

Determinasi Minat Gen Z Menggunakan QRIS pada Aplikasi BSI Mobile di Kabupaten Kudus

Retno Kusuma Sari¹, Kuntarno Noor Aflah²

UIN Sunan Kudus^{1,2}

Email: retnokusumasari24@gmail.com¹, aflah@iainkudus.ac.id²

Abstract

The development of digital payment systems has encouraged the adoption of the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) as a practical and efficient cashless transaction method. Generation Z, as a digitally literate group, has strong potential to adopt this payment system. This study aims to analyze the influence of knowledge, perceived ease of use, perceived usefulness, and trust on Generation Z's intention to use QRIS through the BSI Mobile application in Kudus Regency. This research employs a quantitative approach using a survey method involving 96 Generation Z respondents who use BSI Mobile. Data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 26. The results show that perceived ease of use and perceived usefulness have a positive and significant effect on the intention to use QRIS, while knowledge and trust do not have a significant effect. Simultaneously, all variables significantly influence the intention to use QRIS with a coefficient of determination of 75.3%. These findings indicate that perceived ease of use and perceived usefulness are the main factors encouraging Generation Z to adopt QRIS as a digital payment method.

Keywords: Knowledge; Convenience; Benefits; Trust; Intention to Use; QRIS.

Abstrak

Perkembangan sistem pembayaran digital mendorong penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai metode transaksi non-tunai yang praktis dan efisien. Generasi Z sebagai kelompok yang akrab dengan teknologi digital memiliki potensi besar dalam mengadopsi sistem pembayaran tersebut. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pengetahuan, kemudahan, manfaat, dan kepercayaan terhadap minat Generasi Z menggunakan QRIS pada aplikasi BSI Mobile di Kabupaten Kudus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 96 responden Generasi Z pengguna BSI Mobile. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dan manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS, sedangkan pengetahuan dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, seluruh variabel berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS dengan nilai koefisien determinasi sebesar 75,3%. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat menjadi faktor utama dalam mendorong minat Generasi Z menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital.

Kata Kunci: Pengetahuan; Kemudahan; Manfaat; Kepercayaan; Minat Menggunakan ; QRIS.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi sistem pembayaran menuju transaksi non-tunai. Salah satu inovasi yang dikembangkan oleh Bank Indonesia adalah Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) yang memungkinkan proses transaksi menjadi lebih cepat, praktis, dan efisien. Meskipun QRIS dirancang untuk memberikan kemudahan dalam transaksi non-tunai, implementasinya di lapangan masih menghadapi berbagai kendala teknis maupun nonteknis. Pengguna perlu memastikan akses internet yang stabil, terutama bagi mereka yang tinggal di daerah yang jauh dari pusat kota. Batasan transaksi adalah 20 juta, tetapi dapat berubah sesuai arahan BI. Sebuah studi menemukan bahwa penggunaan QRIS menghadapi beberapa kendala (Sihaloho et al., 2020). Hal ini disebabkan oleh lemahnya jaringan internet di beberapa daerah di luar kota, yang menghambat proses transaksi. Beberapa masyarakat masih kesulitan menerapkan QRIS karena mereka belum mengetahuinya (Indriani et al., 2023).

Banyaknya pengguna *smartphone* di Indonesia turut mendorong meningkatnya pengguna QRIS. Menurut laporan kementerian Komunikasi serta Informatika pada Maret 2021, ada sekitar 167 juta orang di Indonesia yang menggunakan *smartphone*, maupun sekitar 89% dari total penduduk. Namun, penelitian sebelumnya memperlihatkan jika minat masyarakat pada QRIS masih rendah. Hal ini terjadi dikarenakan banyak masyarakat khususnya gen Z yang belum mengenal maupun memahami akan pengetahuan cara kerja sistem transaksi digital tersebut (Ulfi, 2020).

Persepsi manfaat menjadi faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi. Penelitian sebelumnya mengungkapkan jika manfaat yang dirasakan berkontribusi pada keputusan seseorang dalam menggunakan uang digital, hal ini disebabkan oleh kelebihan uang digital yang memungkinkan transaksi berlangsung lebih cepat serta mendukung efektivitas dalam menyelesaikan berbagai tugas secara simultan dalam rentang waktu tertentu (Latief & Dirwan, 2020). Namun, temuan berbeda memperlihatkan jika motivasi pedagang dalam menggunakan QRIS tidak terlalu dipengaruhi oleh pandangan mereka pada keuntungannya. Hal ini memperlihatkan jika meskipun sistem transaksi digital (Restuti, 2024) mempunyai banyak manfaat, variabel lain lebih penting dalam memengaruhi pilihan pengecer untuk menggunakan teknologi ini (Musa F. Silaen et al., 2021).

Pembentukan BSI, menurut Hery Gunardi, Direktur Utama PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI), merupakan salah satu faktor jawaban atas ketidakmampuan bank syariah untuk bersaing dengan bank tradisional di Indonesia. Padahal Islam mendominasi penduduk Indonesia. Sebenarnya, jumlah ini seharusnya merupakan pasar yang

prospektif bagi perbankan atau institusi syariah (Sabila, 2023). Oleh karenanya hal ini menjadi tantangan bagi Bank Syariah Indonesia untuk bersaing dengan bank konvensional, khususnya di pasar yang berkembang pesat untuk solusi mobile banking. Agar nasabah semakin percaya dengan transaksi bank digital yang dilakukan melalui BSI Mobile, Bank Syariah Indonesia perlu memperkuat kehandalan layanan digital seperti mobile banking.

Beberapa penelitian menunjukkan hasil yang berbeda mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan QRIS. Sebagian penelitian menemukan bahwa kemudahan dan manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, sementara penelitian lainnya menunjukkan bahwa faktor kepercayaan dan pengetahuan memberikan pengaruh yang berbeda. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan QRIS masih perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada kelompok Generasi Z sebagai pengguna teknologi digital yang dominan. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi menarik untuk dilakukan guna mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan QRIS pada kalangan Generasi Z di Kabupaten Kudus. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana kesiapan dan penerimaan Generasi Z terhadap sistem pembayaran digital (Restuti, 2025), serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam meningkatkan adopsi QRIS secara lebih luas. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, kemudahan, manfaat, dan kepercayaan terhadap minat Generasi Z di Kabupaten Kudus dalam bertransaksi menggunakan QRIS melalui aplikasi BSI Mobile.

KAJIAN LITERATUR

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) diperkenalkan pada tahun 2003, yang menyatakan bahwa perspektif psikologis dan sosial saja tidak cukup untuk memahami niat dan perilaku individu dalam memanfaatkan teknologi informasi (Venkatesh et al., 2003). UTAUT memiliki 4 faktor utama yang mempengaruhi niat perilaku dalam penggunaan sebuah teknologi yaitu terdiri atas ekspektasi kinerja (*Performance Expectancy*), ekspektasi usaha (*Effort Expectancy*), pengaruh sosial (*Social Influence*), dan kondisi yang memfasilitasi (*Facilitating Condition*) yang mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan teknologi dan/atau penggunaan teknologi. TAM telah mendorong peningkatan lonjakan penelitian yang mengeksplorasi adopsi teknologi, memperluas cakupan UTAUT ke domain konsumen (Venkatesh et al., 2012).

Pengetahuan

Pengetahuan adalah familiaritas, kesadaran, atau pemahaman mengenai seseorang atau sesuatu, seperti fakta, informasi, deskripsi, atau keterampilan, yang diperoleh melalui pengalaman atau pendidikan dengan mempersepsikan, menemukan, atau belajar. Pengetahuan dapat merujuk pada pemahaman teoritis atau praktis dari suatu subjek (Abdul Jalil, 2025). Adapun Indikator pengetahuan sebagai yaitu *Analytical thinking* (AT), *Conceptual thinking* (CT), dan *Expertise* (EXP),

Kemudahan

Pemaparan kemudahan penggunaan ini adalah sebuah kepercayaan nasabah dalam tahapan keputusan yang diambil. Jika nasabah menganggap mobile banking mudah digunakan, mereka akan mulai menggunakannya. Indikator kemudahan meliputi mudah dipelajari, tidak membutuhkan banyak usaha, mudah dioperasikan, dan fleksibel (Kembarsari, 2024).

Manfaat

Manfaat adalah kadar dimana individu berpikir bahwa dengan digunakannya sebuah sistem akan membuat kinerjanya meningkat. Seseorang meyakini bahwa manfaat diperoleh ketika menggunakan suatu teknologi informasi (Atieq & Nurpiani, 2022). Indikator yang dipergunakan persepsi manfaat, yakni mempercepat pekerjaan, meningkatkan kinerja pekerjaan, meningkatkan produktivitas, efektivitas, dan memberikan manfaat (Davis, 2014).

Kepercayaan

Kepercayaan menjadi suatu sikap yang ditunjukkan oleh manusia saat ia merasa tahu dan menyimpulkan dirinya telah mencapai kebenaran (Zenita & Restuti, 2024). Artinya, pada saat manusia menggunakan sesuatu dan merasa bahwa apa yang digunakan memang terpercaya dan tidak diragukan kebenarannya (Sabila, 2023). 3 Core Values yang digunakan untuk membangun kepercayaan yaitu kejujuran, kompeten, dan keterbukaan (Khumairoh, 2024).

Minat Bertransaksi

Minat dapat diartikan suatu keinginan yang timbul dari suatu perhatian seseorang terhadap barang (Cahya et al., 2024), benda atau dapat juga dikatakan dorongan ingin melakukan kegiatan tertentu. Minat untuk menggunakan terdiri dari beberapa indikator, antara lain keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut di masa yang akan datang (Oktaviana et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Peneliti akan melakukan *field research* dengan membagikan kuesioner penelitian kepada responden (Rahmadi, 2011). Adapun objek penelitian dalam studi

ini ialah masyarakat gen Z yang berdomisili di Kabupaten Kudus yang menggunakan BSI Mobile. Analisis data bersifat statistik kuantitatif dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Siyoto & Ali, 2015). Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan perangkat lunak SPSS Versi 26. Dalam penelitian ini, sampel berjumlah 96 orang yang ditentukan dengan rumus Cochran $n = \frac{z^2 pq}{e^2}$. Responden merupakan Gen Z yang pernah menggunakan QRIS BSI Mobile. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan sampel untuk penelitian ini disebut *purposive sampling*. Adapun pada penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup, yaitu meminta responden untuk memberikan tanggapan singkat dan memilih satu tanggapan dari setiap pertanyaan peneliti (Siyoto & Ali, 2015). Penyebaran kuesioner terhadap responden dilakukan secara online melalui *google form*. Skala yang digunakan yaitu skala dengan interval 1-5 (Raihan, 2017).

PEMBAHASAN

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

Tabel 1
Demografi Responden

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Laki - laki	15	15,6%
Perempuan	81	84,4%

Sumber: data penelitian diolah (2025)

Tabel 1 memberikan informasi sebaran jenis kelamin responden pada Gen Z pengguna BSI Kabupaten Kudus yang mana sebanyak 81 responden atau 84,4% dari total tersebut adalah perempuan dan sisanya sebanyak 15 responden atau 15,6% adalah laki-laki. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin yang dominan adalah perempuan.

Uji Normalitas

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.19248180
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.079
	Negative	-.084
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.094 ^c

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

Sumber: Olah Data Penelitian dengan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan data dalam tabel, nilai asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,094, yang lebih besar dari 0,05. Hasil ini mengindikasikan jika residual dari variabel dependen serta independen berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3
Uji Multikolinearitas

		Coefficients^a			
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	Tolerance VIF
1	(Constant)	1.079	1.436		
	Pengetahuan	-.062	.084	-.060	.412 2.429
	Kemudahan	.354	.087	.414	.264 3.785
	Manfaat	.320	.087	.454	.176 5.678
	Kepercayaan	.102	.076	.106	.433 2.308

a. Dependent Variable: Minat Bertransaksi

Sumber: Olah Data Penelitian dengan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan data yang telah disajikan, hasil uji multikolinearitas memperlihatkan jika nilai tolerance untuk seluruh variabel independen (X1, X2, X3, serta X4) >0,10, serta tidak terdapat nilai VIF yang melebihi 10. Dengan demikian, bisa disimpulkan jika keempat variabel independen dalam model regresi ini tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4
Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a			t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.397	.870		3.905	.000
	Pengetahuan	-.003	.051	-.009	-.057	.955
	Kemudahan	-.103	.052	-.374	-1.970	.052
	Manfaat	-.025	.053	-.109	-.469	.640
	Kepercayaan	.084	.046	.269	1.814	.073

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Olah Data Penelitian dengan SPSS 26 (2025)

Nilai signifikan lebih dari 0,05 semuanya sehingga bisa diartikan bahwa keempat variabel di atas tidak mengalami adanya gejala heteroskedastisitas.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 5
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.868 ^a	.753	.743	2.24015

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan, Pengetahuan, Manfaat

Sumber : Olah Data Penelitian dengan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel di atas, dipengaruhi nilai koef. Determinasi sebesar 0,753 atau 75,3 %. Jadi bisa diambil kesimpulan bahwa 75,3% variasi variabel minat pengguna mobile banking BSI dapat dipengaruhi oleh variabel pengetahuan, kemudahan, manfaat, dan kepercayaan. Sementara selebihnya, yaitu 24,7% dipengaruhi oleh variabel yang tidak terdapat pada model regresi ini.

Uji F

Tabel 6
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1395.827	4	348.957	69.537	.000 ^b
	Residual	456.663	91	5.018		
	Total	1852.490	95			

a. Dependent Variable: Minat Bertransaksi

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan, Pengetahuan, Manfaat

Sumber : Olah Data Penelitian dengan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel di atas, perolehan hasil perhitungan dalam penelitian ini yaitu nilai t_{hitung} sebesar $69.537 >$ dari nilai t_{tabel} 2.471 dengan nilai sig. $0.000 < 0,05$. maka variabel pengetahuan, kemudahan, manfaat serta kepercayaan berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel minat bertransaksi menggunakan QRIS pada mobile banking BSI.

Uji T

Tabel 7
Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.079	1.436		.752	.454
	Pengetahuan	-.062	.084	-.060	-.737	.463
	Kemudahan	.354	.087	.414	4.085	.000
	Manfaat	.320	.087	.454	3.661	.000
	Kepercayaan	.102	.076	.106	1.340	.184

a. Dependent Variable: Minat Bertransaksi

Sumber : Olah Data Penelitian dengan SPSS 26 (2025)

Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel bebas (pengetahuan, kemudahan, manfaat, kepercayaan) terhadap variabel terikat (minat bertransaksi).

Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Bertransaksi menggunakan QRIS melalui aplikasi BSI Mobile pada Gen Z di Kabupaten Kudus

Hasil uji-t pada variabel pengetahuan, diperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yakni $-737 < 1,985$ dan nilai Sig. sebesar $0,463 > 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan

terhadap minat bertransaksi menggunakan QRIS mobile banking BSI pada pengguna Gen Z di kabupaten Kudus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Bertransaksi menggunakan QRIS. Dalam perspektif UTAUT, hal ini mengindikasikan bahwa *Effort Expectancy* (Ekspektasi Usaha) pada sistem QRIS saat ini sudah sangat rendah. Tidak signifikannya variabel pengetahuan menunjukkan bahwa Generasi Z pada umumnya telah terbiasa dengan teknologi digital sehingga tingkat pengetahuan tidak lagi menjadi faktor utama dalam menentukan minat penggunaan QRIS.

Pengetahuan ialah hasil dari proses pemahaman yang diperoleh seseorang setelah melalui pengindraan pada suatu objek tertentu (Notoatmodjo, 2014). Oleh karena itu, penggunaan QRIS di kalangan Gen Z Kabupaten Kudus dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam memilih untuk menggunakan sistem transaksi berbasis QR Code, yang didasari oleh pengetahuan yang mereka miliki. Hal ini sesuai dengan penelitian Kartika (2020) dalam penelitiannya menemukan variabel pengetahuan tidak signifikan. Sejalan juga dengan penelitian Siregar yang menunjukkan bahwa ketika pengetahuan dalam menggunakan QRIS mengalami kenaikan ataupun penurunan, maka hal tersebut tidak mempengaruhi minat dalam menggunakan QRIS.

Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Bertransaksi menggunakan QRIS melalui aplikasi BSI Mobile pada Gen Z di Kabupaten Kudus

Hasil uji-t pada variabel kemudahan, diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $4,085 > 1,985$ dan nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan QRIS mobile banking BSI pada pengguna Gen Z di kabupaten Kudus Variabel Kemudahan (*Effort Expectancy*) juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi. Sesuai dengan teori UTAUT2, kemudahan penggunaan menjadi faktor krusial bagi konsumen jika sebuah teknologi tidak memerlukan upaya mental yang berat untuk dipelajari, maka minat penggunaan akan meningkat secara otomatis.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan kemudahan berpengaruh positif terhadap minat pembayaran menggunakan QRIS mobile banking syariah pada generasi Z (Febriansyah, 2025), serta sejalan dengan penelitian Prima Adeh 2024 yang menyatakan variabel kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS sebagai sitem pembayaran di BSI mobeile banking pada mahasiswa UIN SUSKA Riau (Prima Adeh, 2024). Penelitian lain memperlihatkan jika di BSIKCP Rungkut 1 Surabaya, minat konsumen dalam menggunakan layanan transaksi QRIS dipengaruhi secara signifikan oleh kemudahan penggunaan (Amin, 2020).

Pengaruh Manfaat Terhadap Minat Bertransaksi menggunakan QRIS melalui aplikasi BSI Mobile pada Gen Z di Kabupaten Kudus

Hasil uji-t pada variabel manfaat, diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $3,661 > 1,985$ dan nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan QRIS mobile banking BSI pada pengguna Gen Z di kabupaten Kudus. Berdasarkan hasil uji hipotesis, ditemukan bahwa variabel Manfaat (*Performance Expectancy*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Bertransaksi menggunakan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa penggunaan QRIS memberikan keuntungan nyata, seperti efisiensi waktu pembayaran dan praktisnya proses transaksi tanpa uang tunai.

Temuan ini mendukung teori UTAUT2 dari Venkatesh yang menyatakan bahwa ekspektasi kinerja merupakan salah satu pendorong terkuat dalam adopsi teknologi. Hal ini membuktikan bahwa Gen Z di Kabupaten Kudus menganggap QRIS BSI sebagai solusi finansial yang efisien dan tidak rumit, sehingga meningkatkan frekuensi penggunaan mereka dalam kehidupan sehari-hari (Davis, 1989). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Meliza dan kawan-kawan dalam penelitian berjudul "*The Influence of Knowledge, Benefits and Convenience on Users of Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) at Bank Syariah Indonesia (BSI) Mobile*" (Meliza, Ismudi, 2024). Penelitian tersebut mengungkapkan jika variabel manfaat (benefit) mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada keputusan pengguna dalam menggunakan QRIS melalui aplikasi BSI Mobile.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Bertransaksi menggunakan QRIS melalui aplikasi BSI Mobile pada Gen Z di Kabupaten Kudus

Hasil uji-t pada variabel kepercayaan, diperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yakni $1,340 < 1,985$ dan nilai Sig. sebesar $0,184 > 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan QRIS mobile banking BSI pada pengguna Gen Z di kabupaten Kudus. Variabel Kepercayaan ditemukan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat. Hal ini dapat dijelaskan melalui teori UTAUT2, di mana *Facilitating Conditions* (Kondisi yang Memfasilitasi) seperti jaminan keamanan dari Bank Indonesia dan lembaga keuangan resmi telah dianggap sebagai standar baku.

Minat bertransaksi lebih didorong oleh faktor kemudahan dan manfaat fungsional dibandingkan rasa percaya itu sendiri. Pada penelitian sebelumnya menyatakan variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah BSI KC Pekalongan Pemuda dalam menggunakan QRIS dikarenakan masih banyak nasabah yang lebih dominan menggunakan uang cash dalam melakukan pembayaran

daripada menggunakan QRIS (Amaliyah, 2024). Didukung oleh penelitian Putu kepercayaan tidak signifikan terhadap minat bertransaksi QRIS pada Gen Z karena generasi ini sebagai generasi digital memiliki kepercayaan tinggi terhadap teknologi finansial (Dianawati et al., 2025).

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, kemudahan, manfaat, dan kepercayaan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan QRIS pada aplikasi BSI Mobile di Kabupaten Kudus. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial variabel kemudahan dan manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS, sedangkan pengetahuan dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa bagi Generasi Z, persepsi kemudahan penggunaan serta manfaat praktis yang diperoleh dari teknologi pembayaran digital menjadi faktor utama yang mendorong minat penggunaan QRIS. Secara simultan, keempat variabel dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan QRIS dengan nilai koefisien determinasi sebesar 75,3%, sehingga model penelitian yang digunakan mampu menjelaskan sebagian besar variasi minat Generasi Z dalam menggunakan QRIS melalui aplikasi BSI Mobile.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Jalil, K. N. A. (2025). Pengaruh Pengetahuan , Kepercayaan , dan Keuntungan Terhadap Penggunaan Crypto pada Mahasiswa di Kudus. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 8(1), pp. 57-72.
- Amaliyah, I. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan QRIS pada Generasi Z. *Skripsi*. UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Amin, M. (2020). Penggunaan media sosial sebagai sarana crowdfunding. *Jurnal Komunikasi*, 21(1), 1-9.
- Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 401-423. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.109>
- Cahya, B. T., Restuti, D. P., Safitri, A. A., & Venio, A. (2024). Analisis Minat Pembelian Secara Online Ditinjau dari Online Customer Review, Online Customer Rating dan Kualitas Website (Studi pada Mahasiswa Pengguna shopee.co.id). *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 41-52. <https://doi.org/10.23917/benefit.v8i2.2156>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3).

- <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D. (2014). Perceived usefulness, perceived ease-of-use and faculty acceptance of electronic books: An empirical investigation of Sultan Qaboos University, Oman. *Library Review*, 63(4-5), 276-294. <https://doi.org/10.1108/LR-05-2013-0062>
- Dianawati, P. S., Sri, P., & Jaya, A. (2025). Menguak Minat Generasi " Z " di Denpasar Mengadopsi QRIS. 6(3), 1084-1094.
- Febriansyah, D. almadani. (2025). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat pembayaran menggunakan QRIS mobile banking syariah pada Generasi Z (Studi pada pengguna mobile banking syariah di Malang). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Indriani, A., Syamsul, E. M., & Lestari, A. G. (2023). Quick Response Code Indonesian Standard (Qris), Penjualan Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Alfamart Talaga Wetan). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan, & Bisnis Syariah*, 5(2), 911-930. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i1.2233>
- Kartika, B. R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Muamalat Din Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online Pada Bank Muamalat Cabang Palu. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 2(3), 15-131.
- Kembarsari, S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Menggunakan Quick Response Code Standard (Qris) Bank Syariah Indonesia.
- Khumairoh, S. (2024). Pengaruh Pengetahuan , Kepercayaan dan Risiko terhadap Minat Pengguna Financial Technology Peer to Peer Lending pada Pemilik UMKM Fashion di Kota Surakarta. 2(3).
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16-30. <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.612>
- Meliza, Ismudi, and R. M. (2024). —The Influence of Knowledge, Benefits and Convenience on Users of Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) at Bank Syariah Indonesia (BSI) Mobile. *International Journal of Kita Kreatif*, 1(3), 83.
- Musa F. Silaen, Sepbeariska Manurung, & Christine D. Nainggolan. (2021). Effect Analysis Of Benefit Perception, Ease Perception, Security And Risk Perception Of Merchant Interest In Using Quick Response Indonesia Standard (Qris). *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(5), 1574-1581. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i5.313>
- Notoatmodjo, S. (2014). *Ilmu Perilaku Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Oktaviana, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Dan Fitur Layanan

- Terhadap Minat Menggunakan Shopeepay Di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2806–2822. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.905>
- Prima Adeh. (2024). Analisis minat penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) sebagai sistem pembayaran di BSI Mobile Banking pada mahasiswa UIN Suska Riau. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Rahmadi. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical* (Vol. 44, Issue 8).
- Raihan. (2017). *Metodologi Penelitian*. Universitas Islam Jakarta.
- 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.
- Sabila, S. A. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, dan Kenyamanan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Teknologi QRIS Pada Aplikasi BSI Mobile Banking (Studi Empiris Pada Nasabah BSI Purwokerto). *Skripsi*, 1–124.
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 287–297.
- Siyoto, S., & Ali, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Issue February). Literasi Media Publishing.
- Ulfi, I. (2020). Tantangan Dan Peluang Kebijakan Non-Tunai: Sebuah Studi Literatur. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 1(25), 55–65. <https://doi.org/https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i1.2379>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Fred D. Davis. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Zenita, B. P., & Restuti, D. P. (2024). Kepercayaan Konsumen terhadap Produk Skincare Melalui Endorsement dari Influencer Muslim Purchasing Confidence in Skincare Products Through Endorsements from Muslim Influencers. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 5(2), 143–160. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v5i02.1407>