor lingkungan sosial, ketersediaan layanan, serta gaya hidup dengan kontribusi sebesar 67,5%. Adapun sisa pengaruh sebesar 32,5% berasal dari faktor-faktor lain di luar variabel yang dianalisis dalam penelitian ini.

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Signifikan Simultan (F)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

|   | Model      | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|---|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 298.197        | 3  | 99.399      | 58.937 | .000 <sup>b</sup> |
|   | Residual   | 143.354        | 85 | 1.987       |        |                   |
|   | Total      | 441.551        | 88 |             |        |                   |

Sumber: Data Olahan IBM SPSS 20 (2025)

Hasil uji F menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 58,937 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai tersebut lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 3,10 pada taraf signifikansi 5% (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lingkungan sosial, ketersediaan merchant, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penggunaan QRIS

**Tabel 9**  
**Hasil Uji t**

| Variabel               | t     | Sig. |
|------------------------|-------|------|
| Lingkungan sosial (X1) | 3.760 | .000 |
| Ketersediaan (X2)      | 3.576 | .001 |
| Gaya hidup (X3)        | 2.793 | .006 |

Sumber: Data Olahan IBM SPSS 20 (2025)

Hasil uji t menunjukkan bahwa lingkungan sosial (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas penggunaan QRIS, dengan nilai  $t_{hitung}$  3,760 dari  $t_{tabel}$  1,988 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh keluarga, teman sebaya, dan lingkungan sekitar berperan dalam mendorong penggunaan QRIS secara berkelanjutan.

Variabel ketersediaan (X2) juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penggunaan QRIS dengan signifikansi 0,001 < 0,05 dan nilai  $t_{hitung}$  3,576 dari  $t_{tabel}$  1,988, yang mengindikasikan bahwa kemudahan akses QRIS pada berbagai merchant meningkatkan kecenderungan pengguna untuk tetap menggunakan layanan tersebut.

Variabel gaya hidup (X3) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penggunaan QRIS dengan nilai  $t_{hitung}$  2,793 dari  $t_{tabel}$  1,988 dan nilai sig 0,006 < 0,05, menunjukkan bahwa kesesuaian QRIS dengan gaya hidup digital Generasi Z mendorong loyalitas penggunaan dalam jangka panjang.

#### **Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Loyalitas Penggunaan QRIS**

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa lingkungan sosial (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penggunaan QRIS, dengan nilai  $t$  sebesar 3,760 yang lebih besar daripada  $t$  tabel 1,988 dan nilai

signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin kuat pengaruh lingkungan sosial, semakin tinggi kecenderungan Generasi Z untuk mempertahankan penggunaan QRIS. Lingkungan sosial dalam konteks ini tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi mengenai QRIS, tetapi juga membentuk persepsi mengenai penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran yang umum, diterima, dan sesuai dengan kebiasaan kelompok sosial (Sabrina et al., 2026).

Temuan ini dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB), khususnya konstruk *subjective norm*. Individu cenderung mempertimbangkan pandangan dan perilaku orang-orang yang dianggap penting sebelum menentukan dan mempertahankan suatu perilaku. Pada Generasi Z, interaksi dengan teman sebaya, keluarga, dan lingkungan akademik dapat memperkuat penerimaan terhadap pembayaran digital (Restuti, 2024). Ketika penggunaan QRIS sering dijumpai dalam lingkungan sosial, individu memperoleh dorongan normatif dan pengalaman sosial yang membuat penggunaan QRIS semakin familiar. Kondisi tersebut dapat mengurangi keraguan dalam menggunakan QRIS dan meningkatkan kecenderungan untuk menggunakannya kembali. Dengan demikian, pengaruh lingkungan sosial terhadap loyalitas tidak semata-mata terjadi karena adanya ajakan secara langsung, tetapi melalui terbentuknya norma sosial, rasa familiar, dan penerimaan terhadap QRIS sebagai bagian dari kebiasaan transaksi (Usadi et al., 2024).

Hasil ini juga menunjukkan bahwa keberlanjutan penggunaan QRIS pada Generasi Z memiliki dimensi sosial yang kuat. Pengguna menilai QRIS juga berdasarkan kesesuaian penggunaannya dengan lingkungan tempat mereka berinteraksi. Semakin QRIS menjadi bagian dari praktik pembayaran yang lazim di lingkungan sosial mahasiswa, semakin besar kemungkinan pengguna menjadikannya sebagai pilihan pembayaran yang berulang. Oleh karena itu, peningkatan loyalitas penggunaan QRIS dapat didukung melalui penguatan ekosistem penggunaan di lingkungan kampus, sehingga QRIS sebagai alternatif pembayaran dan menjadi kebiasaan transaksi yang diterima secara sosial (Rahmadi et al., 2026).

### **Pengaruh Ketersediaan terhadap Loyalitas Penggunaan QRIS**

Hasil uji *t* menunjukkan bahwa ketersediaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penggunaan QRIS. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *t* sebesar  $3,576 > 1,988$  dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin mudah pengguna menemukan *merchant* yang menyediakan pembayaran melalui QRIS, semakin besar kecenderungan mereka untuk tetap menggunakan QRIS. Ketersediaan *merchant* menjadi faktor penting karena keputusan untuk menggunakan metode pembayaran tidak hanya dipengaruhi oleh preferensi pengguna, tetapi juga oleh ada atau tidaknya fasilitas tersebut pada saat transaksi dilakukan (Nurabidin & Kamaruddin, 2026).

Dalam perspektif TPB, ketersediaan dapat dikaitkan dengan konstruk *perceived behavioral control*, yaitu persepsi individu mengenai kemampuan dan kesempatan untuk melakukan suatu perilaku. Semakin luas QRIS tersedia pada berbagai merchant, semakin besar kesempatan pengguna untuk melakukan transaksi menggunakan QRIS. Ketersediaan tersebut mengurangi hambatan situasional, seperti kebutuhan membawa uang tunai atau mencari alternatif pembayaran lain. Ketika pengguna berulang kali memperoleh pengalaman bahwa QRIS dapat digunakan dengan mudah di berbagai tempat, terbentuk persepsi bahwa QRIS menjadi metode pembayaran yang praktis dan andal (Kusuma & Kareth, 2024).

Dengan demikian, pengaruh ketersediaan terhadap loyalitas tidak hanya berkaitan dengan jumlah merchant yang menerima QRIS, tetapi juga dengan terbentuknya pengalaman penggunaan yang konsisten. Ketersediaan yang luas memungkinkan pengguna menjadikan QRIS sebagai pilihan utama dalam berbagai kebutuhan transaksi. Bagi Generasi Z yang terbiasa dengan aktivitas berbasis digital, kemudahan menemukan QRIS pada *merchant* dapat memperkuat kebiasaan penggunaan dan mengurangi alasan untuk beralih ke metode pembayaran lainnya. Oleh sebab itu, perluasan penerimaan QRIS pada merchant, khususnya di lingkungan yang dekat dengan aktivitas mahasiswa, berpotensi memperkuat loyalitas penggunaan QRIS (Pancawati et al., 2025).

### **3. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Loyalitas Penggunaan QRIS**

Hasil uji *t* menunjukkan bahwa gaya hidup (*X3*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penggunaan QRIS, dengan nilai *t* sebesar  $2,793 > 1,988$  dan nilai signifikansi  $0,006 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa semakin sesuai penggunaan QRIS dengan pola aktivitas, kebutuhan, dan kebiasaan digital, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk mempertahankan penggunaan QRIS. Bagi Generasi Z, pembayaran digital menjadi bagian dari pola kehidupan yang menekankan kepraktisan, fleksibilitas, dan pemanfaatan dalam aktivitas (Sabrina et al., 2026).

Dalam perspektif TPB, gaya hidup dapat dikaitkan dengan pembentukan *attitude toward the behavior*. Ketika QRIS dipersepsikan sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan kehidupan digital pengguna, penggunaan QRIS cenderung memperoleh evaluasi yang lebih positif. Kesesuaian tersebut dapat menciptakan pengalaman bahwa QRIS bukan sekadar alat pembayaran, tetapi merupakan metode transaksi yang sejalan dengan kebiasaan pengguna. Pengalaman positif yang berlangsung secara berulang kemudian dapat memperkuat kecenderungan untuk mempertahankan perilaku penggunaan (Ola et al., 2026).

Temuan ini memperlihatkan bahwa loyalitas penggunaan QRIS pada Generasi Z tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis pembayaran, tetapi juga oleh kesesuaian teknologi dengan gaya hidup penggunanya.

QRIS yang mampu mendukung aktivitas transaksi secara cepat, praktis, dan fleksibel lebih mudah diintegrasikan ke dalam rutinitas sehari-hari. Ketika penggunaan QRIS telah menjadi bagian dari rutinitas tersebut, kemungkinan pengguna untuk terus memilih QRIS dalam transaksi berikutnya menjadi semakin besar. Dengan demikian, relevansi QRIS terhadap gaya hidup digital Generasi Z menjadi salah satu faktor yang dapat menjelaskan terbentuknya loyalitas penggunaan (Sari & Harahap, 2025).

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial, ketersediaan merchant, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penggunaan QRIS pada Generasi Z di FEBI UIN Sunan Kudus. Temuan ini menunjukkan bahwa loyalitas penggunaan QRIS tidak hanya dipengaruhi oleh aspek fungsional pembayaran digital, tetapi juga oleh penerimaan sosial, kemudahan memperoleh akses transaksi, dan kesesuaian QRIS dengan gaya hidup digital Generasi Z. Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi ketiga faktor tersebut dalam menjelaskan loyalitas penggunaan QRIS pada konteks mahasiswa perguruan tinggi Islam serta penguatan penerapan *Theory of Planned Behavior* dalam menjelaskan keberlanjutan perilaku penggunaan.

Berdasarkan temuan tersebut, penyedia dan pemangku kepentingan QRIS disarankan memperluas ketersediaan merchant, terutama di lingkungan kampus dan pusat aktivitas Generasi Z, serta meningkatkan edukasi dan promosi melalui komunitas mahasiswa dan media digital. Pengembangan QRIS juga perlu mempertimbangkan kebutuhan dan karakteristik gaya hidup digital Generasi Z agar penggunaan dapat dipertahankan secara berkelanjutan. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan responden dan mempertimbangkan variabel lain, seperti keamanan, kepercayaan, kemudahan penggunaan, kepuasan, dan kualitas layanan, untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai loyalitas penggunaan QRIS.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50, 179–211. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1493416>
- Azzahra, N., Raihan Ikram Syafitra, Marcella Putri Cahyani, Sabrina Farah Mutia, Shakira Amalia Putri Viola, & Nur Habibi. (2026). Sosialisasi QRIS Dalam Upaya Meningkatkan Produktivitas UMKM di Desa Kemuning Kecamatan Legok Kabupaten Tangerang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(3), 16003–16011. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.3381>
- Fahrudi, A. N. L. I., Rahimah, A., & Wahyuningtiyas, N. (2023). Pengaruh Persepsi

- Keamanan, Ketersediaan Fitur, Norma Subjektif Terhadap Loyalitas Melalui Keputusan Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 8(2), 217–231. <https://doi.org/10.33474/jimmu.v8i2.20677>
- Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 99–107. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.195>
- Hutagalung, R. A., Nainggolan, P., & Panjaitan, P. D. (2021). Analisis Perbandingan Keberhasilan UMKM Sebelum Dan Saat Menggunakan Quick Response Indonesia Standard (QRIS) Di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Ekuilnomi*, 3(2), 94–103. <https://doi.org/10.36985/07f8a660>
- Kristanty, D. N. (2024). Tren dan Tantangan Keamanan Bertransaksi dengan Qris dalam Era Transformasi Sistem Pembayaran Digital. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(10), 3923–3933. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i10.1538>
- Kusuma, M. W., & Kareth, N. H. S. (2024). Ekspektasi, Kebiasaan, Hedonisme, dan Biaya: Memahami Dinamika Minat Penggunaan QRIS di Kabupaten Mimika. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 113–128. <https://doi.org/10.53916/jeb.v18i2.83>
- Nu'man, T. M., & Noviati, N. P. (2021). Perilaku sadar lingkungan dalam perspektif Theory of Planned Behavior: Analisis terhadap intensi penggunaan kantong dan sedotan plastik pada mahasiswa. *Jurnal Ecopsy*, 8(2), 165. <https://doi.org/10.20527/ecopsy.2021.10.016>
- Nurabidin, M. S., & Kamaruddin, A. M. (2026). Dampak Pemanfaatan Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Dalam Peningkatan Pendapatan UMKM Perspektif Maqasid Syariah Di Kota Samarinda. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, 4(3), 7130–7148. <https://doi.org/10.69693/ijim.v4i3.1402>
- Ola, S. D., Bunga, M., Salean, D. Y., & Foenay, C. C. (2026). Analisis Faktor-Faktor Penentu Penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) Oleh Gen-Z Dalam Transaksi Pembayaran Di Deli Mart Kota Kupang. *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 7(3), 1269–1277. <https://doi.org/10.70581/glory.v7i3.26432>
- Pancawati, A. P. N. L. P., Sudarma, I. M., & Somiartha, I. P. (2025). Integrasi Metode Pembayaran QRIS Dalam Mendukung Literasi Keuangan Digital Menuju Indonesia Emas 2045. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 5(1), 60–70. <https://doi.org/10.51903/xhx3t781>
- Pangestika, Z. N., Putri, D. K., Angelica, S. F., Nuryana, I., & Nihayah, D. M. (2025). Systematic Literature Review: Persepsi Penggunaan QRIS Sebagai Peningkatan Efektivitas Alat Pembayaran dan Sistem Keuangan Digital. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 13(2), 103–115. <https://doi.org/10.26740/jupe.v13n2.p103-115>
- Priyambodo, A. A. R., & Alriani, I. M. (2024). Pengaruh Saluran Distribusi, Persepsi Harga dan Ketersediaan Produk terhadap Kepuasan Konsumen Gas Elpiji PT Arie Mulya Barutama Semarang. *Dharma Ekonomi*, 31(1), 01–13. <https://doi.org/10.59725/de.v31i1.134>
- Puspita, J. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Pola Konsumsi Ibu Rumah Tangga (Studi Kasus Di Cluster Mata Air Bandar

- Lampung). *Journal of Accounting Taxing and Auditing (JATA)*, 3(2). <https://doi.org/10.57084/jata.v3i2.899>
- Rahmadi, R., Nahan, N., Haga, R., & Poetra, G. B. (2026). Kualitas Layanan, Adopsi QRIS, Servicescape Terhadap Loyalitas Gen Z Melalui Kepuasan Kedai Kopi Palangka Raya. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 10(2), 2148–2172. <https://doi.org/10.31955/mea.v10i2.7696>
- Restuti, D. P. (2024). Developing Principle of Maqashid Sharia for Sustainability Engagement in Digital Business. *Proceeding 1th International Conference on Islamic Studies*, 03(01), 75–94.
- Restuti, D. P. (2025). How do E-Commerce, S-Commerce, and FinTech Support Digital Transformation for a Halal Lifestyle? *PROCEEDING ICONIEB: International Conference of Islamic Economics and Business*, 3(1), 1–14.
- Ruhukail, R. A., Loupatty, L. G., & Gainau, P. C. (2024). Performance expectancy, facilitating condition and price value terhadap minat penggunaan QRIS pada generasi Z di kota Ambon. *Jurnal Indovisi*, 6(1), 1–15. <https://doi.org/10.32698/1907708>
- Sabrina, L., Inayah, N., & Syahbudi, M. (2026). QRIS Dan Fenomena Cashless Society: Efisiensi Pembayaran Digital Terhadap Perspektif Gen Z. *Owner*, 10(1), 509–526. <https://doi.org/10.33395/owner.v10i1.3042>
- Sari, M., & Harahap, S. (2025). Transendensi Uang di Era Digital: Pengaruh Cashless Effect terhadap Pola Konsumsi Impulsif Generasi Z dan Milenial di Bandar Lampung melalui Fintech Syariah. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 13(2), 176–195. <https://doi.org/10.61111/jakis.v13i2.1041>
- Soedjono, W., & Limantoro, F. (2018). Analisis Kegiatan Customer Relationship Management Melalui Membership Card Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen: Studi Kasus Pada Sogo Premier Card. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 123–133. <https://doi.org/10.33021/exp.v1i2.458>
- Syifa, F. F., Furqon, M., & Hamidillah, S. A. S. S. (2026). Analisis Dampak Teknologi Pembayaran Digital Terhadap Sistem Transaksi Modern Pengguna Generasi Z. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 8(2), 115–123. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v8i2.2525>
- Usadi, M. P. P., Prayoga, I. M. S., JS, I. P. W. D., & Sanjiwani, P. A. P. (2024). Peran Pengalaman, Perceived Compatibility, dan Pengaruh Sosial dalam Meningkatkan Persepsi Kebergunaan dan Niat Menggunakan Kembali QRIS (Studi Pada Pengguna Generasi Z). *EMAS*, 5(12), 159–169. <https://doi.org/10.36733/emas.v5i12.10569>
- Zahra, N. F., Riyantoni, A., Juniarti, C., Pardede, A. K. O., & Paryanti, A. B. (2026). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Promosi Digital, dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Impulsive Buying Pengguna QRIS di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 4(1), 224–245. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v4i1.191>