

**PENGARUH GAYA HIDUP, KEMUDAHAN BERTRANSAKSI, DAN
PERSEPSI MANFAAT TERHADAP KEPUTUSAN GENERASI Z
MELAKUKAN PEMBELIAN PADA UMKM YANG MENYEDIAKAN
QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS)
(Studi Pada Generasi Z di Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

**NANDA NURAINI
NIM. 214110202266**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nanda Nuraini
NIM : 214110202266
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Bertransaksi, dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Generasi Z Melakukan Pembelian Pada UMKM Yang Menyediakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* (Studi Pada Generasi Z di Purwokerto)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 5 Juni 2025

Saya Yang Menyatakan,



Nanda Nuraini

NIM. 214110202266



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH GAYA HIDUP, KEMUDAHAN BERTRANSAKSI, DAN
PERSEPSI MANFAAT TERHADAP KEPUTUSAN GENERASI Z
MELAKUKAN PEMBELIAN PADA UMKM YANG MENYEDIAKAN QUICK
RESPONSE CODE INDONESIA STANDARD (QRIS) (STUDI PADA
GENERASI Z DI PURWOKERTO)**

Yang disusun oleh Saudara **Nanda Nuraini NIM 214110202266** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin, 30 Juni 2025** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Dr. M. Sulasih, S.E., M.Si.
NIP. 19800119 202321 2 017

Pembimbing/Penguji

Sarpini, M.E.Sy.
NIP. 19830404 201801 2 001

Purwokerto, 30 Juni 2025

Mengesahkan
Dekan,



Prof. Dr. H. Jamal Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di Purwokerto

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Nanda Nuraini NIM. 214110202266 yang berjudul:

Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Bertransaksi, dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Generasi Z Melakukan Pembelian Pada UMKM Yang Menyediakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* (Studi Pada Generasi Z di Purwokerto)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Purwokerto, 5 Juni 2025

Pembimbing



Sarpini, M.E., Sy.

NIP. 1983040420180120001

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

“Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.”

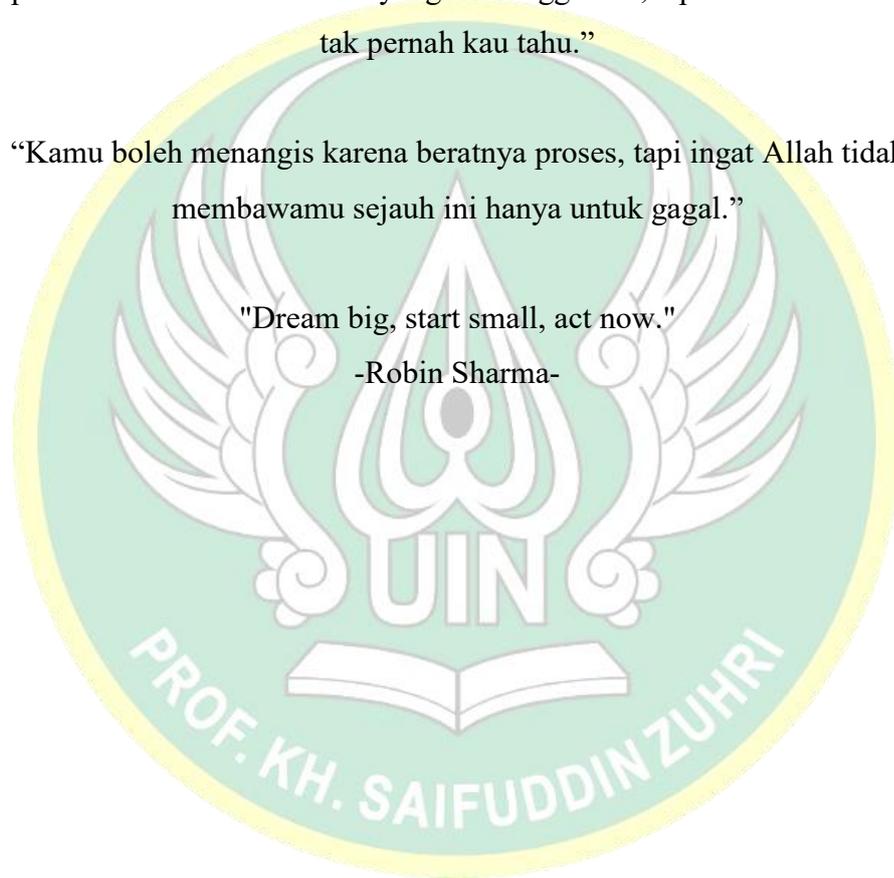
(QS. Al-Insyirah: 6-7)

“Skripsi ini lahir bukan dari tawa yang kau tinggalkan, tapi dari ketekunan yang tak pernah kau tahu.”

“Kamu boleh menangis karena beratnya proses, tapi ingat Allah tidak membawamu sejauh ini hanya untuk gagal.”

"Dream big, start small, act now."

-Robin Sharma-



PENGARUH GAYA HIDUP, KEMUDAHAN BERTRANSAKSI, DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP KEPUTUSAN GENERASI Z MELAKUKAN PEMBELIAN PADA UMKM YANG MENYEDIAKAN *QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS)* (STUDI PADA GENERASI Z DI PURWOKERTO)

Nanda Nuraini

NIM. 214110202266

Email: nandanuraini018@gmail.com

**Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

ABSTRAK

Penerapan *QRIS* sebagai metode pembayaran digital telah mengalami peningkatan signifikan di Indonesia, namun fokus penelitian sebelumnya masih banyak tertuju pada generasi milenial dan aspek teknis penggunaan *QRIS*. Penelitian ini menghadirkan kebaruan (novelty) dengan mengarahkan perhatian pada generasi Z di Purwokerto yang memiliki karakteristik konsumsi digital, gaya hidup instan, dan tingkat adaptasi tinggi terhadap teknologi. Penelitian ini juga secara spesifik mengkaji keputusan pembelian pada UMKM yang menyediakan *QRIS*, bukan hanya pada aspek penggunaan *QRIS* secara umum. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, kemudahan bertransaksi, dan persepsi manfaat terhadap keputusan pembelian generasi Z pada UMKM yang menyediakan *QRIS* di Purwokerto.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden generasi Z pengguna *QRIS* di Purwokerto. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS, serta dilengkapi dengan uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik untuk memastikan kelayakan data yang digunakan dalam pengujian hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, gaya hidup, kemudahan bertransaksi, dan persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, gaya hidup dan kemudahan bertransaksi berpengaruh signifikan, sedangkan persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan. Penelitian ini menyarankan agar penelitian selanjutnya mempertimbangkan variabel tambahan seperti literasi keuangan digital dan persepsi risiko, serta memperluas cakupan wilayah penelitian agar hasil yang diperoleh dapat digeneralisasikan lebih luas dan relevan secara nasional.

Kata kunci: Gaya Hidup, Kemudahan Bertransaksi, Persepsi Manfaat, Keputusan Pembelian, Generasi Z, QRIS, UMKM.

**THE INFLUENCE OF LIFESTYLE, TRANSACTION CONVENIENCE, AND
PERCEIVED BENEFITS ON GENERATION Z'S PURCHASING
DECISIONS AT MSMEs THAT PROVIDE QUICK RESPONSE CODE
INDONESIAN STANDARD (QRIS)
(STUDY ON GENERATION Z IN PURWOKERTO)**

Nanda Nuraini

NIM. 214110202266

Email: nandanuraini018@gmail.com

**Department of Sharia Banking Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

ABSTRACT

The implementation of QRIS as a digital payment method has grown significantly in Indonesia, yet previous studies have mostly focused on millennials and the technical aspects of QRIS usage. This study introduces a novelty by targeting Generation Z in Purwokerto, a group known for its digital consumption behavior, instant lifestyle, and high adaptability to technology. The research specifically examines purchasing decisions at MSMEs that provide QRIS, rather than focusing merely on general usage. The objective of this research is to analyze the influence of lifestyle, transaction convenience, and perceived benefits on the purchasing decisions of Generation Z at MSMEs that provide QRIS in Purwokerto.

This study employed a quantitative research approach using survey methods through questionnaires distributed to 100 Generation Z respondents who are QRIS users in Purwokerto. The data were analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS software, and the study included validity tests, reliability tests, and classical assumption tests to ensure the robustness of the findings.

The results reveal that lifestyle, transaction convenience, and perceived benefits simultaneously have a significant effect on purchasing decisions. Partially, lifestyle and transaction convenience have a significant effect, while perceived benefits do not. This study suggests that future research should include additional variables such as digital financial literacy and perceived risk, and broaden the research area to enhance the generalizability of the findings on a national scale.

Keywords: Lifestyle, Transaction Convenience, Perceived Benefits, Purchasing Decision, Generation Z, QRIS, MSMEs.

PEDOMAN LITERASI BAHASA ARAB INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0542 b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ħa	ħ	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	ghain	gh	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	w
ه	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

2. **Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap**

ع د ة	ditulis	'iddah
-------	---------	--------

3. **Ta' marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h**

حكمة	ditulis	Hikmah	جزية	ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengankata sandang “*al*” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h

كرامة الأولياء	ditulis	Karâmah al-aulyâ'
----------------	---------	-------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

زكاة الفط	ditulis	Zakât al-fitr
-----------	---------	---------------

4. **Vokal Pendek**

ا	Fathah	ditulis	a
ي	Kasrah	ditulis	i
و	Dammah	ditulis	u

5. **Vokal Panjang**

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	a
	تنس	ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	furûḍ

6. **Vokal Rangkap**

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	ai
	بينكم	ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	qaul

7. **Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof**

أَنْتُمْ	ditulis	a'antum
أَعَدْتُ	ditulis	u'iddat

8. **Kata sandang alif+lam**

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	ditulis	as-samâ
--------	---------	---------

9. **Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat**

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذَوِي الْفُرُوضِ	ditulis	Zawi al-furûḍ
أَهْلُ السُّنَّةِ	ditulis	Ahl as-sunnah



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah Swt atas rahmat dan karunianya maka penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Bertransaksi, dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Generasi Z Melakukan Pembelian Pada UMKM Yang Menyediakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* (Studi Pada Generasi Z di Purwokerto). Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, yang dalam hal ini dikarenakan kelemahan dan keterbatasan penulis. Namun demikian penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis merasa banyak mendapat bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M., selaku Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Prof. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Dr. Ahmad Dahlan, M.Si., Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

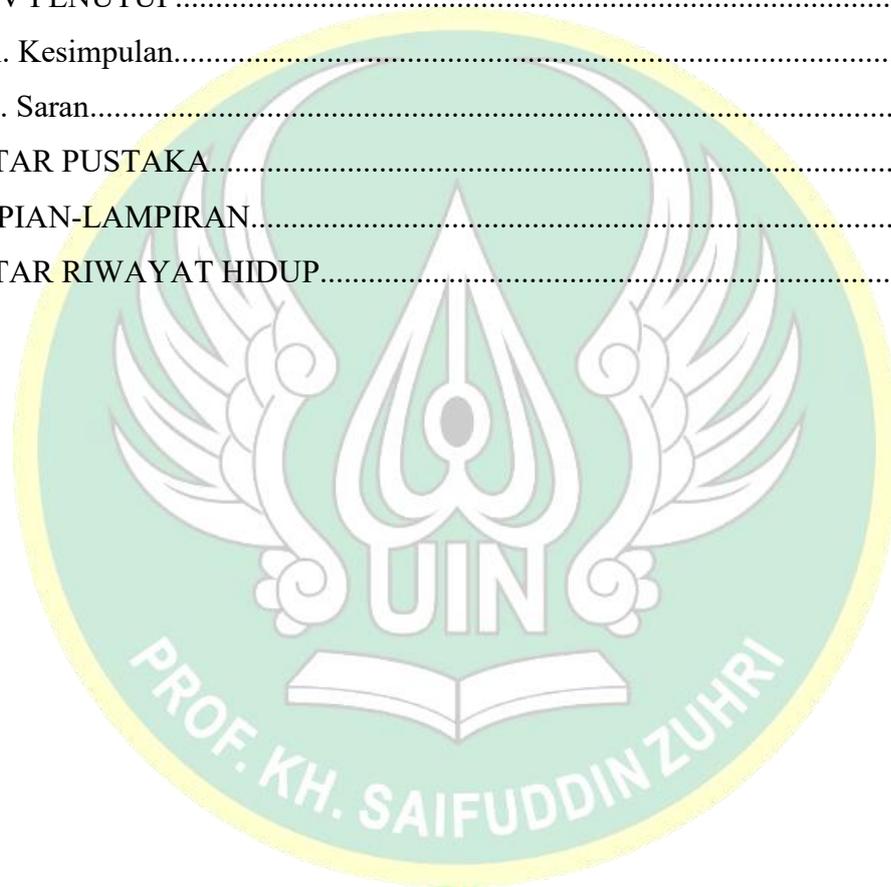
10. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak., selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Sarpini, M.E.Sy., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan pengetahuan, ilmu, bimbingan, arahan, motivasi, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Segenap dosen, staff, tata usaha, dan citivas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
13. Teruntuk kedua orang tua saya tercinta, cinta pertamaku Bapak Ruswanto dan pintu surgaku Ibu Supriyati, terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan, yang senantiasa menjadi sumber kekuatan, motivasi, dan inspirasi. Doa-doa yang tak pernah putus, kesabaran dan kasih sayang yang menjadikan penulis selalu mampu melewati berbagai tantangan dalam pendidikan ini. Ibu, yang selalu menjadi teman cerita, support system pertama disetiap keadaan, dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis yang menjadikan penulis lebih kuat dalam menghadapi kesulitan dalam proses ini. Bapak, yang selalu memenuhi semua kebutuhan, selalu support, dan selalu menjadi pelipur lara serta penyemangat disaat penulis merasa lelah. Semoga Bapak dan Ibu selalu sehat dan diberikan umur yang panjang supaya bisa melihat anaknya sukses di kemudian hari dan bisa membahagiakan Bapak dan Ibu. Skripsi ini tidak istimewa, tetapi semoga dengan sedikit pencapaian ini bisa menjadi hadiah kecil dari anak perempuan kalian tersayang ini yang masih banyak belajar.
14. Untuk Adik saya tersayang Zam Zam Ali Yafie, terima kasih atas doa, pengertian, semangat, dan canda tawa yang seringkali menjadi pelipur lara di tengah kelelahan dalam proses ini. Meskipun tak selalu terucap, tetapi dirimu merupakan salah satu motivasi terbesar penulis untuk menyelesaikan pendidikan ini agar selalu bisa membahagiakanmu.
15. Untuk keluarga besar saya, terima kasih atas doa, dukungan, kasih sayang, dan motivasi yang diberikan kepada penulis. Terima kasih telah selalu memberikan semangat dan support kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan proses pendidikan ini.

16. Teruntuk seseorang yang belum bisa kutulis namanya disini, namun sudah jelas tertulis di *Lauhul Mahfudz* untukku. Terimakasih sudah menjadi salah satu sumber motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai bentuk penulis memantaskan diri. Meskipun belum saling bertemu, penulis percaya bahwa setiap langkah yang dijalani hari ini adalah bagian dari persiapan untuk saling menemukan dalam keadaan terbaik. Seperti kata Bj Habibie “Kalau memang dia dilahirkan untuk saya, kamu jungkir balik pun saya yang dapat.” Semoga kita dipertemukan di waktu yang tepat dan dengan hati yang telah matang untuk saling menguatkan.
17. Teruntuk diri saya sendiri Nanda Nuraini, terima kasih karena memilih untuk tidak menyerah meskipun sering merasa lelah dan hampir menyerah. Terima kasih karena mau terus mencoba, terus belajar, dan terus tumbuh. Perjalanan ini tidak mudah, tetapi mampu dilalui dengan ketekunan dan keyakinan. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa segala usaha yang disertai dengan doa tidak akan pernah sia-sia.
18. Teruntuk sahabat saya Faradila Hanifah Primadiarti, terima kasih telah menjadi sahabat penulis selama perkuliahan ini, menjadi support system, tempat berkeluh kesah, berbagi cerita, tempat tumbuh bersama, dan selalu ada di setiap proses dan hari penting penulis, dan tak terkecuali sahabat saya Tri Mukti Cahyati dan Dwi Nur Apriliani, serta teman-teman Perbankan Syariah D’21 yang juga selalu kebersamaian selama perkuliahan dan proses penulis, terima kasih atas doa, support, dan motivasinya sehingga penulis bisa menyelesaikan proses ini.
19. Teruntuk teman-teman KKN saya khususnya Rahma Insan Madani, terimakasih atas doa, support, selalu menjadi pelipur lara dan tempat penulis berkeluh kesah. Terima kasih atas bantuan dan dukungannya selama ini.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
MOTTO.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
PEDOMAN LITERASI BAHASA ARAB INDONESIA.....	vii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
D. Sistematika Pembahasan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
A. Kajian Teori.....	14
B. Kajian Pustaka.....	22
C. Landasan Teologis.....	36
D. Kerangka Konseptual.....	40
E. Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
A. Jenis Penelitian.....	45
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	45
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	45
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	47
E. Sumber Data Penelitian.....	49

F. Pengumpulan Data Penelitian.....	49
G. Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....	54
A. Gambaran Objek Penelitian.....	54
B. Karakteristik Responden.....	54
C. Hasil Penelitian.....	56
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
BAB V PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIAN-LAMPIRAN.....	79
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	109



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah <i>merchant QRIS</i> di Kabupaten Banyumas.....	4
Tabel 1.2 Jumlah Generasi Z di Purwokerto.....	4
Tabel 2.1 Kajian Pustaka.....	26
Tabel 3.1 Indikator Penelitian.....	48
Tabel 3.2 Skala Likert.....	500
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	56
Tabel 4.4 Uji Validitas X1 (Gaya Hidup).....	56
Tabel 4.5 Uji Validitas X2 (Kemudahan Bertransaksi).....	57
Tabel 4.6 Uji Validitas X3 (Persepsi Manfaat).....	57
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas X1 (Gaya Hidup).....	58
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas X2 (Kemudahan Bertransaksi).....	59
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas X3 (Persepsi Manfaat).....	59
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	60
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas.....	61
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
Tabel 4.14 Uji t (Uji Parsial).....	63
Tabel 4.15 Uji t (Uji Parsial) Setelah Diubah.....	64
Tabel 4.16 Uji F (Uji Simultan).....	64
Tabel 4.17 Uji R^2_{Adj} (Koefisien Determinasi).....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pengguna <i>QRIS</i>	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 1.2 Lembar Angket Kuesioner.....	81
Lampiran 2.1 Identitas Responden.....	85
Lampiran 3.1 Tabulasi Data Gaya Hidup (X1).....	88
Lampiran 3.2 Tabulasi Data Kemudahan Bertransaksi (X2).....	91
Lampiran 3.3 Tabulasi Data Persepsi Manfaat (X3).....	94
Lampiran 3.4 Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y).....	97
Lampiran 4.1 Output Tabel Karakteristik Responden.....	100
Lampiran 5.1 Uji Validitas Gaya Hidup (X1).....	101
Lampiran 5.2 Uji Validitas Kemudahan Bertransaksi (X2).....	101
Lampiran 5.3 Uji Validitas Persepsi Manfaat (X3).....	102
Lampiran 6.1 Uji Reliabilitas.....	102
Lampiran 7.1 Uji Normalitas.....	103
Lampiran 8.1 Uji Multikolinearitas.....	103
Lampiran 9.1 Uji Heteroskedastisitas.....	104
Lampiran 10.1 Uji Linearitas.....	104
Lampiran 11.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	105
Lampiran 11.2 Uji t (Uji Parsial).....	105
Lampiran 11.3 Uji F (Uji Simultan).....	105
Lampiran 12.1 Uji R^2_{Adj} (Koefisien Determinasi).....	106
Lampiran 13.1 Input Data ke SPSS.....	106
Lampiran 14.1 Tata Cara Menggunakan QRIS.....	106

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era digital saat ini, teknologi mengalami perkembangan yang cukup pesat, terutama di negara-negara berkembang di mana kemajuan teknologi yang semakin modern. Berkat teknologi terbaru, banyak perangkat dan alat telah dikembangkan secara khusus, terutama dalam teknologi metode pembayaran. Dengan perkembangan teknologi, metode, dan sistem pembayaran yang cepat terus tumbuh dalam transaksi ekonomi. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran akan menggeser peran uang tunai sebagai instrumen pembayaran untuk pembayaran digital yang lebih efisien dan lebih murah (Sari, 2021).

Dengan berkembangnya teknologi tersebut terutama pada sektor industri teknologi pembayaran digital, memberikan berbagai manfaat signifikan yang telah dirasakan oleh masyarakat, pelaku usaha, dan semua pihak yang terlibat dalam kegiatan perekonomian. Dampak positif ini telah menarik perhatian mereka terhadap pemanfaatan transaksi digital, yang saat ini dikenal dengan istilah *Fintech* atau *Finansial Technology*. *Fintech* merupakan terobosan baru di sektor jasa keuangan. Secara simpel, konsep ini dapat diartikan sebagai kemajuan dalam bidang keuangan yang melibatkan pemanfaatan teknologi canggih (OJK, 2020).

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) yang mengatur penggunaan kode *QR* Indonesia resmi diterbitkan oleh Bank Indonesia (BI) pada 1 Januari 2020. Dengan menggunakan standar global EMV Co. Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) menciptakan *QRIS*. Dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), *QRIS* merupakan standar pembayaran kode *QR* untuk sistem pembayaran Indonesia (Bank Indonesia, 2019).

Peluncuran *QRIS* bertujuan untuk memberikan kenyamanan dan transaksi yang aman di semua bidang, karena sistem *QRIS* dapat mendukung seluruh sistem pembayaran kode *QR* dari berbagai Penyedia Jasa Sistem Pembayaran

(PJSP). Metode pembayaran *QRIS* sangat didukung oleh kehadiran *smartphone* yang menjadi milik kebanyakan orang (Waluyo, 2022).

Semua pedagang yang telah bermitra dengan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) dapat menggunakan *QRIS*. Hanya dengan memindai kode *QRIS* yang tersedia, pengguna layanan dompet digital seperti Dana, Gopay, dan OVO dapat bertransaksi dengan pedagang tanpa menggunakan perangkat lunak pembayaran yang sama dengan penyedia *QRIS* milik pedagang. Sebagai contoh, pengguna LinkAja tetap dapat menyelesaikan pembayaran meskipun *QRIS* yang digunakan berasal dari ShopeePay, karena sistem ini mengadopsi mekanisme *Merchant Presented Mode (MPM)*. Implementasi sistem ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dan keterjangkauan transaksi non-tunai, tetapi juga berperan dalam mempercepat inklusi keuangan di Indonesia serta mendorong digitalisasi sektor UMKM. Secara keseluruhan, hal ini memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Melalui pemanfaatan kode *QR*, *QRIS* dirancang untuk menjadi standar nasional dalam transaksi pembayaran non-tunai (Silalahi et al., 2022).

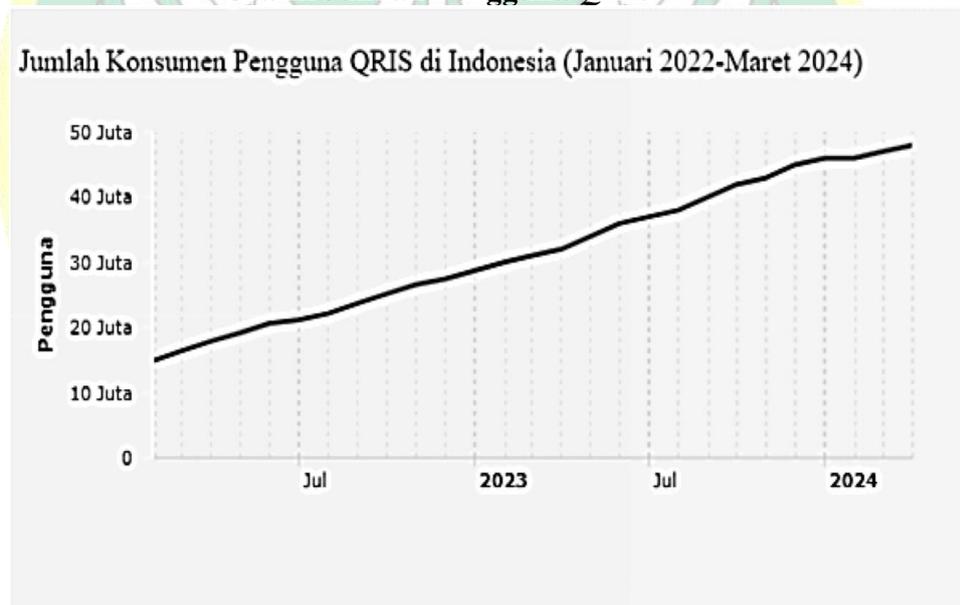
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang punya peran penting dalam kebijakan makro prudensial, khususnya dalam mendorong fungsi intermediasi serta meningkatkan dan memulihkan akses keuangan ekonomi negara. UMKM memiliki ketahanan ekonomi yang kuat yang mendukung sistem keuangan dan stabilitas ekonomi, serta memberikan kontribusi yang besar terhadap PDB dan ketenagakerjaan ekonomi Indonesia. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia memperkirakan bahwa UMKM mempekerjakan 97% dari tenaga kerja negara ini dan menyumbang sekitar 61% dari PDB-nya. Dan, di saat krisis apapun, UMKM bertindak sebagai penyangga, tangguh, dan dapat pulih dengan cepat. Oleh karena itu, perkembangan UMKM adalah kondisi yang diperlukan untuk mempromosikan pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi di Indonesia (elkon.go.id, 2022).

Perkembangan ini diterima baik oleh sektor industri dan ekonomi di Indonesia utamanya di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

yang dipaksa untuk bisa segera berinovasi dan beradaptasi. Akibat pandemi tahun 2019, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah melaporkan bahwa UMKM di Indonesia menghadapi permasalahan seperti penurunan penjualan, kesulitan distribusi, dan keterbatasan modal. Hal ini juga mengakibatkan pendapatan UMKM menurun dan mengalami kerugian. Mengingat krisis telah berdampak pada banyak aspek dan sektor perekonomian, diperlukan periode pemulihan yang relatif lama. UMKM terpaksa segera berinovasi dan beradaptasi, termasuk dengan mengadopsi model bisnis digital (Medcom.id, 2023).

Jumlah pengguna *QRIS* yang semakin banyak setiap tahunnya membuat *merchant-merchant* hampir semua menyediakan *QRIS*. Berikut jumlah pengguna *QRIS* di Indonesia dari tahun 2022 sampai tahun 2024.

Gambar 1.1
Grafik Jumlah Pengguna *QRIS*



Sumber: databoks.katadata.co.id

Dari grafik di atas, kita bisa melihat bahwa pengguna *QRIS* di Indonesia dari tahun 2022 sampai tahun 2024 mengalami peningkatan hingga hampir mencapai 50jt pengguna. Keberadaan beberapa sistem pembayaran yang terus berkembang memudahkan modifikasi model transaksi masyarakat kontemporer, yang pada gilirannya membentuk perubahan perilaku dan munculnya identitas baru dalam kehidupan manusia. Lebih banyak inovasi,

seperti penciptaan pembayaran digital yang lebih sederhana, niscaya akan muncul dari pertumbuhan berbagai sistem pembayaran dengan kemajuan teknologi (Business Innovation & Entrepreneurship, 2019).

Selain jumlah pengguna *QRIS* yang semakin banyak, sekarang semakin banyak juga *merchant merchant* yang menyediakan *QRIS*. Berikut jumlah *merchant QRIS* yang ada di Banyumas.

Tabel 1.1
Jumlah merchant QRIS di Kabupaten Banyumas

Tahun	Jumlah Merchant QRIS
2021	107.890
2022	150.000
2023	200.000
2024	474.892

Sumber: banyumas.suamamerdeka.com

Dari tabel di atas, diketahui bahwa data per Maret 2021 menunjukkan sekitar 107.890 *merchant QRIS* di Kabupaten Banyumas. Pada akhir 2021 hingga awal 2022, jumlah *merchant QRIS* di Keresidenan Banyumas hampir mencapai sekitar 150.000 *merchant*. Informasi spesifik mengenai jumlah pengguna *QRIS* di Banyumas untuk tahun 2023 hampir mencapai sekitar 200.000 *merchant*. Dan jumlah *merchant QRIS* tahun 2024 di wilayah Banyumas Raya telah mencapai lebih dari 400.000 pedagang. Ini di wilayah Kabupaten Banyumas karena data spesifik di Purwokerto belum ada (banyumas.suamamerdeka.com).

Menurut Dimock (2019) dari Pew Research Center, generasi Z adalah kelompok yang lahir mulai tahun 1997 hingga awal 2010-an. Berdasarkan definisi ini, pada tahun 2025 mereka berada pada rentang usia sekitar 13 hingga 28 tahun. Berikut merupakan data jumlah generasi Z di Purwokerto.

Tabel 1.2
Jumlah Generasi Z di Purwokerto

Tahun	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah Penduduk
2021	10-29	535.089 jiwa
2022	10-29	531.740 jiwa
2023	10-29	541.982 jiwa
2024	10-29	542.683 jiwa

Sumber: banyumaskab.bps.go.id

Dari tabel di atas, diketahui bahwa kelompok umur 10-29 tahun berdasarkan data dari website Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Banyumas di tahun 2021 sebanyak 535.089 jiwa, di tahun 2022 sebanyak 531.740 jiwa, di tahun 2023 sebanyak 541.982 jiwa, dan di tahun 2024 sebanyak 542.683 jiwa. Namun karena Generasi Z secara umum didefinisikan sebagai individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (Dimock, 2019), maka pada tahun 2025 mereka berada pada usia 13–28 tahun. Dengan memperkirakan distribusi penduduk yang merata pada setiap kelompok usia, maka jumlah penduduk usia 13–28 tahun di Purwokerto pada tahun 2021 hingga 2024 mungkin kurang dari jumlah yang telah disebutkan pada tabel di atas karena tidak disebutkan secara spesifik untuk usia 13-28 tahun (banyumaskab.bps.go.id).

Pembayaran digital sekarang dianggap lebih mudah dan praktis, masyarakat cukup menuntut berbagai inovasi yang muncul saat ini. Masyarakat yang kini terbiasa dengan pembayaran digital juga diuntungkan dengan maraknya tren belanja daring dan tersedianya opsi pembayaran digital di *merchant*. Gaya hidup masyarakat tentu saja berubah akibat hal ini. Artinya, layanan digital seperti *e-money* dan bank digital telah menjadi kebiasaan atau menjadi gaya hidup orang-orang yang dulunya menggunakan uang tunai (Dini Haryati, 2019).

Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior Theory*), yang dikembangkan oleh Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk (2007), dalam buku mereka "Perilaku Konsumen," berfungsi sebagai landasan teoritis untuk penelitian ini. Teori ini menjelaskan bagaimana konsumen membuat keputusan tentang apa yang akan dibeli dan bagaimana persepsi, sikap, motivasi, dan gaya hidup memengaruhi perilaku tersebut. Mereka menekankan bahwa perilaku konsumen adalah hasil dari proses internal yang kompleks dan dipengaruhi oleh pengalaman serta lingkungan eksternal. Teori ini menjelaskan bahwa gaya hidup mencerminkan bagaimana generasi Z memilih untuk membelanjakan waktu dan uang mereka, yang merupakan representasi langsung dari nilai dan kepribadian mereka, kemudahan

bertransaksi berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap kenyamanan dan efisiensi proses pembayaran melalui *QRIS*. Hal ini sesuai dengan aspek persepsi dan motivasi dalam teori mereka, yang memengaruhi evaluasi konsumen terhadap suatu produk atau layanan, dan persepsi manfaat menyangkut keyakinan konsumen bahwa penggunaan *QRIS* memberikan nilai lebih atau keuntungan, baik secara fungsional maupun emosional. Ini sejalan dengan sikap konsumen, yang menurut Schiffman & Kanuk, merupakan hasil dari keyakinan dan evaluasi terhadap atribut produk atau layanan. Dengan demikian, teori perilaku konsumen dari Schiffman & Kanuk menjadi dasar teoritis yang kuat untuk memahami bagaimana faktor-faktor tersebut secara simultan memengaruhi keputusan pembelian generasi Z terhadap UMKM yang menyediakan *QRIS*.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 sebagai kerangka untuk memahami penerimaan teknologi dalam konteks penggunaan *QRIS*. TAM menjelaskan bahwa dua faktor utama yang memengaruhi niat seseorang untuk menggunakan teknologi adalah *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) dan *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan). Dalam konteks penelitian ini, kemudahan bertransaksi mencerminkan persepsi pengguna bahwa *QRIS* mudah digunakan tanpa usaha yang besar, sedangkan persepsi manfaat menunjukkan sejauh mana pengguna merasa bahwa penggunaan *QRIS* dapat meningkatkan efisiensi dan kenyamanan transaksi mereka. Oleh karena itu, TAM menjadi relevan dalam menjelaskan bagaimana persepsi terhadap teknologi *QRIS* memengaruhi keputusan pembelian pada generasi Z.

Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan gaya hidup sebagai pola hidup individu yang terwujud dalam minat, hobi, dan sudut pandang mereka. Dalam konteks generasi Z, gaya hidup cenderung digital, instan, dan efisien. Gaya hidup berperan dalam membentuk preferensi terhadap cara bertransaksi, termasuk pemilihan metode pembayaran digital seperti *QRIS*. Seseorang yang sadar akan gaya hidupnya dapat digambarkan sebagai seseorang yang mampu

mengidentifikasi bagaimana mereka menghabiskan waktu, di mana dan untuk apa (*activity*), apa yang dipikirkan orang lain di sekitarnya tentang mereka (*interest*), dan apa yang mereka yakini tentang diri mereka sendiri dan dunia (*opinion*) (Abdul Jalal, et al., 2022).

Budaya *cashless* erat kaitannya dengan era digital modern. Oleh karena itu, generasi Z dianggap lebih mampu dengan cepat mengadopsi kebiasaan baru dalam bertransaksi yang melibatkan pembayaran digital karena mereka tumbuh dengan kenyamanan teknologi dan hidup dengan keyakinan bahwa segala sesuatunya menjadi lebih mudah dengan adanya internet. Karena banyaknya aplikasinya, gaya hidup *cashless* menambah keseruan dalam aktivitas keuangan. Penggunaan teknologi kode *QR* yang digunakan oleh pengguna *QRIS* merupakan salah satu caranya. Gaya hidup *cashless* di masyarakat mulai terbentuk akibat semakin banyaknya pengguna *QRIS* dan kemudahan yang diberikan oleh penemuan ini bagi mereka yang ingin menggunakannya (Abdul Jalal, et al, 2022).

Berdasarkan TAM (Davis, 1989), kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sebuah teknologi akan bebas dari usaha yang besar. *QRIS* sebagai metode pembayaran digital perlu dipersepsikan sebagai mudah agar dapat diterima secara luas. Semakin mudah teknologi digunakan, semakin tinggi kemungkinan individu akan menggunakannya dalam pengambilan keputusan pembelian. Menurut Musa, perilaku pengguna dipengaruhi secara positif oleh kemudahan penggunaan *QRIS*. Masyarakat cenderung lebih menyukai dan menggunakan produk keuangan jika mudah digunakan dan memperlancar proses transaksi, khususnya dalam sistem pembayaran.

Menurut Amijaya (dalam Nurdiansyah et al., 2022), perilaku individu dipengaruhi oleh persepsi kemudahan. Semakin nyaman seseorang terhadap suatu sistem, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk menggunakan teknologi informasi yang ditawarkan. Kemudahan ini mencakup aspek-aspek seperti kemudahan dalam memahami, mempelajari, serta mengoperasikan sistem yang bersifat sederhana. Konsep ini konsisten

dengan penggunaan *QRIS* yang memungkinkan nasabah hanya menggunakan telepon selulernya untuk melakukan pembayaran secara tepat waktu dan efisien.

Berdasarkan TAM, persepsi manfaat adalah tingkat di mana seorang individu berpikir bahwa pemanfaatan suatu teknologi akan meningkatkan kemanjuran atau kinerjanya. Semakin tinggi persepsi terhadap manfaat *QRIS*, maka semakin besar kemungkinan generasi Z menggunakannya saat bertransaksi. Jika konsumen dapat merasakan manfaat penggunaan *QRIS*, persepsi mereka terhadap manfaat tersebut dapat memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakannya. Penggunaan *QRIS* dapat mempercepat transaksi dan menghilangkan kebutuhan akan uang tunai. Pelanggan dapat dengan mudah menyelesaikan transaksi hanya dengan satu sentuhan berkat penggunaan *QRIS*. Sistem ini didukung oleh teknologi enkripsi tingkat lanjut yang menjaga kerahasiaan data pribadi dari risiko kejahatan siber seperti pencurian atau penipuan. Di samping itu, tersedia juga lapisan perlindungan tambahan berupa penggunaan PIN atau verifikasi biometrik seperti sidik jari untuk mengamankan proses pembayaran (Jannah et al., 2023).

QRIS menawarkan fleksibilitas dalam bertransaksi, memungkinkan pengguna memilih berbagai metode pembayaran elektronik. Ketika seseorang tidak membawa uang tunai namun memiliki saldo di *e-wallet*, cukup dengan memindai kode *QR*, maka transaksi dapat segera dilakukan. Hasilnya, prosedur pembayaran menjadi lebih mudah dan efektif. Karena setiap pembayaran langsung tercatat dan dapat diakses kapan saja melalui aplikasi dompet digital, *QRIS* juga memudahkan pengguna untuk memantau riwayat transaksi mereka. Dalam hal pengelolaan dana pribadi, fitur ini sangat bermanfaat. Lebih jauh lagi, *QRIS* mendukung keberlanjutan lingkungan. Pengurangan penggunaan uang tunai dan kertas mengurangi dampak negatif dari proses pencetakan dan konsumsi kertas dalam transaksi fisik. Dengan beragam manfaat tersebut, keputusan untuk menggunakan *QRIS* sebagai alat pembayaran menjadi semakin meyakinkan (Nasri, 2024).

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (1995) keputusan pembelian merupakan suatu proses yang meliputi identifikasi masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan untuk membeli, dan perilaku pasca pembelian. Lingkungan seperti teknologi dan aksesibilitas, serta faktor psikologis seperti sikap, persepsi, dan gaya hidup, semuanya memiliki dampak pada keputusan pembelian. Menurut Ralph C. Darvis (dalam buku karya Denny et al., 2020) bahwa keputusan adalah proses memikirkan dan memilih satu opsi dari serangkaian opsi untuk menyelesaikan suatu masalah. Mereka dapat memilih apakah akan mengadopsi uang elektronik *QRIS* atau tidak dengan mempertimbangkan fitur dan keunggulan teknologinya (Zahir Publising, 2021).

Dari pernyataan yang disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa alasan penulis memilih variabel gaya hidup, kemudahan bertransaksi, dan persepsi manfaat ini karena generasi Z gaya hidupnya cenderung digital, instan, dan praktis. Oleh karena itu, gaya hidup ini berpengaruh dalam penentuan pengambilan keputusan oleh generasi Z dalam menggunakan *QRIS* karena *QRIS* ini merupakan alat pembayaran digital yang instan, praktis, dan generasi Z pun pasti lebih senang jika banyak UMKM yang menyediakan *QRIS* sebagai alat pembayaran karena generasi Z memang memiliki karakter yang serba praktis dan juga jarang memegang uang cash dalam jumlah yang cukup banyak. Selain itu, kemudahan bertransaksi juga berpengaruh dalam pengambilan keputusan oleh generasi Z dalam menggunakan *QRIS* karena generasi Z yang gaya hidupnya digital dan praktis tadi otomatis memilih sesuatu yang digital yang sifatnya mudah dipahami, mudah dipelajari, dan mudah penggunaannya. Dan untuk *QRIS* ini termasuk alat pembayaran digital yang memenuhi kriteria tersebut. Dari penjelasan gaya hidup dan kemudahan bertransaksi yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan generasi Z dalam menggunakan *QRIS*, sudah dipastikan bahwa penggunaan *QRIS* ini memberikan manfaat bagi penggunanya, diantaranya memudahkan pembayaran, efisien, dan lebih aman karena terdapat fitur keamanan berupa PIN dan sidik jari.

Pada penelitian ini, penulis melihat dari penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan yaitu penelitian dari Muhammad Ardi, Astuti & Farham Aditya (2023) yang berjudul Implementasi Pengguna *QRIS* pada Kaum Milenial. Berdasarkan hasil penelitian, penggunaan *QRIS* memiliki kelebihan dan kekurangan. Di antaranya adalah keamanan transaksi yang lebih baik, kemudahan dan kecepatan pemrosesan pembayaran digital, kemampuan pelaku usaha untuk menerima pembayaran dari berbagai aplikasi pembayaran digital tanpa harus membawa banyak metode pembayaran yang berbeda, dan kemampuan nasabah untuk menerima *cashback* dan promosi dari aplikasi pembayaran digital yang telah terintegrasi dengan *QRIS*. Karena sangat bergantung pada konektivitas internet dan penggunaan *smartphone*, penerapan *QRIS* sebagai mekanisme pembayaran terbatas.

Penelitian terdahulu tersebut menggunakan responden dari kalangan kaum milenial dan hanya berfokus pada implementasi penggunaan *QRIS* secara umum, tanpa melihat aspek keputusan pembelian maupun konteks UMKM secara spesifik. Selain itu, pendekatan yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah kualitatif, sehingga hasilnya bersifat eksploratif dan belum memberikan gambaran kuantitatif mengenai hubungan antar variabel. Berdasarkan keterbatasan tersebut, peneliti tertarik untuk memperluas ruang lingkup penelitian dengan mengkaji pengaruh gaya hidup, kemudahan bertransaksi, dan persepsi manfaat terhadap keputusan pembelian, khususnya pada generasi Z yang dikenal memiliki karakteristik digital native, responsif terhadap teknologi, serta terbiasa dengan gaya hidup yang cepat, praktis, dan cashless. Penelitian ini juga lebih terfokus pada keputusan pembelian di UMKM yang menyediakan *QRIS*, karena keputusan pembelian mencerminkan hasil akhir dari proses psikologis konsumen. Selain itu, UMKM dipilih sebagai objek karena memiliki karakteristik unik, seperti interaksi langsung dengan konsumen, keterbatasan teknologi, dan persepsi risiko yang berbeda dibandingkan dengan bisnis berskala besar. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menyebut UMKM sebagai konteks lokasi, tetapi juga sebagai elemen penting yang dianalisis secara mendalam.

Penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini juga dilakukan oleh Putri, Alma Nabila Kuntoro, Amelia Setiawan, dan Hamfri Djajadikerta (2024) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Persepsi Literasi Keuangan, Kemanfaatan, Kemudahan, dan Risiko Terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan *QRIS*" juga menunjukkan bahwa persepsi terhadap manfaat dan kemudahan dalam penggunaan *QRIS* berpengaruh positif terhadap minat generasi Z dalam menggunakannya. Bahkan, persepsi risiko yang biasanya menjadi hambatan tetap menunjukkan pengaruh positif, yang menandakan tingginya kepercayaan generasi Z terhadap sistem pembayaran digital berbasis *QR code* ini.

Selain itu, Nuhra, Adinda Ranandhea, Risdianti Ramli, dan Yonathan Luhut (2024) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital (*QRIS*) Terhadap Tingkat Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa Era Generasi Z dengan Perilaku Gaya Hidup Masa Kini" menekankan bahwa penggunaan *QRIS* sangat berkaitan dengan gaya hidup masa kini yang serba cepat, digital, dan praktis. Penelitian ini menggarisbawahi bahwa *QRIS* tidak hanya mempermudah proses transaksi tetapi juga mendukung pola konsumsi generasi Z yang cenderung instan dan efisien.

Alasan peneliti melakukan penelitian di Purwokerto karena Purwokerto merupakan pusat pemerintahan, pendidikan, dan ekonomi di Kabupaten Banyumas dan sebagian besar pelaku UMKM di Banyumas terpusat di Purwokerto. Selain itu, menurut data dari Bank Indonesia dan media lokal seperti Suara Merdeka dan Antara Jateng, adopsi *QRIS* di wilayah Banyumas, khususnya Purwokerto, menunjukkan pertumbuhan signifikan dari tahun ke tahun. Dan Purwokerto merupakan kota pendidikan yang menjadi tujuan ribuan mahasiswa dari berbagai daerah, terutama dari generasi Z. Hal ini menjadikan kota ini representatif untuk mengkaji pola perilaku konsumen terhadap UMKM, terutama yang telah mengadopsi sistem pembayaran digital seperti *QRIS*. Penelitian ini merupakan pengembangan penelitian dari Muhammad Ardi, Astuti & Farham Aditya (2023) yang berjudul

“Implementasi Pengguna *QRIS* pada Kaum Milenial”. Sehingga judul pada penelitian ini adalah **“Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Bertransaksi, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Generasi Z Melakukan Pembelian di UMKM yang Menyediakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan generasi Z melakukan pembelian pada UMKM yang menyediakan *QRIS*?
2. Apakah kemudahan bertransaksi berpengaruh positif terhadap keputusan generasi Z melakukan pembelian pada UMKM yang menyediakan *QRIS*?
3. Apakah persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan generasi Z melakukan pembelian pada UMKM yang menyediakan *QRIS*?
4. Apakah gaya hidup, kemudahan bertransaksi, dan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan generasi Z melakukan pembelian pada UMKM yang menyediakan *QRIS*?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, berikut beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh positif gaya hidup terhadap keputusan generasi Z melakukan pembelian pada UMKM yang menyediakan *QRIS*.
- b. Untuk mengetahui pengaruh positif kemudahan bertransaksi terhadap keputusan generasi Z melakukan pembelian pada UMKM yang menyediakan *QRIS*.
- c. Untuk mengetahui pengaruh positif persepsi manfaat terhadap keputusan generasi Z melakukan pembelian pada UMKM yang menyediakan *QRIS*.

- d. Untuk mengetahui pengaruh positif gaya hidup, kemudahan bertransaksi, dan persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan generasi Z melakukan pembelian pada UMKM yang menyediakan *QRIS*.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan penelitian ini akan memperoleh manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang pengaruh gaya hidup, kemudahan bertransaksi, dan persepsi manfaat terhadap keputusan pembelian generasi Z pada UMKM yang menyediakan *QRIS*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas literatur tentang perilaku konsumen serta penerimaan teknologi pembayaran digital di kalangan generasi Z.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang perilaku konsumen, khususnya generasi Z dalam konteks penggunaan *QRIS* pada UMKM. Hal ini dapat menjadi dasar untuk studi lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dalam *e-commerce* dan teknologi pembayaran digital.

2) Bagi Pengguna

Penelitian ini dapat membantu konsumen, terutama generasi Z, dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi kenyamanan dan kemudahan dalam menggunakan *QRIS*, sehingga mereka dapat lebih optimal dalam memilih metode pembayaran yang sesuai dengan gaya hidup mereka.

3) Bagi Peneliti Lebih Lanjut

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti berikutnya yang ingin mengeksplorasi lebih dalam mengenai

penerimaan teknologi pembayaran digital di sektor UMKM, serta memberikan arahan dalam mengembangkan model penelitian yang lebih komprehensif terkait topik ini.

D. Sistematika Pembahasan

Penulisan penelitian ini disusun secara sistematis untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dan alur pembahasan, yang terdiri dari beberapa bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, bab ini menguraikan dasar pemikiran penelitian yang mencakup latar belakang, perumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai, serta manfaat yang diharapkan dari penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI, bab ini berisi uraian teoritis yang relevan, termasuk pembahasan tentang konsep Gaya Hidup, Kemudahan Bertransaksi, Persepsi Manfaat, *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*, serta Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Selain itu, dimuat pula kerangka pemikiran, perumusan hipotesis, dan landasan teori yang mendukung penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN, bab ini menjelaskan pendekatan dan metode yang digunakan dalam penelitian, seperti jenis penelitian, lokasi dan waktu pelaksanaan, populasi dan sampel, variabel dan indikator, sumber data, serta teknik penyajian dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, pada bab ini disajikan hasil penelitian yang mencakup deskripsi objek penelitian, karakteristik responden, serta hasil analisis data yang dibahas secara mendalam.

BAB V PENUTUP, bab ini memuat simpulan dari temuan penelitian berdasarkan rumusan masalah, saran dari peneliti untuk pihak-pihak terkait, dan penutup sebagai akhir dari laporan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Teori TAM

Teori *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah teori perilaku yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1986. Dengan memanfaatkan berbagai model untuk memeriksa dan memahami elemen-elemen yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap teknologi baru, TAM menjelaskan proses yang dilalui orang dalam mengadopsi teknologi baru. Menurut TAM, manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan merupakan dua faktor utama yang akan memengaruhi kecenderungan seseorang untuk memanfaatkan teknologi. Dengan kata lain, meskipun suatu teknologi sulit digunakan, orang-orang akan tetap memanfaatkannya jika mereka yakin teknologi itu akan membantu mereka dalam aktivitas yang mereka lakukan.

Kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan merupakan dua kriteria utama TAM yang memengaruhi penerimaan penggunaan teknologi. Oleh karena itu, seseorang dapat mendasarkan pengambilan keputusan atau penerimaan teknologi informasi pada kenyamanan dan keuntungan dalam menggunakannya. Meningkatkan kinerja teknologi informasi memerlukan lebih sedikit pekerjaan jika teknologi tersebut mudah digunakan. Demikian juga, semakin besar manfaat yang dirasakan oleh pengguna, semakin kuat pengaruhnya terhadap keinginan untuk menggunakan teknologi informasi.

Terdapat beberapa alasan mengapa para peneliti memilih untuk menerapkan modifikasi pada TAM dalam kerangka penelitian tertentu:

- a. Pertimbangan Relevansi Kontekstual: Modifikasi diterapkan agar model dapat disesuaikan dengan variabel atau aspek yang dianggap lebih relevan dalam konteks penelitian spesifik.
- b. Penambahan Dimensi Variabel: Sejauh ini, TAM asli hanya mencakup variabel persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) dan

- c. persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*). Dalam beberapa kasus, para peneliti memutuskan untuk menyertakan variabel tambahan seperti persepsi keamanan, kepercayaan, atau dimensi lain yang dianggap signifikan dalam pemahaman adopsi teknologi.
- d. Spesifikasi Hubungan yang Lebih Rinci: Terdapat keinginan peneliti untuk menyelidiki hubungan antar variabel dengan lebih detail atau melakukan penyesuaian pada parameter model TAM untuk mencerminkan dinamika yang lebih akurat dari fenomena penerimaan teknologi dalam konteks penelitian yang spesifik.
- e. Ketidaksesuaian dengan Penggunaan Global: Melalui modifikasi TAM, peneliti dapat memastikan bahwa model tersebut dapat lebih sesuai dengan karakteristik pengguna dalam lingkungan dan wilayah tertentu.
- f. Eksplorasi Aspek Fenomena yang Khusus: Modifikasi dilakukan untuk memberikan fleksibilitas dan kemampuan eksplorasi yang lebih baik terhadap fenomena atau variabel yang menjadi fokus penelitian.

2. Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior*)

Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior Theory*) merupakan kajian yang menjelaskan bagaimana individu membuat keputusan dalam membeli dan menggunakan produk atau jasa. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007), perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Proses ini dipengaruhi oleh berbagai faktor internal maupun eksternal, seperti persepsi, motivasi, sikap, gaya hidup, serta lingkungan sosial dan budaya.

Dalam konteks generasi Z, perilaku konsumennya sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital. Gaya hidup digital yang instan, praktis, dan cepat membuat generasi ini cenderung memilih metode pembayaran yang efisien seperti *QRIS*. Gaya hidup (*lifestyle*) merupakan representasi nilai-nilai, minat, dan aktivitas seseorang dalam kehidupan sehari-hari yang memengaruhi pilihan mereka dalam

berbelanja. Selain itu, persepsi terhadap kemudahan dan manfaat suatu teknologi juga berperan penting dalam menentukan keputusan pembelian.

Schiffman dan Kanuk menekankan bahwa keputusan pembelian adalah hasil dari proses kompleks yang mencakup lima tahap, yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, dan perilaku pasca pembelian. Dalam konteks penelitian ini, keputusan pembelian terhadap UMKM yang menyediakan *QRIS* merupakan hasil akhir dari kombinasi faktor- seperti gaya hidup, kemudahan bertransaksi, dan persepsi manfaat terhadap penggunaan *QRIS*.

Dengan demikian, teori ini memberikan dasar yang kuat untuk memahami bagaimana generasi Z membentuk keputusan pembelian dalam era digital, terutama dalam konteks penggunaan sistem pembayaran non-tunai pada sektor UMKM.

3. Teori Terkait

a. Gaya Hidup

Gaya hidup menggambarkan cara seseorang menjalani hidup, bagaimana mereka mengelola keuangan, serta cara mereka mengalokasikan waktu. Penentu utama gaya hidup dapat dibagi menjadi dua kelompok: psikografis dan demografis. Sementara faktor psikografis lebih rumit karena melibatkan karakteristik individu konsumen, faktor demografis mencakup hal-hal seperti jenis kelamin, usia, pendapatan, dan tingkat pendidikan.

Penelitian ini mengadopsi gaya hidup berdasarkan pendekatan AIO (*Activities, Interests, and Opinions*) dari Schiffman dan Kanuk (2007), tetapi disesuaikan dengan karakteristik generasi Z yang terhubung dengan dunia digital, sehingga terdapat 3 indikator, yaitu:

- a) Aktivitas Digital, yaitu mencerminkan aktivitas harian generasi Z yang sangat bergantung pada teknologi, seperti penggunaan smartphone, aplikasi belanja online, media sosial, dan pembayaran digital.

- b) Preferensi *Cashless*, yaitu preferensi terhadap pembayaran non-tunai menggambarkan *interest* atau minat konsumen terhadap teknologi yang memudahkan kehidupan. Gaya hidup *cashless* menjadi bagian dari identitas generasi Z yang menyukai kenyamanan dan kepraktisan dalam bertransaksi.
- c) Efisiensi dalam Aktivitas, yaitu pandangan konsumen mengenai cara yang dianggap paling efektif dan praktis dalam menjalankan aktivitas. Generasi Z cenderung menilai suatu pilihan berdasarkan kemudahan dan kecepatan, termasuk dalam pengambilan keputusan pembelian.

b. Kemudahan Bertransaksi

Kemudahan bertransaksi merupakan persepsi konsumen bahwa teknologi mudah digunakan dan tidak memerlukan banyak usaha dikenal sebagai kemudahan penggunaan. Menurut Hartono, sejauh mana seseorang berpikir bahwa pemanfaatan teknologi dapat dilakukan dengan sedikit usaha merupakan ukuran kemudahan penggunaan. Orang cenderung menggunakan teknologi jika mereka yakin teknologi tersebut mudah digunakan. Akibatnya, karakteristik kemudahan ini menunjukkan bahwa suatu sistem dibuat untuk memudahkan, bukan mempersulit, kehidupan penggunanya.

Menurut Davis, persepsi kemudahan penggunaan dapat diukur berdasarkan sejumlah faktor yaitu: mudah dipelajari (*easy to learn*), dapat dikontrol (*controllable*), jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*), serta fleksibel (*flexible*). Penjelasan rinci mengenai indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Mudah dipelajari: keyakinan bahwa sistem baru dapat dipelajari dengan mudah. Pengguna dapat memahami cara mempelajari sistem transaksi dengan jelas.
- b) Dapat dikontrol: fitur dan fasilitas dalam website atau aplikasi berfungsi dengan baik.

- c) Jelas dan dapat dipahami: keyakinan bahwa sistem baru mudah dipahami. Fitur-fitur dalam website atau aplikasi sesuai dengan kegunaannya, lengkap, dan tidak membingungkan.
- d) Fleksibel: Transaksi tidak dibatasi oleh waktu atau lokasi dan dapat diselesaikan kapan saja tanpa kesulitan apa pun.

c. Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat merujuk pada penilaian pengguna terhadap sejauh mana suatu teknologi dapat memberikan keuntungan maksimal dalam mendukung aktivitas harian mereka. Pandangan ini merupakan persepsi subjektif individu mengenai sejauh mana sistem yang digunakan mampu memberikan hasil yang diharapkan (Fisabilillah, 2022). Persepsi Kemanfaatan, seperti yang dikemukakan oleh Davis (1989), manfaat adalah suatu evaluasi terhadap sejauh mana suatu teknologi memberikan nilai tambah kepada penggunanya (Fiorentina 2023).

Menurut Davis et al. (2017), persepsi terhadap manfaat dapat dinilai melalui beberapa indikator yang mencakup berbagai aspek, yaitu:

- a) Kemudahan dalam melakukan pembayaran, di mana *QRIS* menyederhanakan proses transaksi dengan satu kode *QR* yang dapat digunakan untuk semua jenis pembayaran, sehingga tidak memerlukan banyak kode.
- b) Kecepatan transaksi, karena *QRIS* memungkinkan proses pembayaran berlangsung lebih cepat hanya melalui pemindaian kode.
- c) Efektivitas kerja yang meningkat, sebab penggunaan *QRIS* mengurangi waktu yang diperlukan dalam menyelesaikan pembayaran, yang berdampak pada kenaikan produktivitas.
- d) Adanya nilai tambah saat bertransaksi, berupa fleksibilitas dan kepraktisan bagi konsumen dalam memilih metode pembayaran.

- e) Efisiensi yang lebih tinggi dalam bertransaksi, karena *QRIS* memudahkan pembayaran cukup dengan *smartphone*, tanpa perlu uang tunai atau kartu fisik.

d. *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) merupakan standar nasional untuk kode *QR* dalam sistem pembayaran Indonesia yang dikembangkan oleh Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) (www.bi.go.id). Sebelum penerapan *QRIS*, bisnis diharuskan untuk menyediakan berbagai aplikasi pembayaran di tempat usahanya. Saat melakukan pembelian non-tunai, pelanggan juga perlu memastikan aplikasi yang mereka gunakan sesuai dengan yang ditawarkan oleh pengecer. Namun dengan *QRIS*, pengecer hanya perlu menyediakan satu kode *QR*, yang dapat dipindai pelanggan dengan berbagai aplikasi telepon pintar untuk pembayaran digital (Sihaloho, 2020).

Bank Indonesia mengangkat tema “UNGGUL” dalam penerapan *QRIS*. Berikut penjelasan dari makna tema tersebut:

- a) Universal. Banyak kalangan masyarakat, baik domestik maupun internasional, yang bisa menggunakan *QRIS*.
- b) Gampang. Cukup dengan satu genggam, transaksi menjadi mudah dan aman.
- c) Untung. *QRIS* dapat digunakan di banyak aplikasi hanya dengan satu kode *QR*, maka sangat efisien.
- d) Langsung. Pembayaran dapat dilakukan secara instan dan cepat.

Bank Indonesia memperkenalkan *QRIS* dengan tujuan untuk mengefisienkan transaksi keuangan online. Berikut ini adalah beberapa keuntungan *QRIS* bagi pengguna dan pedagang:

1. Bagi Pengguna

- a) Proses transaksi lebih cepat dan modern.
- b) Pengguna dapat bertransaksi tanpa perlu membawa uang tunai.

- c) Tidak perlu memilih *QR* yang terpasang.
- d) Keamanan terjamin karena *QRIS* diterbitkan oleh PJSP yang berizin dan diawasi oleh Bank Indonesia.

2. Bagi *Merchant* atau Pedagang

- a) Dapat mendongkrak penjualan atau pendapatan.
- b) Memperkuat branding dan UMKM.
- c) Menghilangkan kebutuhan akan uang kembalian.
- d) Karena hanya menggunakan satu *QR Code*, maka lebih praktis dan efisien.
- e) Membantu mencegah uang palsu
- f) Pembukuan lebih mudah karena semua transaksi terdokumentasi secara otomatis dan dapat diakses kapan saja.

e. Usaha Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki atau dikuasai, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan memenuhi kriteria tertentu yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM adalah unit usaha yang menghasilkan keuntungan dalam bidang apa pun, yang dijalankan oleh orang perseorangan atau badan usaha.

Berkenaan dengan UMKM, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 6 mengatur beberapa kriteria UMKM sebagai berikut (Santika et al., 2022):

- a) Usaha Mikro adalah usaha yang dimiliki oleh perorangan atau perusahaan dengan kekayaan bersih paling banyak 50 juta rupiah (belum termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) atau dengan penghasilan tahunan maksimal 300 juta rupiah.

- b) Usaha Kecil adalah usaha yang dijalankan secara mandiri oleh orang atau badan usaha yang tidak dimiliki secara langsung maupun tidak langsung oleh badan usaha lain. Penghasilan bersih usaha kecil adalah antara 300 juta rupiah sampai dengan 2,5 miliar rupiah setahun, atau lebih dari 50 juta rupiah sampai dengan paling banyak 500 juta rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha).
- c) Usaha Menengah adalah usaha yang menghasilkan pendapatan antara 2,5 miliar sampai dengan 50 miliar rupiah setahun, atau nilai bersih lebih dari 500 juta rupiah sampai dengan paling banyak 10 miliar rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha).

Menurut Krisnawat (2018), UMKM juga dapat diklasifikasikan berdasarkan perspektif perkembangannya, antara lain:

- 1) *Livelihood Activities* adalah salah satu kategori UMKM yang lebih umum disebut sebagai sektor informal adalah kegiatan mata pencaharian.
- 2) *Micro Enterprise* (Usaha Mikro) adalah jenis UMKM yang bersifat kerajinan dan belum sepenuhnya aktif berwirausaha.
- 3) *Small Dynamic Enterprise* adalah UMKM yang memiliki kemampuan untuk melakukan outsourcing dan mengeksport hasil produksi.
- 4) *Fast Moving Enterprise* adalah UMKM yang bertransformasi menjadi Usaha Besar (UB).

B. Kajian Pustaka

Dalam penulisan proposal skripsi ini, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian penulis dikutip dalam proposal tesis ini. Salah satu penelitian tersebut adalah penelitian dari Risma Arum, Azzahroo, dan Sri Dwi Estiningrum (2021) dengan penelitian yang berjudul Preferensi Mahasiswa dalam Penggunaan *Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)* sebagai Teknologi Pembayaran. Penelitian ini menggunakan

metode penelitian kuantitatif asosiatif. Berdasarkan hasil penelitian, minat untuk menggunakan *QRIS* sebagai sistem pembayaran digital dipengaruhi secara signifikan oleh *Performance Expectations (EK)* dan *Facilitating Conditions (KM)*. Diperkirakan jumlah masyarakat yang menggunakan pembayaran digital dengan teknologi *QRIS* akan meningkat pesat karena semakin banyaknya pengguna telepon pintar, yang banyak di antaranya memiliki model yang semakin canggih yang memungkinkan penyelesaian pembayaran yang cepat. Penerapan teknologi *QRIS* tidak diprediksi secara signifikan oleh Ekspektasi Usaha (EU) atau Pengaruh Sosial (PS). Karena teknologi *QRIS* masih relatif baru dan kurang populer di kalangan mahasiswa, *responden* masih khawatir menggunakannya untuk melakukan pembayaran digital. Diharapkan Bank Indonesia, perusahaan yang memperkenalkan teknologi pembayaran *QRIS*, akan secara aktif melibatkan masyarakat umum untuk meningkatkan kesadaran dan permintaan terhadap *QRIS*.

Deaz Aurellia Febrilianda, Istiqomah, dan Rakhmawati (2023) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Yogyakarta Dalam Bertransaksi Menggunakan *QRIS*, menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat mahasiswa Yogyakarta dalam memanfaatkan *QRIS* untuk bertransaksi dipengaruhi secara positif oleh variabel kinerja. Namun, antusiasme mahasiswa dalam memanfaatkan *QRIS* tidak terlalu dipengaruhi oleh faktor usaha dan keamanan. Jika dikaji secara keseluruhan, ketiga faktor tersebut kinerja, usaha, dan keamanan dapat menyumbang 20,1% varians minat mahasiswa Yogyakarta dalam memanfaatkan *QRIS* untuk bertransaksi.

Muhammad Ardi, Astuti, dan Farham Aditya (2023) dalam penelitiannya yang berjudul Implementasi Pengguna *QRIS* pada Kaum Milenial, digunakan pendekatan kualitatif. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan *QRIS* menawarkan sejumlah manfaat, termasuk transaksi digital yang lebih cepat dan mudah, keamanan yang lebih baik, dan kemampuan bagi bisnis untuk menerima pembayaran dari banyak platform dompet digital tanpa harus membawa banyak perangkat pembayaran. Selain itu, pelanggan dapat

memperoleh manfaat dari berbagai promosi dan hadiah yang ditawarkan oleh aplikasi yang terintegrasi dengan *QRIS*. Namun, cakupan penggunaan *QRIS* dibatasi oleh ketergantungannya yang besar pada koneksi internet dan perangkat *smartphone*.

Ade Indriana Isra, Rendra Wasnury, dan Henni Noviasari (2024) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Pengetahuan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pengguna dan Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Non Tunai *QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)*, menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan, kemudahan, dan keputusan pengguna memiliki peran signifikan dalam memengaruhi keputusan penggunaan *QRIS* untuk transaksi non-tunai di Kota Pekanbaru. Keputusan yang dibuat oleh pengguna lebih dipengaruhi secara langsung oleh pengetahuan daripada oleh pengaruh tidak langsung seperti kepuasan pelanggan. Demikian pula, dalam transaksi non-tunai, kemudahan memiliki dampak langsung yang lebih besar pada keputusan penggunaan *QRIS* daripada pada tingkat kepuasan pelanggan.

Dina Ramadhan, Hendri Rahmayani Asri, Hantoro Arief Gisijanto, Nenik Diah Hartanti, dan Ekaning Setyarini (2023) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan *QRIS* pada Generasi Muda menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian tersebut menemukan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, gaya hidup, serta tingkat literasi keuangan digital memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan individu dalam menggunakan *QRIS* sebagai alat pembayaran. Keberagaman fungsi dan keuntungan yang ditawarkan *QRIS* mendorong peningkatan minat pengguna terhadap sistem pembayaran ini. Selain itu, gaya hidup generasi muda yang cenderung mengikuti perkembangan teknologi dan mencari kemudahan turut mempercepat adopsi *QRIS*. Pemahaman yang baik mengenai keuangan digital dan kesadaran akan manfaat serta risiko teknologi finansial juga memperkuat kecenderungan

masyarakat dalam memanfaatkan *QRIS* sebagai solusi pembayaran digital di Indonesia.

Nuhran, Adinda Ranandhea, Risdianti Ramli, dan Yonathan Luhut (2024) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital (*QRIS*) Terhadap Tingkat Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa Era Generasi Z Dengan Perilaku Gaya Hidup Masa Kini, menggunakan pendekatan kualitatif. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *QRIS* (*Quick Response Code Indonesian Standard*) memudahkan proses transaksi bagi penjual maupun pembeli karena seluruh aktivitas pembayaran dilakukan melalui satu sistem, sehingga transaksi jual beli menjadi lebih cepat dan efisien.

Putri, Ni Made Yuuka Narita, Putu Pande R. Aprilyani Dewi, dan Putu Sri Arta Jaya Kusuma (2024) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan, Keamanan, dan Minat Terhadap Keputusan Penggunaan *QRIS* Pada Generasi Z Di Kota Denpasar, menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan generasi Z untuk menggunakan *QRIS* untuk transaksi non-tunai di Kota Denpasar dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh semua faktor independen, meliputi kemudahan, kegunaan, keamanan, dan minat. Hal ini berarti bahwa responden cenderung menggunakan *QRIS* sebagai metode pembayaran jika mereka memiliki pendapat yang lebih baik tentang kegunaan, keuntungan, tingkat keamanan sistem, dan tingkat minat pribadi terhadap teknologi pembayaran digital.

Putri, Alma Nabila Kuntoro, Amelia Setiawan, dan Hamfri Djajadikerta (2024) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Persepsi Literasi Keuangan, Kemanfaatan, Kemudahan, dan Risiko Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan *QRIS*, menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan memberikan dampak positif terhadap ketertarikan generasi Z dalam memanfaatkan *QRIS*. Selain itu, persepsi terhadap manfaat dan kemudahan layanan *QRIS* juga berkontribusi secara positif terhadap minat pengguna. Bahkan, persepsi risiko yang muncul

dalam penggunaan *QRIS* tetap memberikan pengaruh positif terhadap minat generasi Z dalam menggunakannya.

Dari beberapa penelitian terdahulu yang disebutkan di atas, berikut disajikan tabel untuk melihat perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis saat ini:

Tabel 2.1
Kajian Pustaka

No.	Nama Peneliti, Tahun Penelitian, dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Risma Arum Azzahroo & Sri Dwi Estiningrum (2021). Preferensi Mahasiswa dalam menggunakan <i>Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)</i> sebagai Teknologi Pembayaran	Ekspektasi Kinerja (EK) dan Kondisi yang Memfasilitasi (KM) berpengaruh positif signifikan terhadap Minat penggunaan <i>QRIS</i> sebagai teknologi pembayaran digital. Semakin meningkatnya pengguna <i>smartphone</i> dengan berbagai tipe yang semakin canggih, dapat membantu menyelesaikan pembayaran dengan cepat sehingga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian sama sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. 2. Subjek yang digunakan sama yaitu tentang <i>QRIS</i>. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada penelitian terdahulu menggunakan objek penelitian mahasiswa, namun objek penelitian saat ini adalah generasi Z. 2. Pada penelitian terdahulu hanya menggunakan variabel preferensi mahasiswa namun penelitian saat ini menggunakan variabel gaya hidup, kemudahan bertransaksi dan persepsi manfaat. 3. Pada penelitian

		<p>diperkirakan pengguna <i>digital payment</i> dengan teknologi <i>QRIS</i> akan meningkat dengan pesat. Ekspektasi Usaha (EU) dan Pengaruh Sosial (PS) bukanlah prediktor signifikan yang mempengaruhi penggunaan teknologi <i>QRIS</i>. Teknologi <i>QRIS</i> yang cenderung masih baru dan belum populernya di kalangan mahasiswa membuat responden masih ragu untuk dapat mengoperasikan <i>digital payment</i> dengan teknologi <i>QRIS</i>.</p>		<p>terdahulu tidak ada keterkaitan dengan UMKM, namun penelitian saat ini terdapat keterkaitan dengan UMKM.</p>
2.	Deaz Aurellia Febrilianda, Istiqomah & Rakhmawati (2023). Analisis	Variabel kinerja atau <i>performance</i> berpengaruh positif terhadap minat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian sama sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. 2. Subjek yang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada penelitian terdahulu menggunakan objek penelitian mahasiswa,

	<p>Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Yogyakarta Dalam Bertransaksi Menggunakan <i>QRIS</i></p>	<p>mahasiswa Yogyakarta dalam menggunakan <i>QRIS</i> dalam bertransaksi. Namun demikian, variabel usaha atau <i>effort</i> dan keamanan atau <i>security</i> secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa Yogyakarta dalam menggunakan <i>QRIS</i> untuk bertransaksi. Ketiga variabel yaitu kinerja atau <i>performance</i>, usaha atau <i>effort</i>, dan keamanan atau <i>security</i> mampu memaparkan variasi variabel minat mahasiswa Yogyakarta dalam menggunakan <i>QRIS</i> untuk bertransaksi sebesar 20,1%.</p>	<p>digunakan sama yaitu tentang <i>QRIS</i>.</p>	<p>namun objek penelitian saat ini adalah generasi Z.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Pada penelitian terdahulu hanya menggunakan variabel faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa namun penelitian saat ini menggunakan variabel gaya hidup, kemudahan bertransaksi dan persepsi manfaat. 3. Pada penelitian terdahulu tidak ada keterkaitan dengan UMKM, namun penelitian saat ini terdapat keterkaitan dengan UMKM. 4. Pada penelitian terdahulu menggunakan objek penelitian mahasiswa Yogyakarta, namun pada
--	---	--	--	---

				<p>penelitian saat ini menggunakan objek penelitian generasi Z di Purwokerto.</p> <p>5. Tempat penelitian pada penelitian terdahulu yaitu di Yogyakarta, namun pada penelitian saat ini tempat penelitiannya di Purwokerto.</p>
3.	<p>Muhammad Ardi, Astuti & Farham Aditya (2023). Implementasi Pengguna QRIS pada Kaum Milenial.</p>	<p>Terdapat kelebihan dan kekurangan dalam penggunaan QRIS di antaranya kemudahan dan kecepatan dalam melakukan pembayaran digital, keamanan transaksi yang lebih baik, memudahkan para <i>merchant</i> atau toko untuk menerima pembayaran dari berbagai jenis aplikasi pembayaran digital tanpa harus memiliki</p>	<p>Subjek yang digunakan sama yaitu tentang QRIS.</p>	<p>1. Penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kualitatif, namun penelitian saat ini menggunakan metode penelitian kuantitatif.</p> <p>2. Pada penelitian terdahulu menggunakan objek penelitian kaum milenial, namun objek penelitian saat ini adalah generasi Z.</p> <p>3. Pada penelitian terdahulu hanya</p>

		<p>banyak alat pembayaran yang berbeda, dan memungkinkan pengguna untuk mendapatkan berbagai macam promo dan <i>cashback</i> dari aplikasi pembayaran digital yang telah terintegrasi dengan <i>QRIS</i>. <i>QRIS</i> sangat bergantung pada penggunaan <i>smartphone</i> dan konektivitas internet sehingga membatasi jangkauan <i>QRIS</i> sebagai metode pembayaran.</p>		<p>menggunakan variabel implementasi namun penelitian saat ini menggunakan variabel gaya hidup, kemudahan bertransaksi dan persepsi manfaat.</p> <p>4. Pada penelitian terdahulu tidak ada keterkaitan dengan UMKM, namun penelitian saat ini terdapat keterkaitan dengan UMKM.</p>
4.	<p>Ade Indriana Isra, Rendra Wasnury & Henni Noviasari (2024). Pengaruh Pengetahuan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pengguna dan</p>	<p>1. Pengetahuan, Kemudahan, dan Keputusan Pengguna berpengaruh Terhadap Keputusan Pengguna Dalam Melakukan Transaksi Non Tunai <i>QRIS</i></p>	<p>Subjek yang digunakan sama yaitu tentang <i>QRIS</i>.</p>	<p>1. Penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kualitatif, namun penelitian saat ini menggunakan metode penelitian kuantitatif.</p> <p>2. Pada penelitian</p>

	<p>Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Non Tunai <i>QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)</i></p>	<p><i>(Quick Response Code Indonesian Standard)</i> di Kota Pekanbaru.</p> <p>2. Pengaruh Langsung Pengetahuan Terhadap Keputusan Pengguna lebih besar dari Pengaruh Tidak Langsung Pengetahuan Terhadap Keputusan Pengguna dan Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Non Tunai <i>QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)</i> di Kota Pekanbaru.</p> <p>3. Pengaruh Langsung Kemudahan Terhadap Keputusan lebih besar dari Pengaruh Tidak</p>		<p>terdahulu menggunakan objek penelitian konsumen <i>QRIS</i> saja tidak lebih spesifik, namun objek penelitian saat ini adalah generasi Z yang menggunakan <i>QRIS</i>.</p> <p>3. Pada penelitian terdahulu menggunakan variabel pengetahuan, kemudahan, dan keputusan pengguna namun penelitian saat ini menggunakan variabel gaya hidup, kemudahan bertransaksi dan persepsi manfaat.</p> <p>4. Pada penelitian terdahulu tidak ada keterkaitan dengan UMKM, namun penelitian saat ini terdapat keterkaitan dengan</p>
--	--	---	--	--

		Langsung Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Non Tunai <i>QRIS</i> (<i>Quick Response Code Indonesian Standard</i>) di Kota Pekanbaru.		UMKM. 5. Tempat penelitian pada penelitian terdahulu yaitu di Pekanbaru, namun pada penelitian saat ini tempat penelitiannya di Purwokerto
5.	Dina Ramadhan, Hendri Rahmayani Asri, Hantoro Arief Gisijanto, Nenik Diah Hartanti & Ekaning Setyarini (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan <i>QRIS</i> pada Generasi Muda	Persepsi kemudahan yang dirasakan, persepsi manfaat dari penggunaan <i>QRIS</i> , gaya hidup dan literasi keuangan digital promosi, mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan <i>QRIS</i> sebagai teknologi pembayaran. Oleh karena itu, berbagai kegunaan dan manfaat yang didapat akan mendorong peningkatan penggunaan	1. Penelitian sama sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. 2. Variabel yang digunakan sama sama tentang gaya hidup, kemudahan, dan persepsi manfaat. 3. Subjek yang digunakan sama yaitu tentang <i>QRIS</i> .	1. Pada penelitian terdahulu menggunakan objek penelitian generasi muda, namun objek penelitian saat ini adalah generasi muda tetapi lebih spesifik ke generasi Z. 2. Pada penelitian terdahulu menggunakan variabel literasi keuangan, namun penelitian saat ini tidak. 3. Pada penelitian terdahulu tidak ada keterkaitan

		<p><i>QRIS</i> sebagai teknologi pembayaran digital di Indonesia. Gaya hidup generasi muda yang update pada teknologi baru dan menginginkan kepraktisan mendorong meningkatnya pemanfaat <i>QRIS</i> sebagai teknologi pembayaran digital di Indonesia</p> <p>Literasi keuangan digital yang baik dan pemahaman yang kuat akan manfaat dan risiko dalam menggunakan financial teknologi akan mendorong meningkatnya pemanfaat <i>QRIS</i> sebagai teknologi pembayaran digital di Indonesia.</p>		<p>dengan UMKM, namun penelitian saat ini terdapat keterkaitan dengan UMKM.</p>
6.	Nuhran, Adinda Ranandhea, Ridayanti Ramli & Yonathan	Aplikasi QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) mempermudah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat keterkaitan dengan gaya hidup. 2. Subjek yang digunakan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kualitatif,

	<p>Luhat (2024). Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital (QRIS) Terhadap Tingkat Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa Era Generasi Z Dengan Perilaku Gaya Hidup Masa Kini.</p>	<p>proses transaksi yang akan dilakukan baik dari pihak pedagang maupun pembeli karena menggunakan satu sistem sehingga mempercepat proses transaksi jual beli yang dilakukan.</p>	<p>sama yaitu tentang <i>QRIS</i>.</p> <p>3. Objek penelitian terdahulu dan saat ini sama sama generasi Z.</p>	<p>namun penelitian saat ini menggunakan metode penelitian kuantitatif.</p> <p>2. Pada penelitian terdahulu menggunakan variabel pengaruh penggunaan pembayaran digital, namun penelitian saat ini menggunakan variabel gaya hidup, kemudahan bertransaksi dan persepsi manfaat.</p> <p>3. Pada penelitian terdahulu tidak ada keterkaitan dengan UMKM, namun penelitian saat ini terdapat keterkaitan dengan UMKM.</p>
7.	<p>Putri, Ni Made Yuuka Narita, Putu Pande R. Aprilyani Dewi & Putu Sri</p>	<p>1. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan</p>	<p>1. Penelitian sama sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.</p> <p>2. Variabel yang</p>	<p>1. Pada penelitian terdahulu menggunakan variabel keamanan, dan minat namun penelitian saat</p>

	<p>Arta Jaya Kusuma (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan, Keamanan, dan Minat Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Pada Generasi Z Di Kota Denpasar</p>	<p>penggunaan Qris pada generasi Z di Kota Denpasar.</p> <p>2. Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Qris pada Generasi Z di Kota Denpasar.</p> <p>3. Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Qris pada generasi Z di Kota Denpasar.</p> <p>4. Minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Qris pada generasi Z di Kota Denpasar.</p>	<p>digunakan sama sama menggunakan variabel kemudahan dan kemanfaatan.</p> <p>3. Objek penelitian terdahulu dan saat ini sama sama generasi Z.</p> <p>4. Subjek yang digunakan sama yaitu tentang <i>QRIS</i>.</p>	<p>ini menggunakan variabel gaya hidup</p> <p>2. Pada penelitian terdahulu tidak ada keterkaitan dengan UMKM, namun penelitian saat ini terdapat keterkaitan dengan UMKM.</p> <p>3. Tempat penelitian pada penelitian terdahulu yaitu di Denpasar, namun pada penelitian saat ini tempat penelitiannya di Purwokerto.</p>
8.	Putri, Alma Nabila Kuntoro, Amelia	1. Literasi keuangan memiliki pengaruh	1. Penelitian sama sama menggunakan metode	1. Pada penelitian terdahulu menggunakan

<p>Setiawan & Hamfri Djajadikerta (2024). Pengaruh Persepsi Literasi Keuangan, Kemudahan, dan Risiko Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan QRIS</p>	<p>positif terhadap minat generasi Z dalam menggunakan QRIS.</p> <p>2. Persepsi kemanfaatan layanan QRIS memiliki pengaruh positif terhadap minat generasi Z.</p> <p>3. Persepsi kemudahan layanan QRIS memiliki pengaruh positif terhadap minat generasi Z.</p> <p>4. Persepsi risiko penggunaan QRIS memiliki pengaruh positif terhadap minat generasi Z.</p>	<p>penelitian kuantitatif.</p> <p>2. Variabel yang digunakan sama sama menggunakan variabel kemudahan dan kemanfaatan.</p> <p>3. Objek penelitian terdahulu dan saat ini sama sama generasi Z.</p> <p>4. Subjek yang digunakan sama yaitu tentang QRIS.</p>	<p>variabel persepsi literasi keuangan, dan risiko namun penelitian saat ini menggunakan variabel gaya hidup.</p> <p>2. Pada penelitian terdahulu tidak ada keterkaitan dengan UMKM, namun penelitian saat ini terdapat keterkaitan dengan UMKM.</p>
---	---	---	--

C. Landasan Teologis

Dalam Islam, aktivitas ekonomi dan transaksi jual beli adalah bagian penting dari kehidupan yang diatur dalam syariat, termasuk dalam hal penggunaan teknologi untuk memudahkan proses muamalah. Penelitian ini, yang membahas gaya hidup, kemudahan bertransaksi, persepsi manfaat, dan

keputusan pembelian dalam konteks penggunaan *QRIS* oleh generasi Z pada UMKM, juga dapat ditinjau dari sudut pandang teologis berdasarkan Al-Qur'an. Berikut adalah landasan teologis untuk masing-masing variabel penelitian:

1. Gaya Hidup

Gaya hidup menggambarkan pola perilaku seseorang dalam menjalani kehidupan sehari-hari, termasuk dalam memilih teknologi atau metode pembayaran. Generasi Z cenderung memiliki gaya hidup yang digital, instan, dan efisien. Dalam konteks penggunaan *QRIS*, gaya hidup ini mencerminkan adaptasi terhadap perkembangan zaman dan kebutuhan akan kemudahan. Islam memandang penting adanya keseimbangan dalam menjalani gaya hidup, termasuk dalam konsumsi dan perilaku ekonomi.

QS. Al-A'raf ayat 31:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ
الْمُسْرِفِينَ

Artinya: “Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

Ayat ini mengajarkan prinsip hidup yang moderat dan tidak berlebihan, termasuk dalam konsumsi, penggunaan teknologi, dan gaya hidup. Dalam konteks gaya hidup generasi Z yang digital dan praktis, penggunaan teknologi pembayaran seperti *QRIS* tetap dibenarkan selama tidak membawa kepada perilaku konsumtif atau israf (berlebih-lebihan).

Tafsir Ibnu Katsir menjelaskan bahwa Allah memerintahkan manusia untuk menghiasi diri ketika beribadah dan menjalani kehidupan dengan tidak berlebih-lebihan dalam makan, minum, atau dalam hal lainnya. Berlebih-lebihan (israf) dalam konsumsi, meskipun dari hal yang halal, tetap dilarang. Ini menunjukkan pentingnya hidup seimbang dan sederhana. (Tafsir Ibnu Katsir, Surah Al-A'raf: 31).

2. Kemudahan Bertransaksi

Kemudahan bertransaksi merupakan salah satu faktor penting dalam keputusan konsumen untuk menggunakan teknologi pembayaran digital seperti *QRIS*. Generasi Z sebagai digital native sangat memperhatikan kenyamanan dan kecepatan dalam bertransaksi. Islam pun menekankan pentingnya memberikan kemudahan dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam muamalah.

QS. Al-Baqarah ayat 185:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمْ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمْ الْعُسْرَ

Artinya: “Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesulitan bagimu.”

Ayat ini menegaskan bahwa Islam adalah agama yang memudahkan umatnya. Kemudahan bertransaksi dengan menggunakan *QRIS* selaras dengan prinsip Islam dalam memberikan kenyamanan dan efisiensi dalam aktivitas muamalah, selama sesuai dengan prinsip halal dan amanah.

Dalam Tafsir Al-Muyassar dijelaskan bahwa ayat ini menegaskan prinsip syariah yang memudahkan dan tidak membebani umat. Meskipun ayat ini secara konteks membahas puasa, namun ulama menyepakati bahwa ini adalah kaidah umum dalam syariat. Oleh karena itu, segala bentuk kemudahan yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam, seperti penggunaan teknologi pembayaran, sangat dianjurkan. (Tafsir Al-Muyassar, QS. Al-Baqarah: 185).

3. Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat merujuk pada sejauh mana seseorang merasa bahwa suatu teknologi memberikan keuntungan atau nilai tambah. Dalam hal ini, *QRIS* memberikan berbagai manfaat seperti efisiensi, keamanan, dan kecepatan. Islam mengajarkan bahwa segala sesuatu harus ditimbang dari sisi manfaat dan mudaratnya, dan umat dianjurkan memilih sesuatu yang memberikan maslahat.

QS. Al-Baqarah ayat 219:

قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنْفَعٌ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا

Artinya: “Katakanlah: ‘Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar daripada manfaatnya.’”

Meskipun ayat ini berbicara tentang khamar dan judi, ia mengandung kaidah penting bahwa Islam mengakui adanya manfaat pada suatu hal, namun manfaat tersebut harus lebih besar daripada mudaratnya. Dalam konteks *QRIS*, jika manfaatnya lebih besar seperti kecepatan, efisiensi, dan keamanan maka penggunaannya dapat dinilai positif dari sudut pandang syariah.

Menurut Tafsir Al-Muyassar, ayat ini menunjukkan bahwa dalam menilai sesuatu, Islam mengajarkan untuk mempertimbangkan aspek manfaat dan mudarat. Ketika manfaat lebih besar daripada kerugian, maka hal tersebut diperbolehkan. Ini dapat diaplikasikan pada penggunaan teknologi digital seperti *QRIS* yang mendatangkan kemudahan dan efisiensi bagi masyarakat. (Tafsir Al-Muyassar, QS. Al-Baqarah: 219).

4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan hasil akhir dari proses berpikir konsumen, yang mencakup pertimbangan terhadap manfaat, kemudahan, dan kesesuaian dengan gaya hidup. Islam mendorong umatnya untuk berpikir kritis dan bertanggung jawab atas setiap keputusan yang diambil, termasuk dalam urusan ekonomi.

QS. Al-Hasyr ayat 18:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Ayat ini mendorong setiap individu untuk mempertimbangkan keputusan yang dibuatnya dengan matang, termasuk keputusan dalam memilih metode pembayaran. Dalam konteks ekonomi dan transaksi,

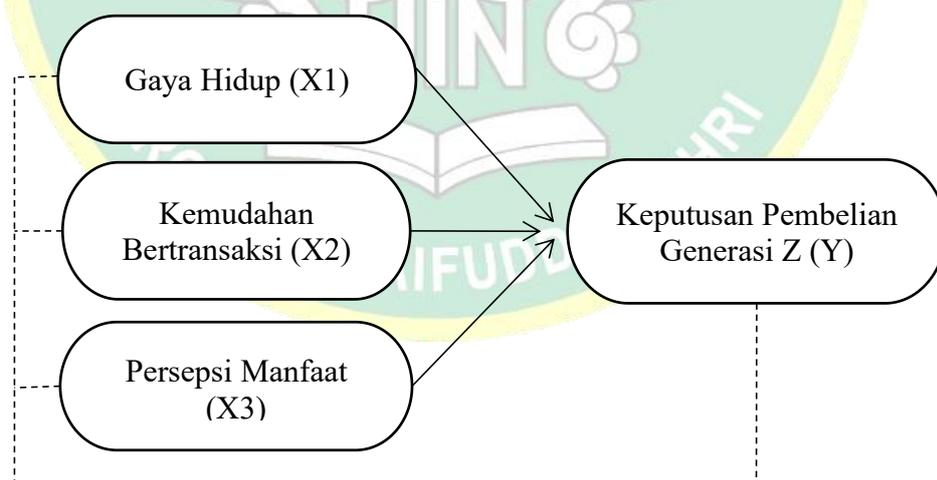
keputusan pembelian harus didasarkan pada pertimbangan manfaat, kebutuhan, serta nilai-nilai syariah.

Tafsir Ibnu Katsir menjelaskan bahwa ayat ini mendorong setiap muslim untuk mengevaluasi tindakannya dan membuat keputusan berdasarkan pertimbangan akhirat. Setiap perbuatan, termasuk transaksi ekonomi, harus dipikirkan dengan matang dan berorientasi pada kebaikan serta tidak melanggar nilai-nilai syariah. (Tafsir Ibnu Katsir, QS. Al-Hasyr: 18).

D. Kerangka Konseptual

Penelitian ini merupakan penelitian mengenai pengaruh gaya hidup, kemudahan bertransaksi, dan persepsi manfaat terhadap keputusan generasi Z melakukan pembelian pada UMKM yang menyediakan *QRIS* dan merupakan penelitian dengan studi kasus yang dilakukan di wilayah Purwokerto. Berdasar dengan latar belakang, studi literatur dan kajian teori yang sudah ada, maka dapat disimpulkan kerangka berpikir dalam penelitian ini sebagai berikut.

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Keterangan :

Garis lurus menunjukkan pengaruh secara parsial

Garis putus-putus menunjukkan pengaruh secara simultan

E. Hipotesis

Menurut Ketut (2007) yang dikutip oleh Zaki dan Saiman, hipotesis penelitian merupakan sebuah pernyataan yang bersifat sementara sebagai jawaban atas rumusan masalah, yang bersifat dugaan namun didasarkan pada teori dan temuan sebelumnya (Zaki & Saiman, 2021).

1. Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan generasi Z melakukan pembelian pada UMKM yang menyediakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

Gaya hidup menggambarkan cara seseorang menjalani hidup, bagaimana mereka mengelola pengeluaran uang, serta bagaimana mereka mengatur waktu. Menurut Kotler dan Armstrong mengklaim bahwa gagasan gaya hidup membantu pemasar memahami bagaimana perubahan nilai konsumen memengaruhi perilaku pelanggan. Menurut Sunyoto, salah satu elemen yang memengaruhi keputusan untuk membeli adalah gaya hidup. Perkembangan teknologi dan kecenderungan masyarakat terhadap hal-hal yang praktis dan mudah akan mendorong penggunaan sistem pembayaran berbasis digital.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wirda dan Muhammad, gaya hidup dapat memengaruhi seseorang untuk memilih menggunakan *QRIS* atau tidak, dan gaya hidup dapat memberikan dampak positif. Keputusan seseorang untuk menggunakan *QRIS* akan semakin positif seiring dengan perubahan gaya hidup mereka dalam kaitannya dengan pembayaran digital. Berdasarkan alasan di atas, hipotesis penelitian ini adalah:

H1: Gaya Hidup Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Generasi Z Melakukan Pembelian Pada UMKM Yang Menyediakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

2. Pengaruh kemudahan bertransaksi terhadap keputusan generasi Z melakukan pembelian pada UMKM yang menyediakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

Menurut Hartono, kemudahan dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang merasa bahwa penggunaan teknologi dapat dilakukan dengan

sedikit usaha. Kemudahan adalah kondisi di mana pengguna percaya bahwa memanfaatkan teknologi itu mudah dan tidak membutuhkan banyak usaha. Menurut Amijaya, perilaku dapat dipengaruhi oleh persepsi kenyamanan; semakin seseorang percaya bahwa suatu sistem mudah digunakan, semakin besar kemungkinan mereka mengadopsi teknologi informasi. Begitu pula dengan penggunaan pembayaran digital *QRIS* untuk mengakses teknologi informasi, yang akan memengaruhi pilihan untuk menggunakannya.

Dalam penelitian Widiyanti menyatakan bahwa keputusan untuk menggunakan dipengaruhi secara positif oleh rasa kemudahan, yang menunjukkan dampak kemudahan terhadap pengambilan keputusan. Keputusan untuk mengadopsi suatu sistem lebih dipengaruhi secara positif oleh kemudahan penggunaannya. Berdasarkan alasan di atas, hipotesis penelitian ini adalah:

H2: Kemudahan Bertransaksi Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Generasi Z Melakukan Pembelian Pada UMKM Yang Menyediakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

3. Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan generasi Z melakukan pembelian pada UMKM yang menyediakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

Persepsi manfaat merujuk pada sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya, khususnya dalam bekerja. Hal ini menunjukkan bahwa layanan uang elektronik memiliki manfaat yang dapat meningkatkan produktivitas bagi penggunanya. Dengan adanya manfaat tersebut, penggunaan *QRIS* sebagai metode pembayaran akan menjadi alasan penting bagi pengguna untuk terus menggunakannya, yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan untuk mengadopsi teknologi tersebut.

Dalam penelitian Anggun Nur Rahmawati dan Murtanto menyebutkan bahwa keputusan mahasiswa akuntansi untuk

menggunakan *QRIS* dipengaruhi secara signifikan oleh penilaian mereka terhadap manfaatnya. Ketika seseorang menerima manfaat dari suatu sistem saat melakukan pembayaran, mereka cenderung memilih untuk menggunakannya; sebaliknya, jika sistem tersebut tidak menawarkan manfaat, mereka memilih untuk tidak menggunakannya. Berdasarkan alasan di atas, hipotesis penelitian ini adalah:

H3: Persepsi Manfaat Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Generasi Z Melakukan Pembelian Pada UMKM Yang Menyediakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

4. Pengaruh gaya hidup, kemudahan bertransaksi, dan persepsi manfaat terhadap keputusan generasi Z melakukan pembelian pada UMKM yang menyediakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

Media sosial dan teknologi internet telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari generasi muda, keduanya secara langsung terkait dengan media sosial dan teknologi. Dalam hal pembayaran dan kebiasaan berbelanja, hal ini mendorong generasi muda untuk mengadopsi gaya hidup digital. *QRIS* semakin populer, terutama di kalangan generasi yang menghargai efisiensi, melek teknologi, terbiasa dengan pembayaran non-tunai, dan hidup dalam budaya yang mendukung penggunaan teknologi baru.. Budaya digital yang disebut "dunianya anak muda" mencerminkan bahwa generasi muda lebih terampil, gesit, dan cepat dalam hal teknologi.

Persepsi kemudahan dapat memengaruhi keputusan untuk menggunakan *QRIS*. Menurut TAM, orang memilih untuk menggunakan teknologi karena mereka percaya bahwa teknologi tersebut mudah digunakan.. Jika seseorang merasa penggunaan *QRIS* mudah, maka mereka lebih cenderung menggunakannya sebagai alternatif. Persepsi positif terhadap kegunaan *QRIS* dapat mendorong adopsi *QRIS* di masyarakat dan memasukkannya ke dalam transaksi keuangan rutin.

Persepsi manfaat juga mempengaruhi keputusan penggunaan, cara menggunakan *QRIS* juga dipengaruhi oleh manfaat yang dirasakan, terutama jika pengguna merasakan manfaat tersebut. Menurut TAM, orang memilih untuk memanfaatkan teknologi karena manfaat yang mereka yakini akan diberikannya. *QRIS* mempercepat proses transaksi dan menghilangkan kebutuhan untuk menggunakan uang tunai. Dengan meningkatnya jumlah pengguna *QRIS*, penggunaan uang fisik dan kertas dapat berkurang, yang turut berkontribusi dalam mengurangi jejak karbon dan dampak lingkungan lainnya. Dengan banyaknya manfaat yang dirasakan dari penggunaan *QRIS*, keputusan untuk menggunakannya sebagai metode pembayaran akan semakin kuat.

Dalam penelitian Dina Ramadhan, Hendri Rahmayani Asri, Hantoro Arief Gisijanto, Nenik Diah Hartanti, dan Ekaning Setyarini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan gaya hidup mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan *QRIS* sebagai teknologi pembayaran. Oleh karena itu, berbagai kegunaan dan manfaat yang didapat akan mendorong peningkatan penggunaan *QRIS* sebagai teknologi pembayaran digital di Indonesia. Gaya hidup generasi muda yang update pada teknologi baru dan menginginkan kepraktisan mendorong meningkatnya pemanfaatan *QRIS* sebagai teknologi pembayaran digital di Indonesia. Literasi keuangan digital yang baik dan pemahaman yang kuat akan manfaat dan risiko dalam menggunakan financial teknologi akan mendorong meningkatnya pemanfaatan *QRIS* sebagai teknologi pembayaran digital di Indonesia. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka hipotesis dari penelitian ini mengenai:

H4: Gaya Hidup, Kemudahan Bertransaksi, dan Persepsi Manfaat Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Generasi Z Melakukan Pembelian Pada UMKM Yang Menyediakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono yang dikutip oleh Balaka (2022) dikatakan bahwa pendekatan kuantitatif ialah penelitian yang berdasar pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi dan sampel tertentu serta pemungutan sampel secara acak dengan pengumpulan data menggunakan sarana sehingga statistik merupakan sifat analisis data (Balaka, 2022).

Penelitian ini bermaksud untuk mendeskripsikan hubungan antara variabel independen yaitu Gaya Hidup (X1), Kemudahan Bertransaksi (X2), Persepsi Manfaat (X3) dengan variabel dependen, Keputusan Generasi Z Melakukan Pembelian (Y). Melalui pendekatan ini, peneliti berusaha untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang masyarakat yang menjadi pengaruh dalam pembuatan sertifikat tanah wakaf.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Purwokerto. Lokasi ini diambil karena penulis ingin mengetahui pengaruh gaya hidup, kemudahan bertransaksi, dan persepsi manfaat terhadap keputusan generasi Z melakukan pembelian pada UMKM yang menyediakan *QRIS* di Purwokerto. Dan waktu penelitian ini dimulai pada bulan Mei-Juni 2025.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang peneliti terapkan dalam penelitian untuk dipelajari kemudian dilakukan penarikan kesimpulan. Menurut Sugiyono (2016) populasi juga dapat diartikan sebagai area penyamarataan yang terdiri atas objek dan subjek yang memiliki mutu serta ciri tak terbantahkan yang digunakan oleh peneliti untuk dipahami dan diambil simpulan (Fajri et al., 2022). Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan generasi Z yang ada di Purwokerto dengan karakteristik

yang berumur 17-28 tahun dan tinggal atau berdomisili di wilayah Purwokerto, dimana ini untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kemudahan bertransaksi, dan persepsi manfaat terhadap keputusan generasi Z melakukan pembelian pada UMKM yang menyediakan *QRIS*.

2. Sampel

Sampel diartikan sebagai bagian dari populasi yang dinantikan dapat menggantikan populasi di dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2016), sampel disebut sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Yudita, 2021). Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dianggap mewakili populasi sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam hal ini, kriteria responden yang dipilih adalah individu yang tergolong dalam generasi Z (usia 17–28 tahun pada tahun 2025), berdomisili atau tinggal di wilayah Purwokerto, serta pernah melakukan transaksi pembelian pada UMKM yang menyediakan metode pembayaran *QRIS*. Perhitungan sampel dihitung menggunakan Rumus Cochran merupakan salah satu metode yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel pada penelitian kuantitatif, terutama ketika jumlah populasi tidak diketahui secara pasti atau sangat besar (tak terhingga). Rumus ini dikembangkan oleh William G. Cochran, seorang ahli statistik, dan diperkenalkan dalam bukunya "*Sampling Techniques*" pada tahun 1963. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Dimana:

n = jumlah yang diperlukan

z = harga dalam kurva normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error), biasanya 10%

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang dihitung yaitu:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan sampel diatas, maka total minimum sampel penelitian yang digunakan yaitu 96,04, dan kemudian peneliti memutuskan untuk membulatkannya menjadi 100 responden.

Dengan asumsi populasi yang tidak diketahui secara pasti dan besar, rumus Cochran menghasilkan jumlah sampel minimum yang mendekati angka 100. Pemilihan margin of error sebesar 10% dianggap masih wajar dalam penelitian sosial dan perilaku konsumen, terutama ketika keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya menjadi pertimbangan. Selain itu, angka 100 responden juga dinilai memenuhi syarat minimum untuk analisis regresi linear berganda, di mana umumnya diperlukan minimal 10 responden per variabel bebas.

Dengan demikian, pemilihan jumlah 100 responden telah mempertimbangkan kebutuhan representasi data, efisiensi penelitian, serta kesesuaian dengan metode analisis statistik yang digunakan.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, variabel penelitian dapat disebut sebagai hal yang berbagai macam hal yang ditentukan oleh peneliti untuk diamati sehingga didapatkan informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik hasilnya. Secara teoritis, variabel diartikan sebagai atribut seseorang, atau subyek yang memiliki diferensiasi antara satu orang dengan orang yang lain atau satu objek dengan objek lain (Ulfa, 2021).

a. Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyono (2016) variabel independent atau yang biasa disebut variabel bebas merupakan variabel yang memiliki dampak atau yang menjadi sebab adanya variabel dependen (Kusmiyati & Machdar, 2023). Dalam penelitian ini, terdapat beberapa variabel yang menjadi variabel independen adalah Gaya Hidup (X1), Kemudahan Bertransaksi (X2) dan Persepsi Manfaat (X3).

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen menggambarkan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi efek karena terdapat variabel bebas. Sehingga variabel ini dapat dikatakan sebagai variabel terikat yang besarnya sesuai dari besaran variabel independen, ini akan memberi kemungkinan terhadap perubahan variabel dependen (terikat) sebesar koefisien (besaran) perubahan dalam variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan Generasi Z Melakukan Pembelian Pada UMKM Yang Menyediakan *QRIS* (Y).

2. Indikator Penelitian

Tabel 3.1
Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator
1.	Gaya Hidup	a. Aktivitas digital b. Cashless c. Efisiensi dalam aktivitas
2.	Kemudahan Bertransaksi	a. Kemudahan penggunaan b. Fleksibel c. Jelas dan mudah dipahami
3.	Persepsi Manfaat	a. Mempercepat transaksi pembayaran b. Memberikan keuntungan c. Memberikan rasa aman
4.	Keputusan	a. Penilaian/evaluasi alternatif b. Keputusan pembelian c. Kepuasan pasca pembelian/penggunaan.

E. Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Menurut pendapat sugiyono (2016) data primer ialah sebuah data yang didapatkan secara langsung dari sumber serta diberi kepada pengumpul data atau peneliti. Menurut pendapatnya juga dikatakan bahwa data primer bisa diperoleh dengan wawancara bersama objek penelitian baik secara observasi ataupun pengamatan langsung (Novaldy & Mahpudin, 2021). Pada penelitian ini data primer yang digunakan oleh peneliti diperoleh melalui kuisisioner yang disebar kepada generasi Z di Purwokerto berupa *Google Form* dan Formulir.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, seperti dari catatan, artikel, jurnal, buku-buku, teori, dan sumber lainnya. Berbeda dengan data primer, data sekunder ini biasanya sudah tersedia dalam bentuk yang siap digunakan dan tidak memerlukan pengolahan lebih lanjut.

F. Pengumpulan Data Penelitian

1. Observasi

Menurut Arikunto (2013) Observasi dijabarkan sebagai suatu upaya yang dilakukan secara sadar untuk mendapatkan data dan dilakukan dengan cara sistematis (Pratiwi & Hapsari, 2020). Pada penelitian ini pengamatan dilakukan dengan melihat aktifitas responden khususnya generasi Z yang melakukan pembelian di UMKM dengan menggunakan metode pembayaran berupa *QRIS*.

2. Kuesioner

Kuesioner menurut Sugiyono, (2016) Kuisisioner ialah teknik perolehan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya. Teknik ini terdiri dari beberapa indikator, berikut termasuk arahan untuk mengisi pertanyaan, serta elemen identitas responden (seperti nama, jenis kelamin, alamat, pekerjaan, usia, dan lainnya) (Arifin et al.,

2023). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala likert untuk menyusun kuisisioner. Skala likert ditemukan oleh seorang tokoh yang bernama rensis likert pada tahun 1932 digunakan untuk menilai sikap seseorang. Dalam skala tersebut terdapat beberapa pernyataan dan pertanyaan serta pernyataan yang diajukan (Simamora, 2022). Skala likert diartikan sebagai pilihan sikap terkait pernyataan yang diikutinya yang bisa dipilih oleh setiap responden sesuai dengan sikapnya kepada pernyataan tersebut. Seringkali kita melihat dalam kuisisioner Skala likert pada umumnya mengenai persetujuan responden terhadap mulai dari “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju” dengan angka dari “5” untuk sangat setuju hingga angka “1” untuk “sangat tidak setuju”. Dalam skala likert peneliti menggunakan pengukuran sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

Jawaban	Keterangan	Angka
SS	Sangat Setuju	5
ST	Setuju	4
RG	Ragu-ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

G. Teknik Analisis Data

Langkah-langkah analisis data dan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Uji Instrumen Penelitian
 - 1) Uji Validitas

Menurut Arikunto (1998:160) validitas yaitu suatu indikator yang mencerminkan tingkat keakuratan dan kebenaran suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid jika dapat dengan tepat menjelaskan data dari variabel yang sedang diteliti. Suatu instrumen yang memiliki validitas tinggi dianggap valid atau sah, sedangkan

instrumen yang memiliki validitas rendah dianggap kurang valid. (Taniredja, 2011). Adapun metode yang ada uji validitas ini menggunakan korelasi *Correted Item-Total Correlation*. Pengambilan keputusan jika:

r-hitung $0,05 > r$ -tabel maka butir tersebut valid

r-hitung $0,05 < r$ -tabel maka butir tersebut tidak valid

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah metode yang diterapkan untuk mengevaluasi sejauh mana suatu kuesioner, yang berfungsi sebagai alat ukur variabel, dapat diandalkan. Data dikatakan dapat diandalkan (*reliable*), jika dalam objek yang sama, dua atau lebih peneliti menghasilkan data yang serupa atau jika data yang sama dibagi menjadi dua bagian, data tersebut tetap konsisten dan tidak berbeda (Sugiyono, 2019) . Kriteria reliabilitas berdasarkan nilai Cronbach's Alpha adalah sebagai berikut:

Cronbach's Alpha $> 0,6$ maka kuesioner dianggap reliable

Cronbach's Alpha $\leq 0,6$ maka kuesioner dianggap tidak reliable

b. Uji Asumsi Klasik

Sebelum pengujian hipotesis yang harus dilakukan terlebih dahulu adalah uji asumsi klasik. Maka dari itu untuk memastikan apakah dalam model regresi dapat diterima secara ekonomertika. Untuk melakukan uji asumsi klasik dilakukan dengan uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas (Purba et al., 2021).

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bermaksud menilai apakah distribusi dari residual yang telah dinormalisasi dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak (Suliyanto, 2011). Uji normalitas dilakukan dengan metode statistik *one-sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Uji normalitas digunakan untuk memeriksa apakah data pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dalam persamaan regresi mengikuti distribusi normal atau tidak. Regresi yang baik

memerlukan data yang berdistribusi normal. Pedoman dalam uji normalitas adalah sebagai berikut:

- a) Signifikan uji (α) = 0,05
- b) Jika $\text{sig} > \alpha$ maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal
- c) Jika $\text{sig} < \alpha$ maka sampel tidak berasal dari populasi yang berdistribusi normal

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi yang signifikan atau kuat antara variabel independen dalam model regresi. Multikolinearitas dapat diidentifikasi melalui nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila $\text{TOL} > 0.10$ dan $\text{VIF} < 10$, sehingga dapat diasumsikan bahwa model tersebut tidak mengalami masalah multikolinearitas (Suliyanto, 2011).

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menganalisis adanya perbedaan varians dalam suatu model regresi dari observasi residual ke observasi lainnya. Bila varians antara residual satu observasi dengan observasi lainnya konsisten dikenal dengan homoskedastisitas, namun jika ada perbedaan disebut sebagai heteroskedastisitas. Model regresi dianggap optimal yaitu yang homoskedastis atau tidak heteroskedastis. Untuk menguji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual ke variabel bebas dengan uji Glesjer. Keputusan uji heteroskedastisitas didasarkan pada tidak adanya heteroskedastisitas jika nilai signifikansi $> 0,05$. Sebaliknya apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka mengalami heteroskedastisitas (Ma'sumah, 2019).

c. Uji Hipotesis

1) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisa Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X).

2) Uji t (Uji parsial)

Dalam model regresi, uji-t digunakan untuk mengevaluasi dampak parsial setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Kita dapat menentukan apakah setiap variabel independen memiliki dampak substansial terhadap variabel dependen atau apakah pengaruhnya dianggap tidak penting dengan menggunakan uji-t.

$Sig > \alpha$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

$Sig < \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

3) Uji F (Uji simultan)

Dengan menggunakan alat uji F, pengujian hipotesis dilakukan secara bersamaan untuk memastikan signifikansi pengaruh. Untuk menguji hipotesis secara bersamaan menggunakan kriteria berikut:

a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima, berarti ada pengaruh signifikan antara variabel independen dan dependen.

b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak, berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen dan dependen.

4) Uji R^2_{Adj} (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen (X1: Gaya Hidup, X2: Kemudahan Bertransaksi, X3: Persepsi Manfaat) dapat menjelaskan variabel dependen (Y: Keputusan Generasi Z dalam melakukan pembelian pada UMKM yang menyediakan QRIS). Koefisien determinasi menggambarkan persentase variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi. R^2 atau koefisien determinan dihitung dari nilai korelasi antara variabel independen dan dependen, dan memberikan informasi mengenai seberapa kuat hubungan antara X dan Y.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Purwokerto, sebuah kota yang menjadi pusat aktivitas ekonomi, pendidikan, dan pemerintahan di Kabupaten Banyumas. Kota ini dipilih karena memiliki konsentrasi pelaku UMKM yang tinggi dan merupakan wilayah dengan penetrasi teknologi digital yang terus berkembang, khususnya dalam implementasi sistem pembayaran *QRIS* (*Quick Response Code Indonesian Standard*).

Objek dalam penelitian ini adalah generasi Z, yakni individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas, kelompok usia 13–28 tahun di tahun 2025 ini mencapai lebih dari 540.000 jiwa pada tahun 2024. Generasi ini dikenal sebagai digital native yang adaptif terhadap teknologi, termasuk metode pembayaran non-tunai seperti *QRIS*.

Di sisi lain, implementasi *QRIS* oleh pelaku UMKM di wilayah Banyumas mengalami peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Data menunjukkan bahwa jumlah merchant *QRIS* meningkat dari 107.890 pada tahun 2021 menjadi 474.892 merchant pada tahun 2024. Hal ini menandakan kesiapan UMKM dalam mendukung transformasi digital, serta menjadikan wilayah Purwokerto sebagai lokasi yang tepat untuk mengkaji penelitian ini.

B. Karakteristik Responden

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin untuk mengetahui distribusi responden antara laki-laki dan perempuan. Hal ini penting untuk memahami representasi gender dalam penggunaan *QRIS* oleh generasi Z di Purwokerto. Adapun data responden hasil penelitian berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Laki-laki	34
2.	Perempuan	66
Total		100

Data Primer yang diolah SPSS 27, 2025

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa jenis kelamin perempuan responden generasi Z di Purwokerto lebih unggul dibandingkan dengan laki-laki, dengan jumlah frekuensi perempuan sebesar 66 sedangkan responden laki laki berjumlah 34. Hal ini membuktikan bahwasannya perempuan lebih sering menggunakan *QRIS* saat mereka melakukan pembayaran di UMKM yang menyediakan *QRIS*.

2. Responden Berdasarkan Umur

Selain berdasarkan jenis kelamin, karakteristik responden juga diklasifikasikan berdasarkan rentang usia yang telah memiliki karakteristik tersendiri yaitu mulai dari umur 17-28 tahun. Hal ini bertujuan untuk mengetahui distribusi usia responden yang termasuk dalam kategori generasi Z di Purwokerto. Adapun data responden berdasarkan umur yang dikelompokkan menjadi 2 kelompok dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur	Jumlah
1.	17-22	81
2.	23-28	19
Total		100

Data Primer yang diolah SPSS 27, 2025

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwasannya tingkat umur mayoritas responden adalah usia 17-22 tahun dengan jumlah 81 orang, dan responden yang berusia antara 23-28 tahun yang berjumlah 19 orang. Hal ini jelas bahwa umur 17-22 tahun yang paling banyak menggunakan pembayaran digital *QRIS*.

3. Responden Berdasarkan Alamat

Untuk mengetahui sebaran domisili responden dalam penelitian ini, klasifikasi juga dilakukan berdasarkan alamat tempat tinggal. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa responden benar-benar berdomisili di wilayah Purwokerto sesuai dengan fokus penelitian. Adapun distribusi responden berdasarkan alamat dikelompokkan menjadi empat kelompok dan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat

No.	Alamat	Jumlah
1.	Purwokerto Utara	28
2.	Purwokerto Selatan	46
3.	Purwokerto Timur	11
4.	Purwokerto Barat	15
Total		100

Data Primer yang diolah SPSS 27, 2025

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan banyaknya pengguna *QRIS* di wilayah Purwokerto Utara sebanyak 28 orang, di Purwokerto Selatan 46 orang, di Purwokerto Timur 11 orang, dan di Purwokerto Barat sebanyak 15 orang.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

1) Uji Validitas X1 (Gaya Hidup)

Terdapat 6 pertanyaan pada variabel ini, hasil uji validitas menunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4.4
Uji Validitas X1 (Gaya Hidup)

Indikator Variabel	r Tabel	r Hitung	Keterangan
GH 1	0.1654	0.648	Valid
GH 2	0.1654	0.639	Valid
GH 3	0.1654	0.524	Valid
GH 4	0.1654	0.563	Valid
GH 5	0.1654	0.547	Valid
GH 6	0.1654	0.629	Valid

Data Primer yang diolah SPSS 27, 2025

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel Gaya Hidup (X1) dalam penelitian ini memiliki r hitung $>$ dari r tabel yaitu 0.1654. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid dan analisis berikutnya dapat dilakukan menggunakan hasil kuisioner dalam penelitian ini.

2) Uji Validitas X2 (Kemudahan Bertransaksi)

Terdapat 6 pertanyaan pada variabel ini, hasil uji validitas menunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4.5
Uji Validitas X2 (Kemudahan Bertransaksi)

Indikator Variabel	r Tabel	r Hitung	Keterangan
KB 1	0.1654	0.708	Valid
KB 2	0.1654	0.620	Valid
KB 3	0.1654	0.584	Valid
KB 4	0.1654	0.679	Valid
KB 5	0.1654	0.659	Valid
KB 6	0.1654	0.702	Valid

Data Primer yang diolah SPSS 27, 2025

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel Kemudahan Bertransaksi (X2) dalam penelitian ini memiliki r hitung $>$ dari r tabel yaitu 0.1654. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid dan analisis berikutnya dapat dilakukan menggunakan hasil kuisioner dalam penelitian ini.

3) Uji Validitas X3 (Persepsi Manfaat)

Terdapat 6 pertanyaan pada variabel ini, hasil uji validitas menunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Uji Validitas X3 (Persepsi Manfaat)

Indikator Variabel	r Tabel	r Hitung	Keterangan
PM 1	0.1654	0.677	Valid
PM 2	0.1654	0.697	Valid

PM 3	0.1654	0.668	Valid
PM 4	0.1654	0.605	Valid
PM 5	0.1654	0.625	Valid
PM 6	0.1654	0.722	Valid

Data Primer yang diolah SPSS 27, 2025

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel Persepsi Manfaat (X3) dalam penelitian ini memiliki r hitung $>$ dari r tabel yaitu 0.1654. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid dan analisis berikutnya dapat dilakukan menggunakan hasil kuisisioner dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengujian validitas yang menunjukkan nilai dari Gaya Hidup, Kemudahan Bertransaksi, dan Persepsi Manfaat secara keseluruhan dari indikator menunjukkan nilai korelasi yang tinggi dari setiap variabel. Nilai signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 10% atau 0,1 dengan rumus r tabel $df=n-2$, maka diperoleh r tabel sebesar 0.1654. Untuk itu keseluruhan hasil dari indikator dalam penelitian ini menunjukkan valid. Dengan demikian kuisisioner penelitian dapat dilakukan suatu analisis sesuai dengan langkah selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

1) Uji Reliabilitas X1 (Gaya Hidup)

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas X1 (Gaya Hidup)

Pernyataan	Cronbach Alpha	Syarat	Keterangan
Gaya Hidup	0.629	>0.6	Reliabel

Data Primer yang diolah SPSS 27, 2025

Hasil dari uji reliabilitas pada variabel Gaya Hidup (X1) dapat dilihat bahwa cronbach alpha pada variabel ini lebih tinggi daripada nilai dasar yaitu $0.629 > 0.6$. Hasil tersebut membuktikan bahwa semua pertanyaan dalam kuisisioner variabel Gaya Hidup (X1) dinyatakan reliabel.

2) Uji Reliabilitas X2 (Kemudahan Bertransaksi)

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas X2 (Kemudahan Bertransaksi)

Pernyataan	Cronbach Alpha	Syarat	Keterangan
Kemudahan Bertransaksi	0.740	>0.6	Reliabel

Data Primer yang diolah SPSS 27, 2025

Hasil dari uji reliabilitas pada variabel Kemudahan Bertransaksi (X2) dapat dilihat bahwa cronbach alpha pada variabel ini lebih tinggi daripada nilai dasar yaitu $0.740 > 0.6$. Hasil tersebut membuktikan bahwa semua pertanyaan dalam kuisisioner variabel Kemudahan Bertransaksi (X2) dinyatakan reliabel.

3) Uji Reliabilitas X3 (Persepsi Manfaat)

Tabel 4.9
Uji Reliabilitas X3 (Persepsi Manfaat)

Pernyataan	Cronbach Alpha	Syarat	Keterangan
Persepsi Manfaat	0.750	>0.6	Reliabel

Data Primer yang diolah SPSS 27, 2025

Hasil dari uji reliabilitas pada variabel Persepsi Manfaat (X3) dapat dilihat bahwa cronbach alpha pada variabel ini lebih tinggi daripada nilai dasar yaitu $0.750 > 0.6$. Hasil tersebut membuktikan bahwa semua pertanyaan dalam kuisisioner variabel Persepsi Manfaat (X3) dinyatakan reliabel.

Sesuai dengan tabel hasil dari uji reliabilitas diatas telah menunjukkan bahwa besaran cronbach alpha dalam variabel Gaya Hidup (X1) sebesar 0.629, variabel Kemudahan Bertransaksi (X2) sebesar 0.740 dan variabel Persepsi Manfaat (X3) sebesar 0.750. Untuk itu berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel dan dapat digunakan bagi penelitian selanjutnya.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.10
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.38897033
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.053
	Negative	.064
Test Statistic		.064
Asymp Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
a. Test Distribution is normal		
b. Calculated from data		
c. Lilliefors significance correction		

Data Primer yang diolah SPSS 27, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov diketahui bahwa nilai signifikasi sebesar $0.200 > 0.05$. Untuk itu hasil dari uji ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.11
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Gaya Hidup	.445	2.245
	Kemudahan Bertransaksi	.402	2.485
	Persepsi Manfaat	.311	3.216

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

Data Primer yang diolah SPSS 27, 2025

Diketahui dari tabel diatas menunjukkan hasil uji multikolinearitas yang menunjukkan nilai VIF variabel Gaya Hidup (X1) sebesar 2.245, variabel Kemudahan Bertransaksi (X2) sebesar 2.485, variabel Persepsi Manfaat (X3) sebesar 3.216. Maka dari itu

hal ini menunjukkan bahwa nilai Tolerance >0.10 yang menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.12
Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a		
	Model	Sig.
1	(Constant)	.824
	Gaya Hidup	.769
	Kemudahan Bertransaksi	.054
	Persepsi Manfaat	.422

a. Dependent Variabel: ABS RES

Data Primer yang diolah SPSS 27, 2025

Diketahui dari tabel diatas menunjukan hasil uji heterokedastisitas yang menunjukkan nilai signifikaksi variabel Gaya Hidup (X1) sebesar 0.769, variabel Kemudahan Bertransaksi (X2) sebesar 0.054 dan variabel Persepsi Manfaat (X3) sebesar 0.422. Untuk itu hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikasi 0.05 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.13
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficient ^a			
	Model	Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	2.516	1.888
	Gaya Hidup	.599	.101
	Kemudahan Bertransaksi	.174	.097
	Persepsi Manfaat	.124	.108

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

Data Primer yang diolah SPSS 27, 2025

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$: Koefisien Regresi

- X_1 : Variabe Gaya Hidup
 X_2 : Variabel Kemudahan Bertransaksi
 X_3 : Variabel Persepsi Manfaat
 α : Konstanta
 e : Eror

Hasil persamaan regresi linear berganda tersebut, yaitu:

$$Y = 2.516 + 0.599 + 0.174 + 0.124$$

- 1) Konstanta $\alpha = 2.516$ merupakan konstanta atau keadaan saat variabel Keputusan Pembelian belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel Gaya Hidup (X_1), variabel Kemudahan Bertransaksi (X_2) dan variabel Persepsi Manfaat (X_3). Jika variabel independen tidak ada maka variabel Keputusan Pembelian tidak mengalami perubahan.
- 2) Koefisien regresi X_1 (β_1) = 0.599 menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Gaya Hidup maka akan mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 0.599, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- 3) Koefisien regresi X_2 (β_2) = 0.174 menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Bertransaksi mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Kemudahan Bertransaksi maka akan mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 0.174, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- 4) Koefisien regresi X_3 (β_3) = 0.124 menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Gaya Hidup maka akan mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 0.599, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Uji t (Uji Parsial)

Tabel 4.14
Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	1.357	.178
	Gaya Hidup	5.944	<.001
	Kemudahan Bertransaksi	1.792	.076
	Persepsi Manfaat	1.146	.255

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

Data Primer yang diolah SPSS 27, 2025

Dalam output SPSS, hasil uji t secara default disajikan dalam bentuk **two-tailed**, yang berarti tidak mempertimbangkan arah hubungan variabel. Namun, karena dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan bersifat arah positif (**one-tailed**), maka langkahnya adalah dengan membagi dua nilai signifikansi (Sig.) pada output SPSS. Berikut ringkasan hasil uji t (uji parsial) yang sudah disesuaikan ke one-tailed:

Tabel 4.15
Uji t (Uji Parsial) Setelah Diubah

Variabel	t_{hitung}	Sig. (two tailed)	Sig. (one tailed)
Gaya Hidup (X1)	5.944	<0.001	<0.0005
Kemudahan Bertansaksi (X2)	1.792	0.076	0.038
Persepsi Manfaat (X3)	1.142	0.255	0.1275

Hasil uji parsial (t) sebagai berikut:

1) Hipotesis Pertama (H1)

Berdasarkan nilai signifikansi bagi pengaruh Gaya Hidup (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0.0005 <0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa **H1 diterima**.

2) Hipotesis Kedua (H2)

Berdasarkan nilai signifikansi bagi pengaruh Kemudahan Bertransaksi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0.038 <0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa **H2 diterima**.

3) Hipotesis Ketiga (H3)

Berdasarkan nilai signifikansi bagi pengaruh Persepsi Manfaat (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar $0.1275 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa **H3 ditolak**.

c. Uji F (Uji Simultan)

Tabel 4.16
Uji F (Uji Simultan)

Coefficients ^a			
Model		F	Sig.
1	Regression	53.144	<.001 ^b
	Residual		
	Total		
a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian			
b. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat, Gaya Hidup, Kemudahan Bertransaksi			

Data Primer yang diolah SPSS 27, 2025

Hasil dari F_{tabel} menggunakan 5% yaitu:

$$df1 = k-1$$

$$df1 = 4-1 = 3$$

$$df2 = n-k$$

$$df2 = 100-4 = 96$$

$$F_{tabel} = 0.05 (3:96) = 2.70$$

Diketahui dari tabel diatas bahwa $F_{hitung} 53.144 > F_{tabel} 2.70$ dan nilai signifikansi $0.001 < 0.05$, maka **H4 diterima**. Untuk itu dapat diartikan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

d. Uji R^2_{Adj} (Koefisien Determinasi)

Tabel 4.17
Uji R^2_{Adj} (Koefisien Determinasi)

Model Summary ^b				
Model	R	RSquare	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 ^a	.624	.612	1.411
a. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat, Gaya Hidup, Kemudahan Bertransaksi				

Data Primer yang diolah SPSS 27, 2025

Diketahui berdasarkan hasil uji R^2_{Adj} (Koefisien Determinasi) yang dilakukan menunjukkan nilai sebesar 0.612 (61,2%). Dengan demikian variabel Gaya Hidup (X1), variabel Kemudahan Bertransaksi (X2) dan variabel Persepsi Manfaat (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan presentase 61,2% sedangkan sisanya 38,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang diteliti dalam penelitian lain.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Generasi Z Melakukan Pembelian Pada UMKM Yang Menyediakan QRIS

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5.944 dengan signifikansi sebesar $0.001 < 0,05$ yang jika dikonversi ke one-tailed menjadi < 0.0005 . Ini menunjukkan bahwa Gaya Hidup (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan generasi Z melakukan pembelian pada UMKM yang menyediakan QRIS. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin modern dan digital gaya hidup generasi Z, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian di tempat yang menyediakan metode pembayaran berbasis QRIS. generasi Z dikenal sebagai generasi yang sangat dekat dengan teknologi, praktis, dan menyukai efisiensi. Oleh karena itu, penggunaan QRIS sebagai bagian dari gaya hidup cashless sangat sesuai dengan kebiasaan mereka.

Hasil ini juga didukung oleh Teori Perilaku Konsumen dari Schiffman dan Kanuk, yang menyatakan bahwa gaya hidup menentukan bagaimana individu menggunakan waktu dan uangnya, serta memengaruhi preferensi mereka terhadap teknologi atau metode pembayaran. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dina Ramadhan et al. (2023), yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS.

Namun demikian, hasil ini bertentangan dengan beberapa penelitian lain yang menyatakan bahwa gaya hidup tidak selalu menjadi faktor

signifikan. Misalnya, beberapa penelitian menunjukkan bahwa faktor seperti kemudahan atau persepsi manfaat lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian ketimbang gaya hidup itu sendiri, terutama jika konsumen tidak terlalu memperhatikan keselarasan nilai gaya hidup dengan alat pembayaran.

Secara teologis, hal ini dapat dimaknai sebagai bentuk kehati-hatian konsumen Muslim yang tidak hanya mengikuti gaya hidup konsumtif atau tren semata. Dalam Islam, umat dianjurkan untuk hidup seimbang dan tidak berlebihan. QS. Al-A'raf ayat 31 menyatakan: "*Makan dan minumlah, dan jangan berlebih-lebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.*" Ayat ini memberikan landasan bahwa meskipun gaya hidup digital dan instan melekat pada Generasi Z, keputusan ekonomi yang diambil tidak boleh semata-mata karena gaya hidup, melainkan harus berdasarkan pertimbangan manfaat dan kebutuhan yang rasional.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Generasi Z pada UMKM yang menyediakan *QRIS*. Hasil ini selaras dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa gaya hidup mencerminkan preferensi dan perilaku individu dalam memilih produk atau layanan, serta sesuai dengan prinsip Islam yang mendorong hidup efisien, sederhana, dan adaptif terhadap kemajuan teknologi tanpa bersikap berlebihan.

2. Pengaruh Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Generasi Z Melakukan Pembelian Pada UMKM Yang Menyediakan *QRIS*

Hasil uji t menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 1.792 dengan nilai signifikansi sebesar $0,076 > 0,05$ yang jika dikonversi ke one-tailed menjadi $0,038 < 0,05$ yang berarti kemudahan bertransaksi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Ini membuktikan bahwa semakin mudah penggunaan *QRIS*, maka semakin

besar pula kemungkinan Generasi Z menggunakannya untuk melakukan pembelian pada UMKM.

Dalam konteks ini, teori *Technology Acceptance Model (TAM)* dari Davis (1989) sangat relevan. TAM menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) adalah salah satu faktor kunci yang menentukan apakah seseorang akan menerima dan menggunakan teknologi baru. *QRIS* memenuhi indikator-indikator kemudahan, seperti mudah dipelajari, dapat dikontrol, jelas, mudah dipahami, dan fleksibel, yang semuanya menjadi pertimbangan penting bagi pengguna dalam menentukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, hasil ini mendukung hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kemudahan bertransaksi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Generasi Z.

Penelitian ini menemukan bahwa kemudahan bertransaksi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini selaras dengan penelitian Ade Indriana Isra et al. (2024) yang menyatakan bahwa kemudahan merupakan salah satu faktor utama dalam keputusan menggunakan *QRIS*.

Namun, hasil ini bertolak belakang dengan penelitian Deaz Aurellia Febrilianda, Istiqomah & Rakhmawati (2023) yang menyatakan bahwa variabel usaha atau kemudahan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *QRIS* untuk bertransaksi. Perbedaan ini kemungkinan disebabkan oleh segmentasi responden yang berbeda, di mana penelitian ini berfokus pada generasi Z di Purwokerto yang lebih akrab dan adaptif terhadap teknologi transaksi digital, sedangkan penelitian mereka dilakukan pada mahasiswa di Yogyakarta dengan preferensi dan kebiasaan berbeda.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kemudahan bertransaksi memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan sejalan dengan nilai-nilai Islam yang mengutamakan kemudahan dalam urusan muamalah. Allah berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 185: "*Allah*

menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesulitan bagimu." QRIS sebagai metode transaksi yang praktis, cepat, dan tidak memberatkan merupakan salah satu bentuk implementasi kemudahan tersebut. Dalam konteks ini, kemudahan bertransaksi menjadi nilai penting dalam pengambilan keputusan yang sesuai dengan ajaran Islam, karena Islam sangat mendukung inovasi yang memudahkan umat selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Dengan demikian, kemudahan bertransaksi menjadi salah satu variabel kunci yang harus diperhatikan oleh UMKM dan penyedia layanan keuangan digital dalam meningkatkan daya tarik penggunaan *QRIS* di kalangan Generasi Z.

3. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Generasi Z Melakukan Pembelian Pada UMKM Yang Menyediakan *QRIS*

Berbeda dengan dua variabel sebelumnya, hasil uji t untuk persepsi manfaat menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 1.146 dengan nilai signifikansi sebesar $0,255 > 0,05$ yang jika dikonversi ke one-tailed menjadi $0,1275 > 0,05$. Ini berarti bahwa Persepsi Manfaat (X3) tidak berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap keputusan generasi Z dalam melakukan pembelian pada UMKM yang menyediakan *QRIS*.

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *QRIS* dianggap bermanfaat (karena cepat, aman, efisien), tetapi persepsi manfaat tersebut tidak menjadi faktor utama yang mendorong keputusan pembelian secara langsung. Hal ini mungkin terjadi karena pada generasi Z, fitur-fitur manfaat seperti kemudahan dan kecepatan sudah dianggap sebagai standar, bukan lagi keunggulan. Mereka sudah terbiasa dengan teknologi yang fungsional, sehingga tidak merasa bahwa manfaat dari *QRIS* menjadi sesuatu yang membedakan atau sangat memengaruhi keputusan pembelian.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Risma Arum, Azzahroo, dan Sri Dwi Estiningrum (2021), yang menyatakan bahwa persepsi manfaat belum berpengaruh signifikan karena penggunaan *QRIS* belum begitu

umum pada waktu itu. Dalam konteks penelitian ini, bisa diasumsikan bahwa *QRIS* sudah terlalu umum, sehingga responden tidak lagi menganggap manfaat *QRIS* sebagai faktor penting dalam pengambilan keputusan.

Namun, temuan ini bertentangan dengan hasil penelitian Putri et al. (2024) dan Dina Ramadhan et al. (2023) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan *QRIS*. Ini juga bertolak belakang dengan Teori TAM (Technology Acceptance Model) dari Davis (1989), yang menyebut bahwa persepsi manfaat adalah salah satu faktor utama yang mendorong individu menerima dan menggunakan teknologi.

Namun hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan. Dalam konteks teologis Islam, prinsip manfaat atau maslahat memang sangat penting, tetapi Islam juga menekankan bahwa tidak semua keputusan didasarkan hanya pada manfaat duniawi atau jangka pendek, melainkan juga pada pertimbangan maslahat yang lebih luas dan tanggung jawab jangka panjang. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam QS. Al-Hasyr: 18 *“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat).”* Ayat ini mengajarkan kepada setiap muslim untuk tidak hanya memikirkan keuntungan atau manfaat sesaat, melainkan merenungkan dampak jangka panjang dari setiap tindakan, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan transaksi.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Generasi Z pada UMKM yang menyediakan *QRIS*. Namun, hasil ini tetap dapat dijelaskan melalui pendekatan teologis dalam Islam, bahwa keputusan dalam transaksi tidak semata-mata ditentukan oleh manfaat jangka pendek, melainkan juga pertimbangan maslahat secara menyeluruh.

4. Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Bertransaksi, dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Generasi Z Melakukan Pembelian Pada UMKM Yang Menyediakan *QRIS*

Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel gaya hidup, kemudahan bertransaksi, dan persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ($F_{hitung} = 53,144$; $sig = 0,001$). Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi dalam keputusan pembelian Generasi Z pada UMKM yang menyediakan *QRIS*.

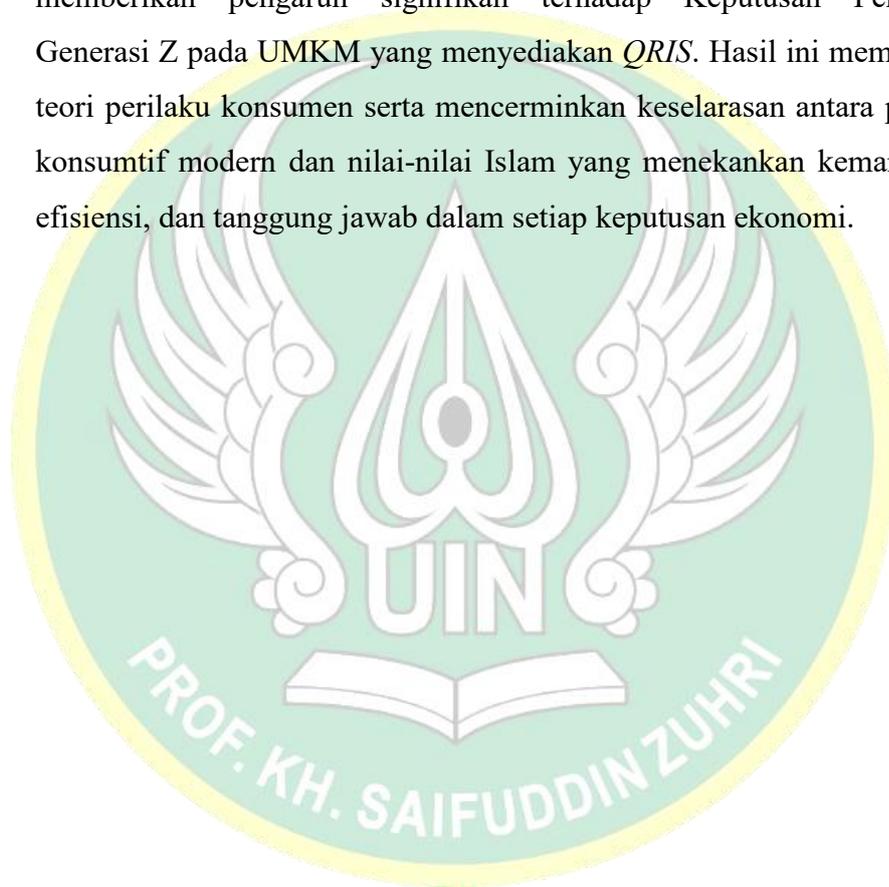
Namun, berdasarkan hasil uji t (parsial), hanya dua dari tiga variabel yang terbukti berpengaruh secara signifikan. Variabel gaya hidup memiliki nilai signifikansi sebesar $0,0005 < 0,05$ (diterima), kemudahan bertransaksi $0,038 < 0,05$ (diterima) dan persepsi manfaat $0,1275 > 0,05$ (ditolak).

Hasil ini selaras dengan temuan dari Dina Ramadhan et al. (2023) yang menyatakan bahwa kombinasi gaya hidup, kemudahan transaksi, dan manfaat yang dirasakan menjadi faktor pendorong signifikan dalam penggunaan *QRIS*. Penelitian ini juga konsisten dengan temuan Putri et al. (2024) yang menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut, jika dianalisis secara simultan, memiliki hubungan signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital dan metode pembayaran berbasis *QR Code*. Secara teoritis, hasil ini diperkuat oleh Teori Perilaku Konsumen dari Schiffman dan Kanuk, yang menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan hasil dari interaksi kompleks antara psikologi individu, pengaruh sosial, dan karakteristik pribadi seperti gaya hidup serta persepsi terhadap kemudahan dan manfaat produk.

Ketiga variabel secara bersama-sama terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa pengambilan keputusan dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai aspek yang saling mendukung. Dalam Islam, setiap keputusan harus dilakukan dengan penuh pertimbangan dan tanggung jawab, sebagaimana

ditegaskan dalam QS. Al-Hasyr ayat 18: *"Dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok."* Artinya, setiap tindakan, termasuk keputusan dalam bertransaksi, hendaknya dilakukan secara sadar, rasional, dan berdasarkan pertimbangan manfaat dunia dan akhirat.

Dengan demikian, hasil menyatakan bahwa Gaya Hidup, Kemudahan Bertransaksi, dan Persepsi Manfaat secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z pada UMKM yang menyediakan *QRIS*. Hasil ini memperkuat teori perilaku konsumen serta mencerminkan keselarasan antara perilaku konsumtif modern dan nilai-nilai Islam yang menekankan kemanfaatan, efisiensi, dan tanggung jawab dalam setiap keputusan ekonomi.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis serta pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan diantaranya sebagai berikut:

1. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa semakin modern dan digital gaya hidup yang dimiliki generasi Z, maka semakin besar kecenderungan mereka melakukan pembelian pada UMKM yang menyediakan metode pembayaran berbasis *QRIS*.
2. Kemudahan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian generasi Z. Semakin mudah suatu sistem transaksi digunakan, seperti dalam hal ini *QRIS*, maka semakin besar kemungkinan konsumen dari generasi Z melakukan pembelian.
3. Persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian generasi Z. Meskipun *QRIS* dianggap cepat, nyaman, dan aman, manfaat tersebut tidak secara langsung memengaruhi keputusan pembelian, kemungkinan karena manfaat tersebut telah dianggap sebagai standar umum oleh generasi Z.
4. Secara simultan, variabel gaya hidup, kemudahan bertransaksi, dan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian generasi Z. Di antara ketiga variabel tersebut, kemudahan bertransaksi dan persepsi manfaat merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan hasil temuan penelitian, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku UMKM

Diharapkan lebih aktif dalam menyediakan dan mempromosikan penggunaan *QRIS* sebagai metode pembayaran. Pelaku UMKM juga perlu memastikan kemudahan penggunaan *QRIS* bagi konsumen, seperti

menyediakan panduan penggunaan yang jelas dan memastikan konektivitas internet yang mendukung proses transaksi.

2. Bagi Pengembang Sistem Pembayaran

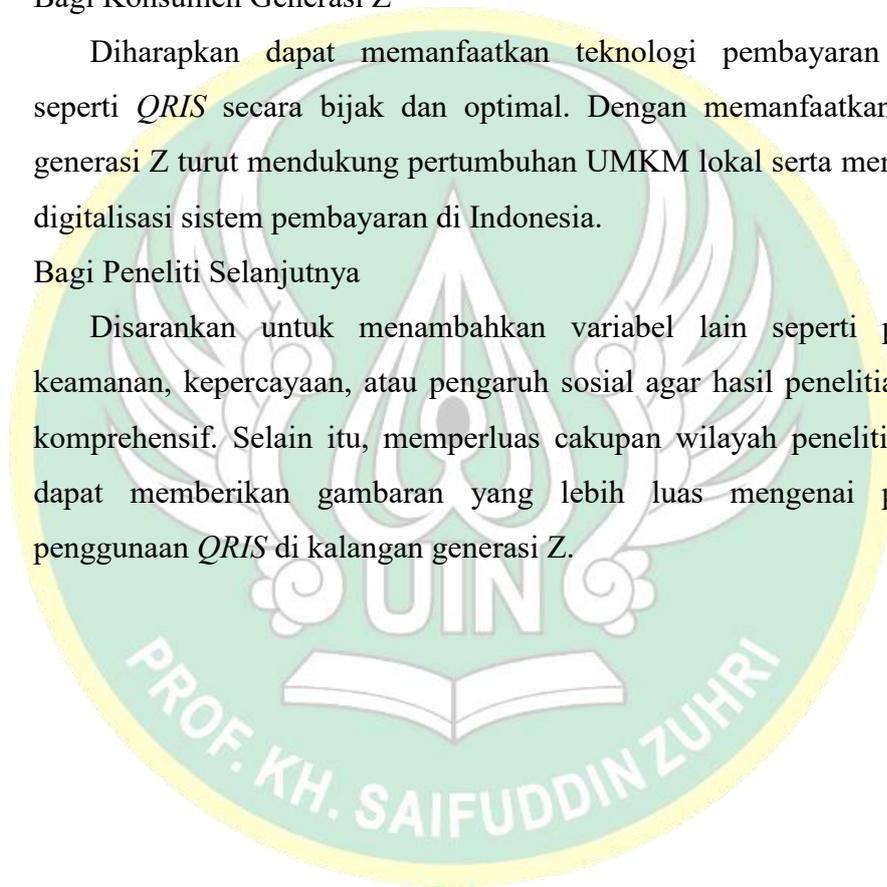
Diharapkan terus meningkatkan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat, khususnya generasi Z, mengenai kemudahan dan manfaat penggunaan *QRIS*. Pendekatan melalui media sosial dan institusi pendidikan dinilai efektif untuk menjangkau segmen ini.

3. Bagi Konsumen Generasi Z

Diharapkan dapat memanfaatkan teknologi pembayaran digital seperti *QRIS* secara bijak dan optimal. Dengan memanfaatkan *QRIS*, generasi Z turut mendukung pertumbuhan UMKM lokal serta mendorong digitalisasi sistem pembayaran di Indonesia.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti persepsi keamanan, kepercayaan, atau pengaruh sosial agar hasil penelitian lebih komprehensif. Selain itu, memperluas cakupan wilayah penelitian juga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai perilaku penggunaan *QRIS* di kalangan generasi Z.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Jalal and Ahmad Perdana Indra. (2022). Pengaruh Pengetahuan Generasi Z, Persepsi Dan Fasilitas Terhadap Preferensi Pada Bank Syariah Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Nisbah*, 115–26 <<https://doi.org/https://doi.org/10.30997/jn.v8i2.6353>>.
- Ardi, M., Astuti, A., & Aditya, F. (2023). Implementasi Pengguna QRIS Pada Kaum Milenial. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah (Jurnal Akunsyah)*, 3(1), 65–72. <https://doi.org/10.30863/akunsyah.v3i1.4708>
- Arifin, Z., Hadi, R., & Utomo, B. (2023). *Metode penelitian kuantitatif dalam pendidikan*. Surabaya: Media Akademik.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arya Nurdiansyah, et al (2022). Literature Review Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kepuasan terhadap E-Commerce, *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1.1, 297–303 <<https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.42>>.
- Azzahroo, R. A., & Estiningrum, S. D. (2021). Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Teknologi Pembayaran. *JURNAL MANAJEMEN MOTIVASI*, 17(1), 10. <https://doi.org/10.29406/jmm.v17i1.2800>
- Bank Indonesia. (2019). *Penerapan QR Code Pembayaran Nasional QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_219819.aspx
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas. (2021–2024). *Data kependudukan Kabupaten Banyumas*. <https://banyumaskab.bps.go.id>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (2017). *User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models*. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Davis, F. D. (1986). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results* [Doctoral dissertation, MIT Sloan School of Management].

- 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>
- Denny, R., Prasetyo, R., & Susanti, M. (2021). *Pengantar manajemen keputusan dan perilaku konsumen*. Jakarta: Zahir Publishing.
- Dhea, N. L. R. (2024). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Sebagai Media Transaksi Dengan Efektivitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Generasi Z di Kota Bandar Lampung) (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung)
- Diah, M. W. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah) (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung)
- Febrianda, N. D. A., Istiqomah, N., & Rakhmawati, N. (2023). Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Yogyakarta Dalam Bertransaksi Menggunakan QRIS. *At-Thullab Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 5(3), 1429–1446. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol5.iss3.art9>
- Fiorentina, M. (2023). *Analisis pengaruh perceived usefulness terhadap penggunaan aplikasi e-wallet pada generasi Z*. *Jurnal Manajemen Digital*, 5(1), 25–36.
- Fisabilillah, A. (2022). *Pengaruh persepsi kemanfaatan dan kemudahan terhadap minat menggunakan teknologi pembayaran digital*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 134–142.
- Fitriani, N. D., Hadi, N. R., Aprianto, N. N. E. K., & Jasmi, N. M. B. (2024). Fundraising Strategy of Zakat, Infaq, and Sadaqa Funds of BAZNAS Banyumas Regency through QRIS Non-Cash Payment System. *Mabsya Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 6(1), 47–64. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v6i1.7147>
- Haryati, D. (2019). *Perubahan gaya hidup masyarakat dalam menggunakan sistem pembayaran digital*. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 8(2), 101–110. <https://doi.org/10.1234/jkti.v8i2.1234>
- Hidayat, M., & Humeriatunnisa, N. A. (2023). Optimalisasi peran digital banking Bank Syariah Indonesia terhadap perkembangan industri halal. *Mabsya Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 5(2), 243–264. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v5i2.9984>

- Isra, A. I., Wasnury, R., & Noviasari, H. (2024). Pengaruh Pengetahuan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pengguna Dan Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Non Tunai Qris (Quick Response Code Indonesian Standard) Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 3(1), 10-19.
- Jalal, A., & Indra, A. P. (2022). Pengaruh Pengetahuan Generasi Z, Persepsi, dan Fasilitas Terhadap Preferensi Pada Bank Syariah Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *NISBAH JURNAL PERBANKAN SYARIAH*, 8(2), 115–126. <https://doi.org/10.30997/jn.v8i2.7077>
- Jannah, M., Prasetyo, Y. T., & Wicaksono, A. (2023). *Persepsi manfaat dan keamanan QRIS terhadap keputusan penggunaan pada generasi Z*. *Jurnal Teknologi dan Inovasi Digital*, 5(1), 45–58. <https://doi.org/10.1234/jtid.v5i1.2023>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022). *UMKM penopang perekonomian nasional*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/1234/umkm-penopang-perekonomian-nasional>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lestari, N. F., & Ramadhan, F. (2024, October 1). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan Teknologi QRIS. https://journalpedia.com/1/index.php/jmm/article/view/3314?utm_source=chatgpt.com
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 1–55.
- Maulia, N. (2024). Pengaruh Pengetahuan, Trend Lingkungan Sosial, Fitur Layanan dan Efisiensi Terhadap Transaksi Mahasiswa Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) (Studi Pada Mahasiswa Di Bandar Lampung) (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung)
- Medcom.id. (2023, April 12). *UMKM harus adaptif hadapi perubahan pascapandemi*. <https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/8N0M8eZk-umkm-harus-adaptif-hadapi-perubahan-pascapandemi>
- Musa F. Silaen, et al, '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 (2021), 1574–81
<<https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i5.313>>.

Nasri, F. (2024). *Manfaat penggunaan QRIS dalam transaksi digital: Efisiensi, keamanan, dan keberlanjutan*. *Jurnal Ekonomi Digital dan Keuangan Inklusif*, 6(1), 22–33. <https://doi.org/10.1234/jedki.v6i1.2024>

Novaldy, S., & Mahpudin, H. (2021). *Dasar-dasar metode penelitian kuantitatif*. Jakarta: Araska.

Nuhran, A. R., Ramli, R., & Luhut, Y. (2024). Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital (QRIS) Terhadap Tingkat Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa Era Generasi Z Dengan Perilaku Gaya Hidup Masa Kini. *Jurnal GeoEkonomi*, 15(1.2024), 11–20. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v15i1.2024.444>

Nurdiansyah, A., Pratiwi, A. S., & Kaunaini, N. (2022). Literature Review Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kepuasan Terhadap E-Commerce. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 297–303. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.42>

Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Strategi nasional literasi keuangan Indonesia (SNLKI) 2020: Menumbuhkan generasi yang melek keuangan*. [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-\(SNLKI\)-2020.aspx](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-(SNLKI)-2020.aspx)

Pratiwi, R., & Hapsari, D. W. (2020). *Metode observasi dalam penelitian sosial*. Semarang: CV Penelitian Ilmiah Nusantara.

Putri, A. N. K., Setiawan, A., & Djajadikerta, H. (2024). Pengaruh Persepsi Literasi Keuangan, Kemanfaatan, Kemudahan, dan Risiko Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan QRIS. *doaj.org*. <https://doi.org/10.31933/ejpp.v4i2.1125>

Putri, L. A. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, dan brand image terhadap minat dalam menggunakan media pembayaran berbasis qris yang dilakukan gen z di provinsi Di. Yogyakarta (Skripsi, Universitas Islam Indonesia)

Putri, N. M. Y. N., Dewi, P. P. R. A., Kusuma, P. S. a. J., & P, K. W. L. (2025a). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan, Keamanan dan Minat Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Pada Generasi Z Di Kota Denpasar. *revenue.lppmbinabangsa.id*. <https://doi.org/10.46306/rev.v5i2.737>

Ramadhan, D., Asri, H. R., Gisijanto, H. A., Hartanti, N. D., & Setyarini, E. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 1(04), 162-170.

- Santika, I. G. A. M., Putra, I. M. A., & Dewi, A. A. A. P. (2022). *Analisis peran UMKM dalam peningkatan perekonomian masyarakat di era digital*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 19(1), 112–120.
- Sari, N. (2021). *Perkembangan teknologi digital dalam sistem pembayaran di era industri 4.0*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 123–135. <https://doi.org/10.1234/jeb.v5i2.5678>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku konsumen* (7th ed., D. Nugrahini, Trans.). Jakarta: Indeks.
- Silalahi, R., Putri, D. A., & Hidayat, T. (2022). *Peran QRIS dalam meningkatkan inklusi keuangan dan digitalisasi UMKM di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(1), 88–97. <https://doi.org/10.1234/jed.v4i1.5678>
- Simamora, B. (2022). *Analisis skala Likert dalam penelitian kuantitatif*. Medan: Pustaka Akademik.
- Sochimim, S., & Sabila, S. A. (2024). *Peran Finansial Technology sebagai Katalisator Intensi Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Jawa Tengah*. *El-jizya Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 255–272. <https://doi.org/10.24090/ej.v12i2.11156>
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Waluyo, B. (2022). *QRIS sebagai solusi transaksi digital yang aman dan efisien di era digital*. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 10(1), 45–52. <https://doi.org/10.1234/jtsi.v10i1.1234>
- Zaki, M. A., & Saiman, M. I. (2021). *Metodologi penelitian: Konsep dan aplikasi dalam penelitian sosial*. Surabaya: CV. Pena Persada.



LAMPIAN-LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kuesioner Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**KUESIONER PENGARUH DAYA HIDUP, KEMUDAHAN
 BERTRANSAKSI, DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP
 KEPUTUSAN GENERASI Z MELAKUKAN PEMBELIAN PADA UMKM
 YANG MENYEDIAKAN *QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN
 STANDARD (QRIS)***

Assalamu'alaikum wr.wb

Perkenalkan saya Nanda Nuraini, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir (skripsi). Dalam rangka pengumpulan data, saya memohon kesediaan dan bantuan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan baik. Bantuan Anda sangat berharga bagi penelitian yang sedang saya lakukan. Adapun kriteria responden yaitu generasi Z yang berdomisili di Purwokerto.

Saya memohon kesediaan saudara/i untuk dapat membantu dan bersedia meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner ini dengan benar. Penelitian ini hanya akan digunakan untuk kepentingan ilmiah dan peneliti akan menjamin kerahasiaan dari data responden. Demikian, atas perhatian dan kesediaan saudara/i mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan banyak terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Hormat Saya,

Nanda Nuraini

NIM. 214110202266

Lampiran 1.2 Lembar Angket Kuesioner



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

PETUNJUK PENGISIAN

1. Isilah identitas secara lengkap
2. Sebelum menjawab, bacalah terlebih dahulu pertanyaan dengan teliti
3. Setiap poin pertanyaan hanya dapat dijawab 1 kali
4. Pilihlah salah satu jawaban dari setiap pertanyaan yang paling sesuai dengan memberi tanda ceklis (✓) dengan keterangan seperti di bawah ini:

Jawaban	Keterangan	Angka
SS	Sangat Setuju	5
ST	Setuju	4
RG	Ragu-ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :
4. Alamat :

B. KUESIONER

A. Gaya Hidup (X1)

No.	Pertanyaan	Jawaban Anda				
		SS	ST	RG	TS	STS
1.	Saya mengikuti perkembangan teknologi dan aplikasi digital terbaru yang berkaitan dengan kebutuhan harian.					
2.	Saya lebih memilih UMKM					

	yang menyediakan fasilitas pembayaran digital seperti <i>QRIS</i> .					
3.	Saya merasa lebih praktis bertransaksi menggunakan <i>QRIS</i> daripada membayar dengan uang tunai.					
4.	Saya jarang membawa uang tunai karena lebih nyaman menggunakan metode pembayaran digital.					
5.	Saya merasa penggunaan <i>QRIS</i> membuat proses pembayaran menjadi lebih efisien.					
6.	Saya menyukai layanan yang memungkinkan saya menyelesaikan aktivitas dengan lebih singkat.					

B. Kemudahan Bertransaksi (X2)

No.	Pertanyaan	Jawaban Anda				
		SS	ST	RG	TS	STS
1.	Saya tidak mengalami kesulitan saat menggunakan <i>QRIS</i> untuk bertransaksi.					
2.	Saya merasa penggunaan <i>QRIS</i> mudah dipelajari.					
3.	Saya dapat menggunakan <i>QRIS</i> untuk bertransaksi kapan saja tanpa batasan waktu.					
4.	Penggunaan <i>QRIS</i> sangat fleksibel karena dapat diakses hanya melalui <i>smartphone</i> .					
5.	Saya memahami cara menggunakan <i>QRIS</i> tanpa harus mendapatkan penjelasan yang rumit.					
6.	Langkah-langkah penggunaan <i>QRIS</i> saat bertransaksi cukup jelas.					

C. Persepsi Manfaat (X3)

No.	Pertanyaan	Jawaban Anda				
		SS	ST	RG	TS	STS
1.	Saya merasa transaksi menjadi lebih cepat saat menggunakan <i>QRIS</i> .					
2.	Penggunaan <i>QRIS</i> mengurangi waktu tunggu saat melakukan pembayaran.					
3.	Saya merasa <i>QRIS</i> memberikan kemudahan dan keuntungan dalam kehidupan sehari-hari.					
4.	Saya lebih memilih <i>QRIS</i> karena sering mendapat promo atau <i>cashback</i> dari aplikasi dompet digital.					
5.	Saya merasa aman menggunakan <i>QRIS</i> karena sistemnya dilengkapi fitur keamanan seperti PIN atau sidik jari.					
6.	Saya percaya bahwa transaksi dengan <i>QRIS</i> melindungi data pribadi saya.					

D. Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pertanyaan	Jawaban Anda				
		SS	ST	RG	TS	STS
1.	Saya membandingkan <i>QRIS</i> dengan metode pembayaran lain sebelum memutuskan untuk menggunakannya.					
2.	Saya memilih <i>QRIS</i> karena menurut saya lebih unggul dibandingkan metode pembayaran lainnya.					
3.	Saya memutuskan menggunakan <i>QRIS</i> ketika melakukan transaksi di UMKM yang menyediakannya.					
4.	Saya secara sadar memilih <i>QRIS</i> sebagai metode					

	pembayaran utama saat berbelanja.					
5.	Saya merasa puas setelah menggunakan <i>QRIS</i> untuk bertransaksi.					
6.	Setelah menggunakan <i>QRIS</i> , saya berencana untuk terus menggunakannya dalam transaksi berikutnya.					



Lampiran 2.1 Identitas Responden

No.	Nama	Jenis kelamin	Umur	Alamat
1	Rahma	Perempuan	21	Purwokerto Utara
2	Adya Tara Sistha	Perempuan	17	Purwokerto Selatan
3	Anisa Tri Yuniatin	Perempuan	21	Purwokerto Selatan
4	Alda Dwi Agustiana	Perempuan	22	Purwokerto Utara
5	Cahyaning Tyas Sekarayu	Perempuan	21	Purwokerto Selatan
6	Tri Mukti Cahyati	Perempuan	22	Purwokerto Barat
7	Zam-zam	Laki-laki	17	Purwokerto Selatan
8	Ani	Perempuan	25	Purwokerto Selatan
9	Alina	Perempuan	17	Purwokerto Timur
10	Zelina	Perempuan	19	Purwokerto Barat
11	Zulfa	Perempuan	18	Purwokerto Timur
12	Fita	Perempuan	26	Purwokerto Utara
13	Tegar Latif	Laki-laki	19	Purwokerto Selatan
14	Septino Akbar Saputra	Laki-laki	17	Purwokerto Timur
15	Revan Aditya Pratama	Laki-laki	19	Purwokerto Barat
16	Restu Prayogi	Laki-laki	20	Purwokerto Barat
17	Candra Dwi Pratama	Laki-laki	22	Purwokerto Selatan
18	Indah Setianingsih	Perempuan	22	Purwokerto Timur
19	Hera	Perempuan	21	Purwokerto Utara
20	Alya Kholda	Perempuan	22	Purwokerto Utara
21	Nurul kholifah	Perempuan	19	Purwokerto Selatan
22	Fitria Choeratul Munawaroh	Perempuan	22	Purwokerto Utara
23	Farah Atha Kurnia	Perempuan	17	Purwokerto Selatan
24	Alifia	Perempuan	22	Purwokerto Selatan
25	Kasya	Perempuan	17	Purwokerto Selatan
26	Rizky	Laki-laki	18	Purwokerto Timur
27	Dini	Perempuan	19	Purwokerto Selatan
28	Fera cahyaningrum	Perempuan	26	Purwokerto Selatan
29	Kika Ramadhanti	Perempuan	21	Purwokerto Selatan
30	Syaban	Laki-laki	23	Purwokerto Barat
31	Mawar	Perempuan	21	Purwokerto Selatan
32	Tirta	Laki-laki	18	Purwokerto Selatan
33	Toni	Laki-laki	20	Purwokerto Timur
34	Wulan	Perempuan	20	Purwokerto Selatan
35	Vito	Perempuan	21	Purwokerto Barat
36	Nurul	Perempuan	18	Purwokerto Selatan
37	Ulfaira	Perempuan	17	Purwokerto Selatan
38	Aziz	Laki-laki	19	Purwokerto Selatan
39	Anisa	Perempuan	24	Purwokerto Barat
40	Dedi	Laki-laki	23	Purwokerto Selatan

41	Kiran	Perempuan	23	Purwokerto Utara
42	Gita	Perempuan	25	Purwokerto Utara
43	Rahmat	Laki-laki	24	Purwokerto Selatan
44	Anita	Perempuan	26	Purwokerto Barat
45	Diki	Laki-laki	18	Purwokerto Selatan
46	Imas Ayu Purnamasari	Perempuan	22	Purwokerto Selatan
47	Faris	Laki-laki	19	Purwokerto Selatan
48	Anzil Fahrudin Nisa	Perempuan	20	Purwokerto Selatan
49	Feri cahyaningrum	Perempuan	26	Purwokerto Selatan
50	Saiful Anam	Laki-laki	20	Purwokerto Selatan
51	Hasan Assyadhilly	Laki-laki	22	Purwokerto Selatan
52	Abro Rahmadi	Laki-laki	27	Purwokerto Barat
53	Dwi Nur Apriliani	Perempuan	21	Purwokerto Utara
54	Faradila Hanifah P	Perempuan	22	Purwokerto Barat
55	Muhammad Indra	Laki-laki	22	Purwokerto Barat
56	Cantika	Perempuan	19	Purwokerto Utara
57	Kayla	Perempuan	20	Purwokerto Selatan
58	Fila Cahyani	Perempuan	21	Purwokerto Selatan
59	Zahra	Perempuan	21	Purwokerto Timur
60	Raisa	Perempuan	22	Purwokerto Barat
61	Aqeela	Perempuan	20	Purwokerto Barat
62	Harry	Laki-laki	24	Purwokerto Utara
63	Jefan	Laki-laki	22	Purwokerto Selatan
64	Dava	Laki-laki	21	Purwokerto Timur
65	Aditya	Laki-laki	25	Purwokerto Barat
66	Fattah	Laki-laki	23	Purwokerto Utara
67	Devi	Perempuan	19	Purwokerto Selatan
68	Tuti	Perempuan	21	Purwokerto Utara
69	Elly	Perempuan	19	Purwokerto Selatan
70	Marsha	Perempuan	21	Purwokerto Utara
71	Aprilia	Perempuan	20	Purwokerto Selatan
72	Bambang	Laki-laki	23	Purwokerto Utara
73	Devi	Perempuan	21	Purwokerto Selatan
74	Safrian	Laki-laki	20	Purwokerto Utara
75	Laras	Perempuan	20	Purwokerto Selatan
76	Mohammad	Laki-laki	24	Purwokerto Utara
77	Fathurrizqi	Laki-laki	17	Purwokerto Timur
78	Anggris Triwahyu Muliasih	Perempuan	21	Purwokerto Utara
79	Sandrina	Perempuan	22	Purwokerto Utara
80	Isna	Perempuan	23	Purwokerto Utara
81	Sifa Nurul Alifah	Perempuan	22	Purwokerto Utara
82	Ani Azizah	Perempuan	21	Purwokerto Utara
83	Refi	Perempuan	18	Purwokerto Timur
84	Reina	Perempuan	19	Purwokerto Selatan

85	Ardiansyah	Laki-laki	20	Purwokerto Barat
86	Ozi	Laki-laki	21	Purwokerto Selatan
87	Asri Destiani	Perempuan	22	Purwokerto Utara
88	Shelma Laela Safitri	Perempuan	21	Purwokerto Selatan
89	Indah Mulia	Perempuan	22	Purwokerto Timur
90	Radit	Laki-laki	18	Purwokerto Utara
91	Sabrina	Perempuan	19	Purwokerto Selatan
92	Kyla	Perempuan	18	Purwokerto Utara
93	Yumna Cesari Okti	Perempuan	20	Purwokerto Utara
94	Muhammad Rifkiansyah	Laki-laki	20	Purwokerto Selatan
95	Luvedha Bena Hafizah	Perempuan	20	Purwokerto Selatan
96	Venan Ion	Laki-laki	23	Purwokerto Utara
97	Vania	Perempuan	22	Purwokerto Selatan
98	Kiara Monika	Perempuan	22	Purwokerto Utara
99	Arya	Laki-laki	22	Purwokerto Selatan
100	Saskia Putri	Perempuan	22	Purwokerto Selatan

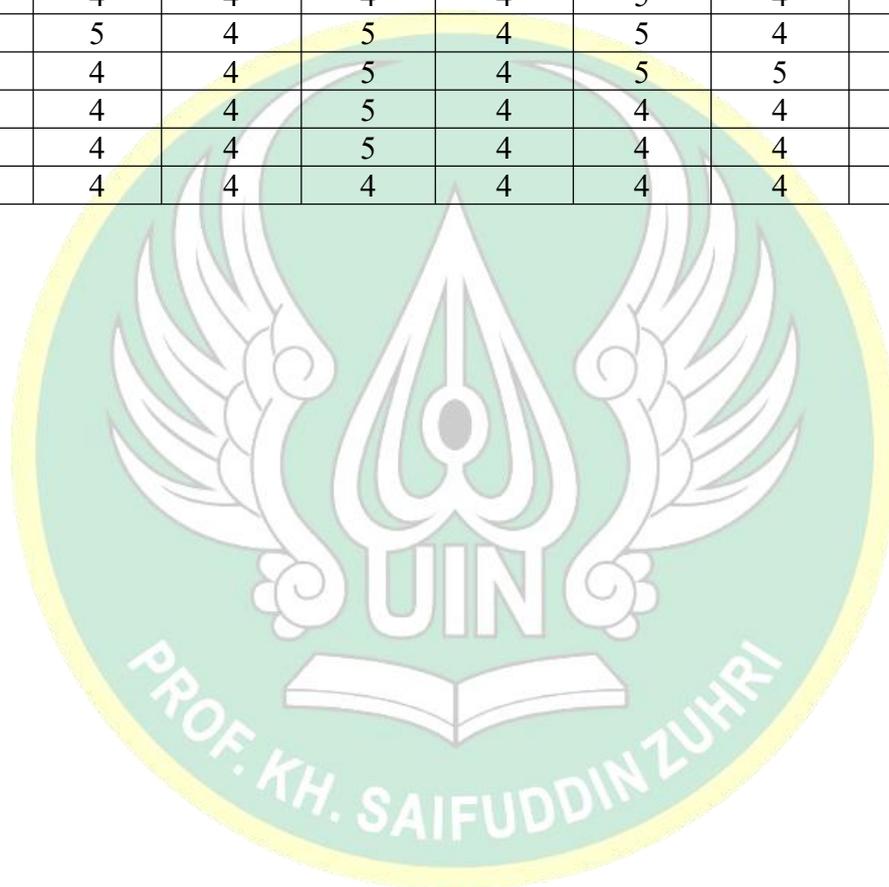


Lampiran 3.1 Tabulasi Data Gaya Hidup (X1)

No.	GAYA HIDUP (X1)						TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	5	5	4	5	4	5	28
2	4	4	4	4	5	5	26
3	5	4	5	4	5	5	28
4	5	4	4	5	5	5	28
5	4	5	5	4	5	5	28
6	3	3	3	3	3	3	18
7	5	5	4	5	4	4	27
8	4	4	5	4	5	4	26
9	4	5	5	4	4	4	26
10	5	5	4	5	4	4	27
11	4	5	5	4	4	4	26
12	4	5	4	5	4	5	27
13	4	5	4	5	4	5	27
14	4	4	5	5	4	4	26
15	4	4	5	4	5	5	27
16	4	4	4	5	5	5	27
17	4	4	5	5	5	4	27
18	5	4	5	5	5	5	29
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	5	5	5	4	5	28
21	5	5	5	5	5	5	30
22	4	4	4	4	5	5	26
23	1	2	3	3	3	2	14
24	4	5	4	5	4	5	27
25	4	4	5	5	4	5	27
26	4	5	4	4	4	4	25
27	4	5	5	5	4	4	27
28	5	4	4	4	5	5	27
29	5	4	4	4	5	5	27
30	4	5	4	4	5	5	27
31	4	4	4	5	5	5	27
32	5	4	4	5	4	4	26
33	4	4	5	4	4	4	25
34	4	5	5	5	4	5	28
35	4	4	5	4	4	4	25
36	5	5	4	5	5	4	28
37	4	4	5	4	4	4	25
38	5	5	5	4	4	5	28
39	4	5	4	4	5	4	26
40	5	4	4	4	4	5	26

41	4	4	5	4	4	4	25
42	4	4	5	4	4	5	26
43	4	4	5	5	4	4	26
44	4	4	4	5	5	4	26
45	5	4	4	5	4	4	26
46	4	4	5	4	4	4	25
47	5	4	4	5	4	5	27
48	4	4	5	5	5	5	28
49	4	5	5	5	5	4	28
50	5	4	4	4	4	5	26
51	5	4	5	4	5	4	27
52	5	4	3	3	4	4	23
53	1	3	4	3	5	5	21
54	4	4	4	3	4	4	23
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	5	4	4	4	4	25
57	4	4	4	5	4	4	25
58	5	5	5	4	4	4	27
59	4	4	4	5	4	4	25
60	4	4	5	4	4	4	25
61	4	4	5	4	5	5	27
62	5	5	4	4	5	4	27
63	5	4	4	5	4	4	26
64	4	4	5	4	4	5	26
65	5	4	4	5	4	3	25
66	5	4	4	4	5	4	26
67	5	5	5	4	5	5	29
68	4	5	5	4	4	5	27
69	5	5	4	4	4	4	26
70	4	5	3	5	5	4	26
71	4	5	4	5	5	4	27
72	5	4	4	5	3	5	26
73	4	5	5	4	5	5	28
74	4	5	4	4	5	4	26
75	4	5	4	5	5	4	27
76	4	4	3	4	4	5	24
77	5	5	5	5	5	5	30
78	5	4	4	4	4	5	26
79	5	4	5	4	5	5	28
80	4	4	4	3	4	4	23
81	5	5	5	4	4	4	27
82	5	4	4	4	4	4	25
83	5	5	4	4	4	4	26
84	4	5	4	5	4	4	26

85	5	4	4	5	4	4	26
86	4	4	5	4	5	5	27
87	5	4	5	4	5	4	27
88	4	4	4	4	4	4	24
89	5	5	5	5	5	5	30
90	4	4	5	5	5	4	27
91	4	4	4	5	4	4	25
92	4	5	4	4	4	4	25
93	4	4	4	5	4	4	25
94	4	4	5	4	4	5	26
95	4	4	4	4	5	4	25
96	5	4	5	4	5	4	27
97	4	4	5	4	5	5	27
98	4	4	5	4	4	4	25
99	4	4	5	4	4	4	25
100	4	4	4	4	4	4	24

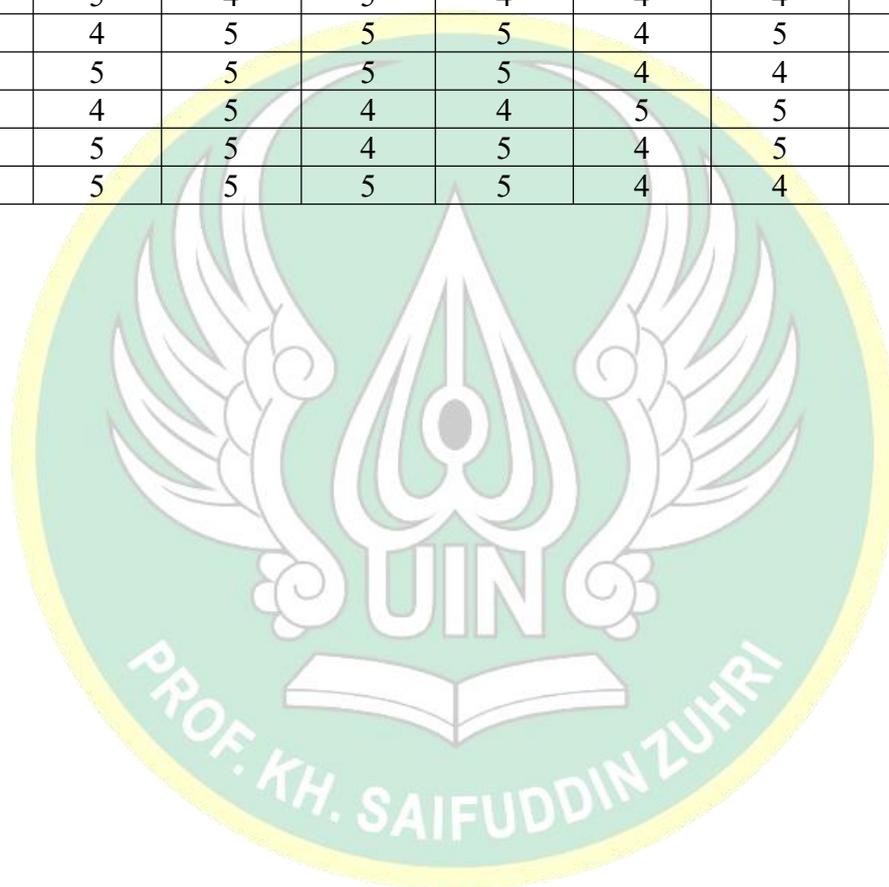


Lampiran 3.2 Tabulasi Data Kemudahan Bertransaksi (X2)

No.	KEMUDAHAN BERTRANSAKSI (X2)						TOTAL
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	5	4	5	5	5	4	28
2	5	5	4	5	5	4	28
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	4	4	28
6	3	3	3	3	3	3	18
7	4	4	5	4	5	5	27
8	4	4	5	4	5	5	27
9	4	4	5	4	4	4	25
10	4	4	5	5	4	4	26
11	5	4	4	4	5	4	26
12	4	5	4	5	5	4	27
13	4	5	4	4	5	4	26
14	4	4	5	5	4	5	27
15	4	5	4	4	5	4	26
16	4	4	4	5	5	5	27
17	4	5	4	5	4	5	27
18	5	5	5	4	5	5	29
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	4	4	4	5	5	27
21	5	5	5	5	5	5	30
22	4	5	4	5	4	5	27
23	2	3	3	1	2	2	13
24	4	5	4	5	4	5	27
25	5	4	4	5	4	4	26
26	5	4	4	4	5	4	26
27	5	5	5	4	5	4	28
28	5	5	5	5	5	5	30
29	4	5	4	4	4	4	25
30	4	4	4	5	4	4	25
31	5	5	5	4	4	4	27
32	4	4	5	4	5	4	26
33	4	5	4	4	4	4	25
34	5	5	5	5	4	4	28
35	5	4	5	4	4	5	27
36	4	4	5	5	4	5	27
37	4	5	4	4	4	4	25
38	4	5	5	5	4	4	27
39	5	4	4	5	4	4	26
40	4	4	4	5	5	5	27

41	5	4	5	4	4	4	26
42	4	5	4	5	4	4	26
43	5	5	4	5	4	5	28
44	4	4	4	5	5	4	26
45	5	4	4	5	5	4	27
46	5	5	5	5	5	5	30
47	4	5	5	5	4	4	27
48	5	5	5	5	5	5	30
49	5	5	5	5	5	5	30
50	5	5	5	4	5	5	29
51	5	4	5	4	5	4	27
52	3	4	4	4	3	3	21
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	4	4	4	4	4	24
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	4	4	4	4	5	25
57	4	4	5	4	4	4	25
58	4	4	5	5	4	4	26
59	4	4	5	4	4	4	25
60	4	4	5	4	4	4	25
61	4	4	5	4	5	4	26
62	4	5	4	4	5	4	26
63	5	4	4	5	4	4	26
64	4	5	4	5	5	4	27
65	4	4	5	4	5	4	26
66	4	5	4	5	4	5	27
67	4	5	5	4	4	4	26
68	5	5	5	4	4	4	27
69	5	5	4	4	5	4	27
70	4	3	5	4	5	5	26
71	5	4	5	5	4	4	27
72	4	5	4	5	4	4	26
73	4	5	5	4	4	5	27
74	5	4	4	4	5	4	26
75	4	5	4	5	4	5	27
76	5	4	4	5	4	4	26
77	5	5	5	4	5	5	29
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	5	5	5	4	5	28
80	4	4	4	4	4	4	24
81	5	4	5	4	5	4	27
82	5	5	4	4	5	4	27
83	5	4	4	4	4	5	26
84	5	4	4	5	4	4	26

85	4	4	4	4	5	5	26
86	5	4	4	4	5	4	26
87	4	5	4	5	4	5	27
88	5	5	5	5	5	5	30
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	4	4	5	4	5	26
91	5	5	5	4	5	5	29
92	5	4	5	4	5	4	27
93	5	4	4	4	4	5	26
94	4	5	4	4	4	5	26
95	5	4	5	4	4	4	26
96	4	5	5	5	4	5	28
97	5	5	5	5	4	4	28
98	4	5	4	4	5	5	27
99	5	5	4	5	4	5	28
100	5	5	5	5	4	4	28

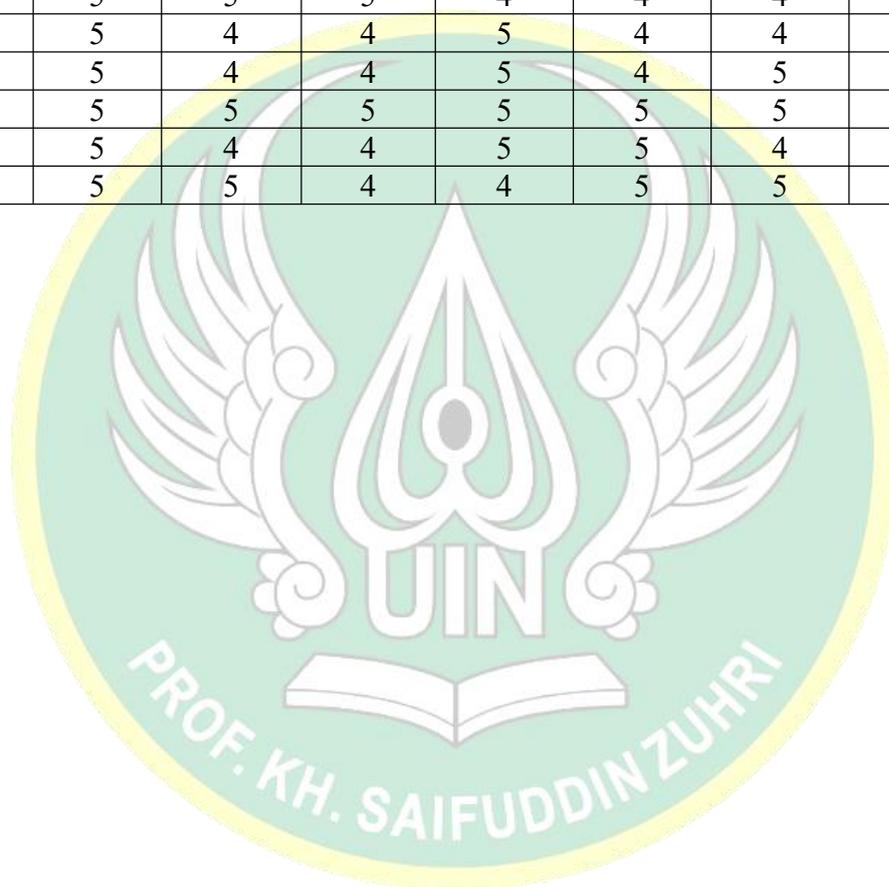


Lampiran 3.3 Tabulasi Data Persepsi Manfaat (X3)

No.	PERSEPSI MANFAAT (X3)						TOTAL
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
1	5	4	4	5	4	4	26
2	5	5	4	4	4	4	26
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	5	5	4	28
5	5	4	4	4	5	4	26
6	3	3	3	3	3	3	18
7	4	5	5	4	5	5	28
8	4	5	5	4	4	4	26
9	5	4	4	5	5	5	28
10	4	5	4	4	5	5	27
11	4	5	4	4	4	5	26
12	4	5	4	4	4	5	26
13	5	5	4	4	5	4	27
14	4	5	5	4	4	5	27
15	4	4	5	4	4	4	25
16	5	4	5	4	5	4	27
17	4	5	4	5	4	4	26
18	5	5	5	5	4	4	28
19	4	4	4	4	4	4	24
20	5	5	5	4	4	5	28
21	5	5	5	5	5	4	29
22	5	5	5	5	4	5	29
23	2	2	2	2	2	1	11
24	4	5	5	4	4	5	27
25	5	5	4	5	4	4	27
26	4	4	4	4	4	5	25
27	4	5	5	4	4	5	27
28	5	5	5	5	5	5	30
29	5	5	4	4	5	4	27
30	4	4	5	4	4	4	25
31	5	4	4	4	4	4	25
32	4	4	5	4	4	4	25
33	4	5	4	4	5	4	26
34	5	4	4	5	5	4	27
35	4	4	5	4	4	4	25
36	5	5	4	4	5	4	27
37	5	4	4	5	4	4	26
38	5	5	5	4	4	5	28
39	4	4	4	5	4	5	26
40	5	5	5	5	4	5	29

41	4	4	4	4	4	4	24
42	5	4	4	5	4	4	26
43	4	4	5	5	4	5	27
44	4	4	5	5	4	4	26
45	5	5	5	4	5	4	28
46	5	5	5	4	4	4	27
47	5	5	4	4	5	5	28
48	5	5	5	5	5	5	30
49	5	5	4	5	5	4	28
50	5	5	5	5	5	5	30
51	5	4	5	4	5	4	27
52	4	3	3	4	4	3	21
53	5	4	4	3	5	5	26
54	4	4	4	4	4	4	24
55	4	4	4	4	4	4	24
56	5	5	5	4	4	4	27
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	4	4	4	5	4	25
59	4	5	4	5	4	5	27
60	5	4	4	4	5	4	26
61	4	5	5	4	5	4	27
62	4	4	5	4	5	4	26
63	5	4	5	4	5	4	27
64	5	4	4	5	4	4	26
65	4	5	5	4	4	5	27
66	5	4	4	4	4	4	25
67	4	4	4	4	4	5	25
68	5	4	4	5	5	4	27
69	4	4	5	4	5	4	26
70	4	5	5	4	4	5	27
71	4	5	4	5	4	4	26
72	5	4	5	5	4	5	28
73	4	5	4	5	4	5	27
74	3	5	4	4	5	4	25
75	4	4	5	5	4	5	27
76	5	4	4	4	5	5	27
77	5	5	5	5	5	5	30
78	5	4	4	4	4	4	25
79	5	4	5	5	5	4	28
80	4	4	4	4	4	4	24
81	5	4	5	4	5	4	27
82	4	4	5	4	5	4	26
83	4	5	4	4	5	5	27
84	4	5	4	5	4	5	27

85	5	5	4	4	4	5	27
86	4	4	4	5	5	5	27
87	5	4	5	4	5	4	27
88	4	4	4	4	4	4	24
89	5	4	5	4	5	4	27
90	4	4	5	5	4	4	26
91	4	5	4	4	5	4	26
92	5	4	5	4	5	4	27
93	5	5	5	4	5	5	29
94	4	4	4	5	4	5	26
95	5	5	5	4	4	4	27
96	5	4	4	5	4	4	26
97	5	4	4	5	4	5	27
98	5	5	5	5	5	5	30
99	5	4	4	5	5	4	27
100	5	5	4	4	5	5	28

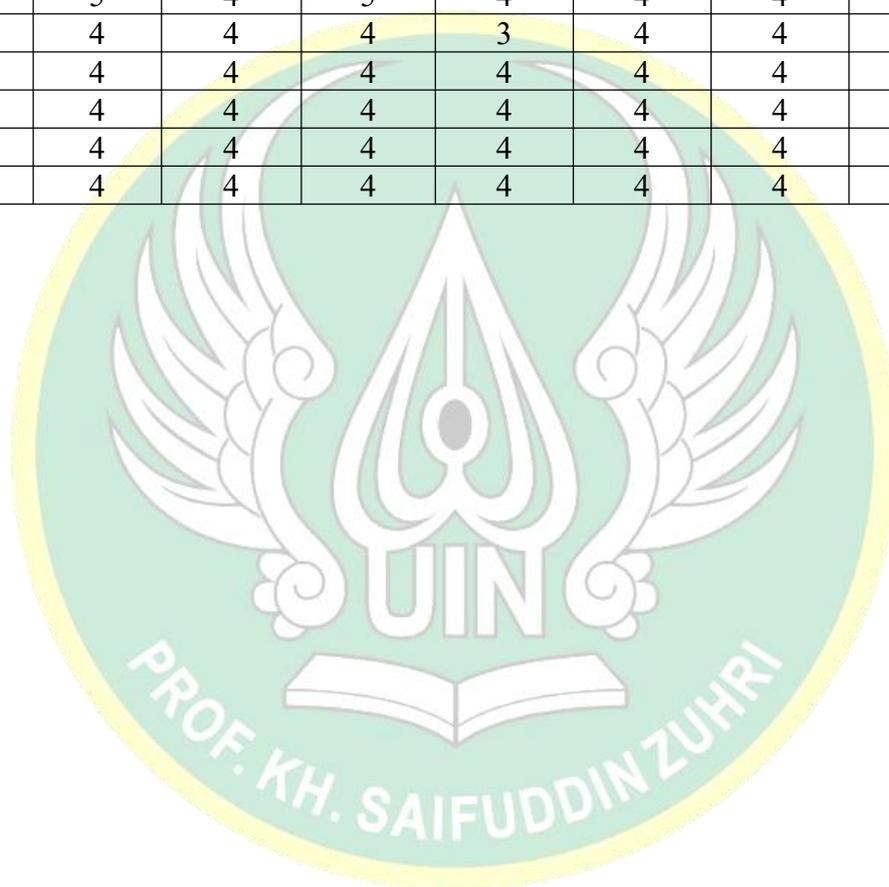


Lampiran 3.4 Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y)

No.	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)						TOTAL
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	5	5	4	4	5	4	27
2	4	4	5	4	5	4	26
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	4	5	29
5	4	4	4	4	5	4	25
6	3	3	3	3	3	3	18
7	5	4	5	5	4	5	28
8	4	5	4	4	5	5	27
9	4	4	5	5	5	5	28
10	4	4	4	5	5	5	27
11	5	5	4	4	5	5	28
12	4	4	5	5	5	5	28
13	5	4	4	5	5	4	27
14	4	4	5	5	4	4	26
15	5	4	4	5	4	4	26
16	4	4	4	5	5	5	27
17	5	4	5	4	5	4	27
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	4	4	4	4	24
20	3	5	4	4	4	4	24
21	5	5	5	5	5	5	30
22	4	4	4	4	5	4	25
23	3	2	2	2	3	2	14
24	4	5	5	4	4	5	27
25	4	4	4	5	4	5	26
26	4	4	5	4	5	4	26
27	4	5	4	4	5	5	27
28	5	5	4	4	5	4	27
29	4	5	5	5	5	5	29
30	5	5	4	4	4	5	27
31	5	5	5	5	4	5	29
32	4	5	4	5	4	4	26
33	4	4	4	5	4	4	25
34	5	5	4	4	5	4	27
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	5	4	5	5	5	28
37	4	4	5	5	4	4	26
38	4	4	4	5	5	5	27
39	4	4	5	4	4	5	26
40	4	4	5	5	5	4	27

41	5	4	4	5	4	4	26
42	4	4	5	4	4	4	25
43	5	4	5	5	4	5	28
44	4	5	4	4	4	5	26
45	4	5	4	5	5	5	28
46	4	4	4	4	4	4	24
47	4	4	4	5	5	5	27
48	5	5	5	5	5	5	30
49	4	4	5	5	5	4	27
50	5	4	4	4	4	4	25
51	5	4	5	4	5	4	27
52	3	4	4	4	3	3	21
53	4	4	3	3	5	4	23
54	4	4	4	4	4	4	24
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	5	4	4	4	5	26
57	5	4	4	5	4	4	26
58	4	5	4	4	5	4	26
59	4	4	5	5	5	5	28
60	4	5	4	5	4	4	26
61	4	4	5	4	4	5	26
62	4	5	4	4	4	5	26
63	5	4	4	5	4	4	26
64	4	5	4	4	5	4	26
65	4	5	4	4	5	4	26
66	5	5	5	4	4	4	27
67	5	4	4	5	5	5	28
68	5	4	5	4	5	4	27
69	4	4	5	5	5	4	27
70	5	4	4	5	5	5	28
71	4	4	4	4	5	4	25
72	4	5	4	4	4	5	26
73	4	4	5	4	5	4	26
74	5	4	4	4	5	5	27
75	4	4	4	5	5	4	26
76	4	5	4	5	4	4	26
77	5	5	5	5	5	5	30
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	5	4	5	4	5	27
80	4	4	4	4	4	4	24
81	5	4	5	4	5	4	27
82	4	4	4	4	5	4	25
83	5	4	5	4	4	4	26
84	4	5	4	5	4	4	26

85	4	4	4	4	4	4	24
86	4	4	4	5	5	5	27
87	4	4	4	4	4	4	24
88	5	5	5	5	5	5	30
89	4	5	4	4	5	4	26
90	5	5	4	4	5	5	28
91	4	4	4	4	4	5	25
92	4	4	4	4	4	4	24
93	5	4	4	4	5	4	26
94	4	4	5	4	4	5	26
95	5	4	5	4	4	4	26
96	4	4	4	3	4	4	23
97	4	4	4	4	4	4	24
98	4	4	4	4	4	4	24
99	4	4	4	4	4	4	24
100	4	4	4	4	4	4	24



Lampiran 4.1 Output Tabel Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	34	34.0	34.0	34.0
	Perempuan	66	66.0	66.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-22 Tahun	81	81.0	81.0	81.0
	23-27 Tahun	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Alamat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Purwokerto Utara	28	28.0	28.0	28.0
	Purwokerto Selatan	46	46.0	46.0	74.0
	Purwokerto Timur	11	11.0	11.0	85.0
	Purwokerto Barat	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 5.1 Uji Validitas Gaya Hidup (X1)

		Correlations						Total Gaya Hidup
		Gaya Hidup 1	Gaya Hidup 2	Gaya Hidup 3	Gaya Hidup 4	Gaya Hidup 5	Gaya Hidup 6	
Gaya Hidup 1	Pearson Correlation	1	.383**	.118	.303**	.143	.235**	.648**
	Sig. (1-tailed)		<.001	.121	.001	.078	.009	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Gaya Hidup 2	Pearson Correlation	.383**	1	.169*	.336**	.169*	.220*	.639**
	Sig. (1-tailed)	<.001		.047	<.001	.046	.014	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Gaya Hidup 3	Pearson Correlation	.118	.169*	1	.080	.241**	.285**	.524**
	Sig. (1-tailed)	.121	.047		.213	.008	.002	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Gaya Hidup 4	Pearson Correlation	.303**	.336**	.080	1	.108	.160	.563**
	Sig. (1-tailed)	.001	<.001	.213		.143	.056	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Gaya Hidup 5	Pearson Correlation	.143	.169*	.241**	.108	1	.362**	.547**
	Sig. (1-tailed)	.078	.046	.008	.143		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Gaya Hidup 6	Pearson Correlation	.235**	.220*	.285**	.160	.362**	1	.629**
	Sig. (1-tailed)	.009	.014	.002	.056	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total Gaya Hidup	Pearson Correlation	.648**	.639**	.524**	.563**	.547**	.629**	1
	Sig. (1-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Lampiran 5.2 Uji Validitas Kemudahan Bertransaksi (X2)

		Correlations						Total Kemudahan Bertransaksi
		Kemudahan Bertransaksi 1	Kemudahan Bertransaksi 2	Kemudahan Bertransaksi 3	Kemudahan Bertransaksi 4	Kemudahan Bertransaksi 5	Kemudahan Bertransaksi 6	
Kemudahan Bertransaksi 1	Pearson Correlation	1	.269**	.373**	.358**	.490**	.298**	.708**
	Sig. (1-tailed)		.003	<.001	<.001	<.001	.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Kemudahan Bertransaksi 2	Pearson Correlation	.269**	1	.198*	.414**	.222*	.362**	.620**
	Sig. (1-tailed)	.003		.024	<.001	.013	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Kemudahan Bertransaksi 3	Pearson Correlation	.373**	.198*	1	.219*	.293**	.277**	.584**
	Sig. (1-tailed)	<.001	.024		.014	.002	.003	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Kemudahan Bertransaksi 4	Pearson Correlation	.358**	.414**	.219*	1	.204*	.438**	.679**
	Sig. (1-tailed)	<.001	<.001	.014		.021	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Kemudahan Bertransaksi 5	Pearson Correlation	.490**	.222*	.293**	.204*	1	.392**	.659**
	Sig. (1-tailed)	<.001	.013	.002	.021		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Kemudahan Bertransaksi 6	Pearson Correlation	.298**	.362**	.277**	.438**	.392**	1	.702**
	Sig. (1-tailed)	.001	<.001	.003	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total Kemudahan Bertransaksi	Pearson Correlation	.708**	.620**	.584**	.679**	.659**	.702**	1
	Sig. (1-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Lampiran 5.3 Uji Validitas Persepsi Manfaat (X3)

		Correlations						Total Persepsi Manfaat
		Persepsi Manfaat 1	Persepsi Manfaat 2	Persepsi Manfaat 3	Persepsi Manfaat 4	Persepsi Manfaat 5	Persepsi Manfaat 6	
Persepsi Manfaat 1	Pearson Correlation	1	.272**	.329**	.383**	.474**	.255**	.677**
	Sig. (1-tailed)		.003	<.001	<.001	<.001	.005	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Persepsi Manfaat 2	Pearson Correlation	.272**	1	.389**	.245**	.294**	.570**	.697**
	Sig. (1-tailed)	.003		<.001	.007	.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Persepsi Manfaat 3	Pearson Correlation	.329**	.389**	1	.245**	.324**	.378**	.668**
	Sig. (1-tailed)	<.001	<.001		.007	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Persepsi Manfaat 4	Pearson Correlation	.383**	.245**	.245**	1	.170*	.392**	.605**
	Sig. (1-tailed)	<.001	.007	.007		.045	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Persepsi Manfaat 5	Pearson Correlation	.474**	.294**	.324**	.170*	1	.258**	.625**
	Sig. (1-tailed)	<.001	.001	<.001	.045		.005	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Persepsi Manfaat 6	Pearson Correlation	.255**	.570**	.378**	.392**	.258**	1	.722**
	Sig. (1-tailed)	.005	<.001	<.001	<.001	.005		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total Persepsi Manfaat	Pearson Correlation	.677**	.697**	.668**	.605**	.625**	.722**	1
	Sig. (1-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Lampiran 6.1 Uji Reliabilitas

Gaya Hidup (X1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.629	.630	6

Kemudahan Bertransaksi (X2)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.740	.739	6

Persepsi Manfaat (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.750	.749	6

Lampiran 7.1 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.38897033	
Most Extreme Differences	Absolute	.064	
	Positive	.053	
	Negative	-.064	
Test Statistic		.064	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.390	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.377
		Upper Bound	.402

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Lampiran 8.1 Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Total Gaya Hidup	.445	2.245
	Total Kemudahan Bertransaksi	.402	2.485
	Total Persepsi Manfaat	.311	3.216

a. Dependent Variable: Total Keputusan Pembelian

Lampiran 9.1 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.269	1.208		-.223	.824
	Total Gaya Hidup	-.017	.065	-.039	-.260	.796
	Total Kemudahan Bertransaksi	.121	.062	.307	1.947	.054
	Total Persepsi Manfaat	-.056	.069	-.145	-.807	.422

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 10.1 Uji Linearitas

Gaya Hidup - Keputusan Pembelian

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total Keputusan Pembelian * Total Gaya Hidup	Between Groups	(Combined)	321.579	10	32.158	15.337	<.001
		Linearity	297.076	1	297.076	141.683	<.001
		Deviation from Linearity	24.503	9	2.723	1.298	.249
	Within Groups	186.611	89	2.097			
Total			508.190	99			

Kemudahan Bertransaksi - Keputusan Pembelian

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total Keputusan Pembelian * Total Kemudahan Bertransaksi	Between Groups	(Combined)	286.730	9	31.859	12.947	<.001
		Linearity	201.934	1	201.934	82.065	<.001
		Deviation from Linearity	84.797	8	10.600	4.308	<.001
	Within Groups	221.460	90	2.461			
Total			508.190	99			

Persepsi Manfaat - Keputusan Pembelian

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total Keputusan Pembelian * Total Persepsi Manfaat	Between Groups	(Combined)	273.237	9	30.360	11.629	<.001
		Linearity	230.751	1	230.751	88.390	<.001
		Deviation from Linearity	42.486	8	5.311	2.034	.051
	Within Groups	234.953	90	2.611			
Total			508.190	99			

Lampiran 11.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.561	1.888		1.357	.178
	Total Gaya Hidup	.599	.101	.557	5.944	<.001
	Total Kemudahan Bertransaksi	.174	.097	.177	1.792	.076
	Total Persepsi Manfaat	.124	.108	.129	1.146	.255

a. Dependent Variable: Total Keputusan Pembelian

Lampiran 11.2 Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.561	1.888		1.357	.178
	Total Gaya Hidup	.599	.101	.557	5.944	<.001
	Total Kemudahan Bertransaksi	.174	.097	.177	1.792	.076
	Total Persepsi Manfaat	.124	.108	.129	1.146	.255

a. Dependent Variable: Total Keputusan Pembelian

Lampiran 11.3 Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	317.195	3	105.732	53.144	<.001 ^b
	Residual	190.995	96	1.990		
	Total	508.190	99			

a. Dependent Variable: Total Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Total Persepsi Manfaat, Total Gaya Hidup, Total Kemudahan Bertransaksi

Lampiran 12.1 Uji R²_{Adj} (Koefisien Determinasi)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 ^a	.624	.612	1.411

a. Predictors: (Constant), Total Persepsi Manfaat, Total Gaya Hidup, Total Kemudahan Bertransaksi

Lampiran 13.1 Input Data ke SPSS

	GH1.1	GH1.2	GH1.3	GH1.4	GH1.5	GH1.6	TOTALG	KB1.1	KB1.2	KB1.3	KB1.4	KB1.5	KB1.6	TOTALKB	PM1.1	PM1.2	PM1.3	PM1.4
1	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	28	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	28	5.00	4.00	4.00	
2	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	28	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	28	5.00	5.00	5.00	4.00	
3	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	28	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30	5.00	5.00	5.00	
4	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	28	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30	5.00	4.00	5.00	
5	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	28	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	28	5.00	4.00	4.00	
6	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	18	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	18	3.00	3.00	3.00	
7	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	27	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	27	4.00	5.00	5.00	
8	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	26	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	27	4.00	5.00	5.00	
9	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	26	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	26	5.00	4.00	4.00	
10	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	27	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	26	4.00	5.00	4.00	
11	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	26	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	26	4.00	5.00	4.00	
12	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	27	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	27	4.00	5.00	4.00	
13	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	27	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	26	5.00	5.00	4.00	
14	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	26	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	27	4.00	5.00	5.00	
15	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	27	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	26	4.00	4.00	5.00	
16	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	27	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	27	5.00	4.00	5.00	
17	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	27	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	27	4.00	5.00	4.00	
18	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	29	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	29	5.00	5.00	5.00	
19	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30	4.00	4.00	4.00	
20	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	28	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	27	5.00	5.00	5.00	
21	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30	5.00	5.00	5.00	
22	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	26	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	27	5.00	5.00	5.00	
23	1.00	2.00	3.00	3.00	3.00	2.00	14	2.00	3.00	3.00	1.00	2.00	2.00	13	2.00	2.00	2.00	
24	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	27	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	27	4.00	5.00	5.00	
25	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	27	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	26	5.00	5.00	4.00	
26	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	25	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	26	4.00	4.00	4.00	



	PM1.4	PM1.5	PM1.6	TOTALP	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	TOTALKP	RES_1	RES_2	RES_3	ABS_RES	var
1	5.00	4.00	4.00	26	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	27	-43772	-43772	-43772	44	
2	4.00	4.00	4.00	26	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	26	-23892	-23892	-23892	24	
3	5.00	5.00	5.00	30	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30	1.71937	1.71937	1.71937	1.72	
4	5.00	5.00	4.00	28	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	29	96651	96651	96651	97	
5	4.00	5.00	4.00	26	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	25	-2.43772	-2.43772	-2.43772	2.44	
6	3.00	3.00	3.00	18	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	18	-71198	-71198	-71198	71	
7	4.00	5.00	5.00	28	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	28	1.08886	1.08886	1.08886	1.09	
8	4.00	4.00	4.00	26	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	27	93540	93540	93540	94	
9	5.00	5.00	5.00	28	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	28	2.03690	2.03690	2.03690	2.04	
10	4.00	5.00	5.00	27	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	27	38675	38675	38675	39	
11	4.00	4.00	5.00	26	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	28	2.10972	2.10972	2.10972	2.11	
12	4.00	4.00	5.00	26	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	28	1.33600	1.33600	1.33600	1.34	
13	4.00	5.00	4.00	27	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	27	38675	38675	38675	39	
14	4.00	4.00	5.00	27	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	26	-18817	-18817	-18817	19	
15	4.00	4.00	4.00	25	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	26	-36612	-36612	-36612	37	
16	4.00	5.00	4.00	27	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	27	21243	21243	21243	21	
17	5.00	4.00	4.00	26	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	27	33600	33600	33600	34	
18	5.00	4.00	4.00	28	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30	1.54142	1.54142	1.54142	1.54	
19	4.00	4.00	4.00	24	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24	-1.14161	-1.14161	-1.14161	1.14	
20	4.00	4.00	5.00	28	3.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24	-3.51054	-3.51054	-3.51054	3.51	
21	5.00	5.00	4.00	29	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30	64414	64414	64414	64	
22	5.00	4.00	5.00	29	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	25	-1.43530	-1.43530	-1.43530	1.44	
23	2.00	2.00	1.00	11	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	14	-57781	-57781	-57781	58	
24	4.00	4.00	5.00	27	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	27	21243	21243	21243	21	
25	5.00	4.00	4.00	27	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	26	-61325	-61325	-61325	61	
26	4.00	4.00	5.00	25	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	26	83269	83269	83269	83	



DATA UI PENELITIAN NANDA,uv (DataSet1) - IBM SPSS Statistics Data Editor

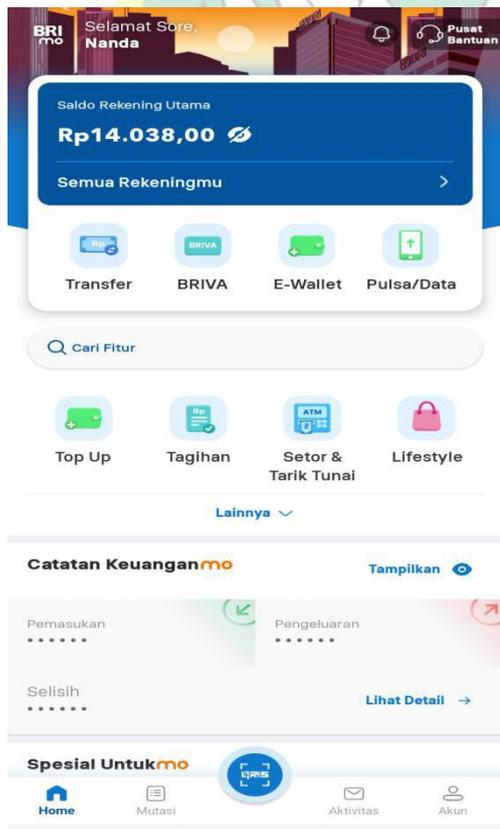
Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure	Role
1 GH1.1	Numeric	8	2	Gaya Hidup 1	None	None	8	Right	Ordinal	Input
2 GH1.2	Numeric	8	2	Gaya Hidup 2	None	None	8	Right	Ordinal	Input
3 GH1.3	Numeric	8	2	Gaya Hidup 3	None	None	8	Right	Ordinal	Input
4 GH1.4	Numeric	8	2	Gaya Hidup 4	None	None	8	Right	Ordinal	Input
5 GH1.5	Numeric	8	2	Gaya Hidup 5	None	None	8	Right	Ordinal	Input
6 GH1.6	Numeric	8	2	Gaya Hidup 6	None	None	8	Right	Ordinal	Input
7 TOTALGH	Numeric	8	0	Total Gaya Hidup	None	None	8	Right	Scale	Input
8 KB1.1	Numeric	8	2	Kemudahan Be...	None	None	8	Right	Ordinal	Input
9 KB1.2	Numeric	8	2	Kemudahan Be...	None	None	8	Right	Ordinal	Input
10 KB1.3	Numeric	8	2	Kemudahan Be...	None	None	8	Right	Ordinal	Input
11 KB1.4	Numeric	8	2	Kemudahan Be...	None	None	8	Right	Ordinal	Input
12 KB1.5	Numeric	8	2	Kemudahan Be...	None	None	8	Right	Ordinal	Input
13 KB1.6	Numeric	8	2	Kemudahan Be...	None	None	8	Right	Ordinal	Input
14 TOTALKB	Numeric	8	0	Total Kemudah...	None	None	8	Right	Scale	Input
15 PM1.1	Numeric	8	2	Persepsi Marfa...	None	None	8	Right	Ordinal	Input
16 PM1.2	Numeric	8	2	Persepsi Marfa...	None	None	8	Right	Ordinal	Input
17 PM1.3	Numeric	8	2	Persepsi Marfa...	None	None	8	Right	Ordinal	Input
18 PM1.4	Numeric	8	2	Persepsi Marfa...	None	None	8	Right	Ordinal	Input
19 PM1.5	Numeric	8	2	Persepsi Marfa...	None	None	8	Right	Ordinal	Input
20 PM1.6	Numeric	8	2	Persepsi Marfa...	None	None	8	Right	Ordinal	Input
21 TOTALPM	Numeric	8	0	Total Persepsi...	None	None	8	Right	Scale	Input
22 KP1	Numeric	8	2	Keputusan Pa...	None	None	8	Right	Ordinal	Input
23 KP2	Numeric	8	2	Keputusan Pa...	None	None	8	Right	Ordinal	Input
24 KP3	Numeric	8	2	Keputusan Pe...	None	None	8	Right	Ordinal	Input
25 KP4	Numeric	8	2	Keputusan Pe...	None	None	8	Right	Ordinal	Input
26 KP5	Numeric	8	2	Keputusan Pe...	None	None	8	Right	Ordinal	Input
27 KP6	Numeric	8	2	Keputusan Pe...	None	None	8	Right	Ordinal	Input
28 TOTALKP	Numeric	8	0	Total Keputusa...	None	None	8	Right	Scale	Input
29 RES 1	Numeric	11	5	Unstandardized	None	None	13	Right	Scale	Input

Data View Variable View

IBM SPSS Statistics Processor is ready Unicode ON

Type here to search 7:51 PM 5/30/2023

Lampiran 14.1 Tata Cara Penggunaan QRIS



1. Buka semua aplikasi dompet digital lalu buka pada logo *QRIS*

2. Lalu, scan Kode *QR* yang di sediakan oleh *merchant*

Scan QRIS

Penerima
 LP L PRINT Digital Printing
 334366624
 Nama Acquirer - DANA

Nominal Pembayaran
 Rp 0
 Minimal Pembayaran Rp1

Sumber Dana
 NN 0077 0115 8717 506
 Rp14.038,00

Transaksi Berhasil

Tanggal 09 Feb 2025 | 16:28:47 WIB
 Nomor Referensi 799521046098

Sumber Dana NANDA NURAINI
 0077 **** * 506

Jenis Transaksi Pembelian QRIS
 Nama Merchant Said Arabia Kebab
 Lokasi Merchant Banjarnegara

[Lihat Detail Transaksi](#)

Nominal	Rp15.000
Nominal Tip	Rp0
Biaya Admin	Rp0
Total	Rp15.000

Bagikan

OK

3. Lalu, masukkan nominal sesuai dengan jumlah pembelian kita di *merchant* tersebut dan klik "OK"

4. Maka, akan muncul struk bukti pembelian kita

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**A. Identitas Diri**

1. Nama Lengkap : Nanda Nuraini
2. NIM : 214110202266
3. Tempat, tanggal lahir : Banyumas, 8 Januari 2003
4. Alamat Rumah : Desa Kedungrandu, rt 01/01, Kec. Patikaja,
Kab. Banyumas
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Ruswanto
Nama Ibu : Supriyati

B. Riwayat Pendidikan

- TK : TK Aisyiyah Kedungrandu (2009)
- SD, Tahun Lulus : SD Negeri 1 Kedungrandu (2015)
- SMP/Mts, Tahun Lulus : SMP Negeri 1 Patikraja (2018)
- SMA/MA, Tahun Lulus : SMA Negeri 1 Patikraja (2021)
- S1, Tahun Masuk : Universitas Islam Negeri Prof. K.H.
Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2021

Purwokerto, 5 Juni 2025

Saya Yang Menyatakan,



Nanda Nuraini

NIM. 214110202266