

PENGARUH FINANCIAL LITERACY, LIFESTYLE , DAN SOCIAL INFLUENCE TERHADAP MINAT PENGGUNAAN QRIS PADA GENERASI X DI KOTA DENPASAR

Komang Sri Widiantari¹
Universitas Pendidikan Nasional
widiantari@undiknas.ac.id¹

Ni Putu Desya Arimasrani Putri Pramesti²
Universitas Pendidikan Nasional
Desyaputri45@gmail.com²

Revisions Required 2024-05-31 | Revisions Required 2024-06-22 | Accept Submission 2024-07-04

Currently, Financial Technology (Fintech) is developing rapidly and changing people's lifestyles in terms of payments. Payment using QRIS is one form of fintech progress, but in generation x payments using QRIS are still relatively low. This research aims to determine the influence of financial literacy, lifestyle and social influence on interest in using QRIS among generation x in the city of Denpasar. The theory used in this research is the Theory of Planned Behavior (TPB). The population in this study is generation x who uses QRIS, but the exact population numbers are unknown. With a sample size of 65 respondents determined using the hair formula. The data collection technique uses a questionnaire via Google Form. The type of data is quantitative with data analysis using multiple linear regression using the SPSS program. The results of this research are that financial literacy has a significant positive effect on interest in using QRIS, lifestyle has a significant positive effect on interest in using QRIS, social influence has a significant positive effect on interest in using QRIS.

Keywords: Financial Literacy, Lifestyle, Social Influence, Interest in Using QRIS

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi sekarang teknologi berkembang cepat sekali terlebih di bidang teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi yang semakin maju memberikan ruang baru dalam bidang ekonomi untuk mengikuti segala bentuk tuntutan globalisasi, seperti adanya *Financial Technology (Fintech)* yang ialah hasil dari perkembangan teknologi di bidang ekonomi. *Fintech* dapat mengubah gaya hidup masyarakat yang kini

menjadi serba cepat dan praktis, karena paradigma teknologi finansial dalam pembangunan ekonomi telah mengarahkan ekonomi ke arah modernitas, efektivitas, dan efisiensi. Cara konsumen melakukan dan menerima pembayaran adalah salah satu area di mana *fintech* memiliki pengaruh terhadap pergeseran kebiasaan konsumen. Istilah "masyarakat tanpa uang tunai" atau "*Cashless society*" digunakan untuk menggambarkan pergeseran cara orang melakukan pembelian.

Cashless society ialah situasi di mana orang bertransaksi tanpa uang tunai tetapi menggunakan *electronic money (e-money)* atau kartu seperti ATM dan kartu kredit (Zidan, 2023). Uang elektronik (*e-money*) telah digantikan oleh layanan yang lebih baru dalam bentuk dompet digital (*e-wallet*). Dengan menggunakan dompet digital ini, pelanggan dapat menyimpan sejumlah uang yang telah ditentukan dalam aplikasi seluler yang aman (Saputri, 2020). Ada beberapa aplikasi dompet digital di Indonesia yakni GoPay, Dana, OVO, LinkAja, ShopeePay. Banyaknya QR code yang dikeluarkan oleh aplikasi *e-wallet* mengharuskan merchant untuk menyediakan berbagai jenis kode QR yang sesuai dengan banyaknya aplikasi *e-wallet* yang ada, sehingga setiap aplikasi dapat memindainya. Ini juga membuat konsumen perlu mengunduh berbagai macam aplikasi untuk membayar secara digital yang dianggap tidak efisien.

Pada 17 Agustus 2019 Bank Indonesia menjawab kendala tersebut dengan peluncuran standar *Quick Response (QR) Code* guna membayar lewat aplikasi uang elektronik berbasis server, *e-wallet* atau aplikasi *mobile banking* bernama *QR Code Indonesian Standard (QRIS)*, bertepatan dengan perayaan 74 tahun Indonesia merdeka. QRIS telah disusun oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) (Bank Indonesia, n.d.). QRIS bisa dipakai lewat aplikasi uang elektronik atau *mobile banking*. Sebelumnya, pedagang perlu memiliki banyak QR code untuk berbagai aplikasi pembayaran digital, tetapi sekarang mereka hanya perlu satu QR code, yaitu QRIS. Berdasar data (Badan Pusat

Statistik, 2023) Dari hasil pengumpulan data Survei 2021, 62,10% penduduk Indonesia sudah memakai internet pada tahun 2021. Tingginya pemakaian internet ini menggambarkan iklim keterbukaan informasi dan penerimaan masyarakat pada inovasi dan perubahan teknologi menuju masyarakat informasi. Bali memiliki 9 kabupaten/kota yang di antaranya Jembrana, Tabanan, Badung, Gianyar, Kelungkung, Bangli, Karangasem, Buleleng, Denpasar. Dari 9 kabupaten/kota tersebut Denpasar merupakan pengguna internet terbanyak yang memiliki persentase 84,51% (Badan Pusat Statistik, 2023).

Berdasarkan data persentase penggunaan internet di Denpasar tersebut, dapat dikatakan bahwa internet merupakan bagian dari kehidupan tiap generasi yang berada di kota Denpasar. Menurut [4], Terdapat 6 kelompok generasi diantaranya yaitu :

Tabel 1. Pengelompokan Generasi

Tahun Lahir	Nama Generasi
Sebelum 1945	Pre-Boomer
1946-1964	Baby Boomer
1965-1980	Generasi X
1981-1996	Generasi Milenial
1997-2012	Generasi Z
2013 dst	Post Generasi Z

Sumber : Badan Pusat Statistik (2020)

Berpedoman pada tabel 1. generasi X ialah generasi yang lahir di rentang 1965-1980 yang pada tahun 2023 ini kisaran usia 43-58 tahun. Mereka memiliki pengalaman dalam berinteraksi dengan teknologi dan memiliki kemampuan belajar yang cepat (Arafa, 2021). Generasi ini mengalami proses adaptasi dari era teknologi analog menuju

dunia digital dan generasi x terus mengembangkan pemahaman tentang bagaimana teknologi telah merubah kehidupan mereka (Munawwaroh, 2021). Perubahan perilaku mereka dalam menggunakan teknologi terus berlangsung secara evolusioner, mereka terus memperoleh keterampilan dalam memanfaatkan teknologi sebagai alat bantu dalam mempermudah aktivitas kesehariannya. Kemajuan teknologi seperti ini bisa membuat generasi x dipertanyakan tentang mampu atau tidaknya beradaptasi dalam keterbaruan seperti saat ini. Jika generasi x dapat beradaptasi dengan cepat maka generasi tersebut berpotensi meningkatkan penggunaan QRIS di masyarakat dan menumbuhkan kesadaran *cashless society* di kalangannya, termasuk masyarakat Kota Denpasar.

Saat ini Jumlah penduduk di Kota Denpasar mencapai 653.136 jiwa dan 162.655 merupakan generasi X (Pusat Data Kota Denpasar, 2022). Terlahir dan tumbuh dewasa sebelum era digitalisasi muncul bukan berarti generasi x di Kota Denpasar tidak dapat beradaptasi di era digital saat ini [8]. Generasi ini mengalami proses adaptasi dari era teknologi analog menuju dunia digital dan generasi X terus mengembangkan pemahaman tentang bagaimana teknologi telah merubah kehidupan mereka (Munawwaroh, 2021) Akibat perkembangan teknologi yang pesat serta mudahnya penggunaan QRIS dikhawatirkan masyarakat menjadi berperilaku konsumtif sehingga dibutuhkan pengetahuan tentang *financial literacy*. Pada penelitian yang dilakukan (Wahyu Tri Utami & Tri Ratna Pamikatsih, 2023) menyatakan bahwa *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap per-

ilaku konsumtif pengguna layanan Gopay, sedangkan menurut penelitian dari (Aliyyah et al., 2021) bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*.

Minat menggunakan QRIS secara berkala sebagai pilihan dalam melakukan transaksi non-tunai bisa disebut juga dengan *lifestyle* dalam pembayaran. Penelitian yang dilakukan oleh (Uyun, 2022) menyatakan bahwa *lifestyle* tidak berpengaruh terhadap keputusan generasi milenial dalam menggunakan mobile banking, sedangkan penelitian (Wahyu Tri Utami & Tri Ratna Pamikatsih, 2023) menyatakan *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna layanan Gopay.

Selain *lifestyle*, *social influence* juga dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan pembayaran non tunai berupa QRIS. Dampak lingkungan sosial pada individu disebut sebagai pengaruh sosial. Hasil penelitian (Endrica, 2021) mengungkapkan *social influence* berpengaruh positif terhadap penggunaan e-wallet. Pada penelitian yang dilakukan ((Lovelock dan Wirtz, 2021) menyatakan *social influence* tidak berpengaruh pada penggunaan mobile payment.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terkait pemahaman masyarakat mengenai pentingnya *financial literacy, lifestyle, social influence* sehingga dapat secara bijaksana melakukan transaksi dengan menggunakan QRIS serta penelitian ini dapat sebagai acuan bagi akademisi yang sedang melaksanakan penelitian tentang pengaruh minat dalam menggunakan QRIS.

KAJIAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behaviour (TPB) ialah peningkatan dari *Theory of Reasoned*

Action (TRA). Dimana *Theory of Planned Behavior* dijelaskan sebagai konstruk yang melengkapi TRA. Menurut (Ajzen, 1991) *Reasoned action theory* mempunyai bukti-bukti ilmiah kalau niat guna mengerjakan perbuatan tertentu disebabkan oleh dua alasan, yakni norma subjektif (*subjective norm*) dan sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*). Kemudian pada tahun 1988, Ajzen memberikan tambahan satu faktor yakni kontrol perilaku persepsian individu (*perceived behavioral control*).

Financial Literacy

Istilah *financial literacy* atau sering kita sebut literasi keuangan pertama kali dipakai di Amerika Serikat pada tahun 1787, ketika John Adams mengakui perlunya literasi keuangan dalam sebuah surat kepada Thomas Jefferson, kebingungan dan tekanan yang meluas di Amerika yang disebabkan oleh ketidaktahuan tentang kredit, sirkulasi, dan sifat koin. Saat ini, kapasitas untuk berhasil mengelola uang pribadi sangatlah penting. Mencakup semua lapisan masyarakat, dari semua lapisan masyarakat dan latar belakang. Literasi keuangan, dengan kapasitas untuk mengelola dana agar dapat menjalani kehidupan yang lebih sejahtera di masa depan. Bukan hanya pengetahuan untuk mengelola dana, tetapi juga dapat diintegrasikan dalam perilaku setiap individu untuk mengembangkan literasi keuangan.

Lifestyle

Dalam pengertian sehari-hari, gaya hidup atau *lifestyle* seseorang dapat diartikan sebagai cara hidupnya, mencakup bagaimana dia mengatur waktu, kegiatan sehari-hari, dan

sebagainya. Gaya hidup berbeda dengan kepribadian, yang lebih fokus pada observasi dari dalam individu. Kepribadian menentukan ciri-ciri paling mendasar dari keberadaan manusia. Lebih lanjut, menjelaskan bahwa gaya hidup adalah pola perilaku yang mencakup kebiasaan seperti pola belanja dan pengalokasian waktu dalam kehidupan seseorang. Dengan kata lain, gaya hidup mencerminkan keputusan sehari-hari dan tindakan rutin yang membentuk cara seseorang menjalani hidupnya.

Sosial Influence

Sosial influence, sebagaimana didefinisikan oleh, mencakup sejauh mana keyakinan konsumen bahwa individu berpengaruh, seperti keluarga dan teman, memandang bahwa penggunaan suatu teknologi merupakan suatu keharusan. Artinya, persepsi konsumen terhadap norma-norma yang diterima dalam lingkungan sosial mereka, seperti pandangan keluarga dan teman, memiliki dampak signifikan terhadap sikap dan perilaku mereka terkait penggunaan teknologi tertentu. Definisi ini selaras dengan pandangan, yang menjelaskan kalau *sosial influence* mencakup sejauh mana tindakan individu dipengaruhi oleh jaringan sosial mereka, yang terbentuk melalui penerimaan dan respons terhadap pesan serta sinyal yang diterima dari orang lain. Dengan kata lain, interaksi dan komunikasi dalam jejaring sosial memainkan peran kunci dalam membentuk keputusan dan perilaku konsumen terkait teknologi.

Minat Penggunaan QRIS

Quick Response Code Indonesian *Standard* atau lebih familier dengan sebutan QRIS (dibaca Kris) ialah Standar QR Code dibuat oleh BI melakukan kerja sama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) sebagai terobosan bagi pertumbuhan sistem pembayaran Indonesia. Inovasi ini menjadi semakin penting dalam konteks adaptasi sistem pembayaran digital ke era Industri 4.0. Industri 4.0 sendiri merangkul transformasi digital yang melibatkan integrasi teknologi tinggi, konektivitas yang lebih baik, dan otomatisasi proses bisnis. Dengan menggabungkan aktivitas online dan offline, inovasi ini menciptakan sebuah ekosistem pembayaran yang lebih responsif dan menyeluruh. Pentingnya inovasi ini terletak pada kemampuannya untuk memfasilitasi peralihan dari metode pembayaran tradisional ke digital. Melalui integrasi teknologi canggih, sistem ini tidak hanya menawarkan kenyamanan dalam bertransaksi secara digital tetapi juga menciptakan konektivitas yang lebih erat antara konsumen dan penyedia layanan. Hal ini sejalan dengan perkembangan minat di kalangan pengguna, yang ialah hasil dari faktor internal dan eksternal yang saling terkait.

Faktor internal mencakup pemahaman dan keterampilan individu dalam mengoperasikan sistem pembayaran digital, sementara faktor eksternal melibatkan perkembangan teknologi dan infrastruktur yang mendukung transformasi ini. Proses berkembangnya minat menjadi krusial dalam perjalanan adaptasi, dan ini dipicu oleh akumulasi informasi, pengetahuan, dan pengalaman pengguna. Dengan demikian, inovasi

ini tidak hanya menciptakan solusi teknologi, tetapi juga menggali aspek psikologis dan sosial yang memengaruhi penerimaan dan adopsi teknologi pembayaran digital dalam masyarakat.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Minat Penggunaan QRIS Pada Generasi X di Kota Denpasar

Financial literacy didefinisikan sebagai kapasitas untuk memahami situasi dan konsep keuangan dan menggunakan informasi tersebut dengan benar dalam perilaku. *Financial literacy* sangat penting untuk dipelajari setiap orang di usia muda karena memiliki manfaat jangka panjang untuk masa depan.

Pada kajian yang dikerjakan oleh (Utami, 2023) memberikan pernyataan kalau *Financial literacy* punya pengaruh positif dan signifikan pada perilaku konsumtif pengguna layanan Gopay. (adriyani, 2023) memberikan pernyataan kalau faktor *financial literacy* berpengaruh positif pada kinerja umkm yang dimediasi dengan penggunaan *digital payment*, sedangkan penelitian lain menyatakan literasi keuangan punya pengaruh positif pada pemakaian e-wallet pada mahasiswa akuntansi UNY. Penelitian yang dilaksanakan oleh (Hikalmi et al., 2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap pilihan penggunaan QRIS oleh pelaku UMKM dikota Lhokseumawe. Penelitian lainnya yang dilaksanakan oleh (Putri et al., 2023) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dalam penggunaan QRIS. Berdasarkan

penelitian terdahulu ini di dapat hipotesis yaitu seperti dibawah:

H1 : *Financial Literacy* berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan QRIS

Pengaruh *Lifestyle* Terhadap Minat Penggunaan QRIS Pada Generasi X di Kota Denpasar

lifestyle sebagai pola tingkah laku dalam kehidupan seseorang, seperti kebiasaan dalam membeli dan alokasi waktu. Semenjak kemajuan teknologi *fintech lifestyle* masyarakat mulai berubah karena ingin melakukan sesuatu serba cepat, fleksibel dan mudah dalam bidang pembayaran. Bank Indonesia Provinsi Bali menginformasikan bahwa Pada Desember 2022, banyaknya orang yang memakai QRIS di Bali mencapai 412.417 pengguna, meningkatnya *lifestyle* dalam memakai QRIS sebagai metode pembayaran terjadi karena kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan yang lebih tinggi dibandingkan dengan penggunaan uang tunai.

Kajian yang dikerjakan oleh (Pravitasari & Fauziah, 2023) kalau *lifestyle* punya pengaruh positif pada keputusan menggunakan QRIS, kajian dari (Utami, 2023) menyatakan

lifestyle punya pengaruh positif dan signifikan pada perilaku konsumtif pemakaian Gopay, dan menurut (Dilasari et al., 2021) *lifestyle* secara (simultan) punya pengaruh positif pada perilaku konsumtif generasi milenial dikota Subang. Penelitian yang dilaksanakan oleh (Shasanti, 2024) menyatakan bahwa variabel bebas *lifestyle* berpengaruh positif ter-

hadap minat penggunaan QRIS. Penelitian lainnya yang dilaksanakan oleh (Butarbutar et al., 2022) menyatakan bahwa *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pelaku UMKM dalam penggunaan QRIS. Berdasarkan penelitian terdahulu ini di dapat hipotesis yaitu seperti dibawah:

H2: *Lifestyle* berpengaruh positif Terhadap Minat Penggunaan QRIS

Pengaruh *Social Influence* Terhadap Minat Penggunaan QRIS Generasi X di Kota Denpasar

Konsep *social influence*, sebagaimana merinci upaya individu atau kelompok dalam memodifikasi sikap, keyakinan, persepsi, atau perilaku orang lain. *Social influence* tidak hanya timbul dari interaksi sosial semata, melainkan juga melibatkan efek dari komunikasi dan interaksi dengan orang lain. Dalam dinamika ini, informasi, ide, atau norma-norma sosial dapat diperdagangkan, menciptakan peluang bagi individu untuk memberikan pengaruh atau menerima pengaruh dari lingkungannya. Pentingnya *social influence* terletak pada kemampuannya untuk membentuk dan mengarahkan perilaku kolektif. Melalui interaksi dan pertukaran informasi, individu dapat memainkan peran aktif dalam membentuk pandangan bersama atau merubah norma-norma sosial yang berlaku. Proses ini menciptakan suatu jaringan dinamis di mana individu saling memengaruhi, menciptakan suatu aliran ide, nilai, atau perilaku yang dapat menyebar melalui masyarakat. Dalam konteks ini, peran komunikasi menjadi sangat penting, karena melalui komunikasi, individu dapat

menyampaikan pesan-pesan yang dapat merubah persepsi dan mempengaruhi orang lain. Keterlibatan aktif dalam proses *social influence* juga memungkinkan pembentukan identitas kolektif, di mana individu mengidentifikasi diri mereka sebagai bagian dari suatu kelompok yang memiliki nilai, norma, atau tujuan bersama.

Komunikasi yang terjalin dengan baik dan keterlibatan dalam interaksi sosial dapat memainkan peran penting dalam membangun kekuatan *social influence*. Proses ini juga dapat menghasilkan perubahan dalam pandangan hidup atau tindakan seseorang, menciptakan dinamika yang berkelanjutan dalam pengembangan sikap dan perilaku. Dengan demikian, *social influence* bukan hanya sekadar suatu pengaruh yang datang dari luar, tetapi juga merupakan refleksi dari interaksi kompleks antara individu dengan lingkungan sosial mereka. Kesadaran terhadap mekanisme ini dapat membantu dalam pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana pandangan dan perilaku masyarakat berkembang seiring waktu, serta bagaimana pengaruh sosial dapat membentuk budaya dan norma-norma di masyarakat.

Hasil penelitian (Endrica, 2021) mengungkap *social influence* punya pengaruh positif pada pemakaian e-wallet, pada kajian yang dilakukan (fauziah siti, 2021) memberikan pernyataan kalau *social influence* punya pengaruh signifikan pada *Intention to Use Mobile Payment System* Pada Pemakai E-wallet, penelitian yang dikerjakan oleh (Lestari et al., 2023) menyatakan hal yang sama juga kalau *social influence* berpengaruh positif terhadap

keputusan pengguna shopee paylater di Bekasi Timur. Berdasarkan penelitian terdahulu ini di dapat hipotesis yaitu seperti dibawah:

H3: *Social Influence* berpengaruh positif Terhadap Minat Penggunaan QRIS

METODE PENELITIAN

Penelitian berlokasi di kota Denpasar, mempergunakan metode kuantitatif dan cara menentukan sampelnya yaitu dengan teknik nonprobability sampling sebagai teknik pengambilan sampel, peneliti menetapkan beberapa kriteria anggota populasi guna dilakukan pemilihan menjadi sampel. Jika populasi tidak di ketahui, Dalam kajian ini terdiri dari 3 variabel independent dan 1 variabel dependen dengan total indikator dalam penelitian ini sejumlah 13 indikator. Maka pada kajian ini penulis memutuskan untuk memakai 65 orang sebagai sampel. Dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner berupa google form, untuk mengetahui kelayakan kuisisioner maka di uji dengan uji validitas dan reliabilitas. Dalam kajian ini, metode yang dipakai guna mengolah data ialah dengan memanfaatkan perangkat lunak *Software Package for the Social Science* (SPSS). Proses analisis data melibatkan beberapa tahap. Adapun tahapan analisis data yang dipakai ialah Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F), dan Secara Parsial (Uji T).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	65
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

Sumber: Hasil pengolahan data (2023)

Memakai Kolmogorov-Smirnov (K-S) pada Tabel 2 itu didapat nilai Asymp. Sig. (2-tailed) ialah senilai 0,200 > 0,05, memperlihatkan kalau data terdistribusi secara normal dan bisa diambil kesimpulan kalau model memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
<i>Financial literacy</i>	.789	1.267
<i>Lifestyle</i>	.633	1.581
<i>Social influence</i>	.634	1.577

Sumber: Hasil pengolahan data (2023)

Berpedoman pada hasil uji multikolinieritas kalau seluruh variabel bebas punya nilai tolerance lebih besar 0,10, begitu pula dengan hasil perhitungan nilai VIF, semua variabel punya nilai VIF lebih rendah dari 10. Sehingga dapat disimpulkan pada model regresi yang dibuat tidak terdapat multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
<i>Financial literacy</i>	.488
<i>Lifestyle</i>	.063

Social influence .923

Sumber: Hasil pengolahan data (2023)

Berpedoman pada tabel bisa disaksikan kalau tiap variabel bebas punya nilai signifikansi lebih tinggi dari 0,05. Hasil penelitian itu memiliki arti kalau model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B.	Std. Error
(Constant)	2.743	1.357
<i>Financial literacy</i>	.331	.102
<i>Lifestyle</i>	.232	.086
<i>Social influence</i>	.256	.092

Sumber: Hasil pengolahan data (2023)

Berpedoman pada hasil analisis regresi linier berganda di Tabel 5 didapat persamaan regresi berganda seperti dibawah:

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

$$Y = 2,743 + 0,331X_1 + 0,232X_2 + 0,256X_3 + e$$

1. Nilai Koefisien konstanta senilai 2,743 yang punya arti kalau apabila variabel *financial literacy*, *lifestyle* dan *social influence* pada angka nol (0) atau konstan maka minat pemakaian QRIS sebesar 2,743.
2. Nilai koefisien regresi variabel *financial literacy* adalah senilai 0,331

memiliki makna kalau variabel *financial literacy* mengalami peningkatan senilai 1 satuan artinya minat penggunaan QRIS akan mengalami peningkatan senilai 0,331. Hal ini bisa dimaknai setiap peningkatan pada *financial literacy* bisa meningkatkan minat pemakaian QRIS.

3. Nilai koefisien regresi variabel *lifestyle* adalah senilai 0,232 punya makna kalau apabila variabel *lifestyle* bertambah senilai 1 satuan maka minat penggunaan QRIS akan mengalami peningkatan senilai 0,232. Hal ini bisa dimaknai peningkatan pada *lifestyle* bisa meningkatkan minat pemakaian QRIS.
4. Nilai koefisien regresi variabel *social influence* adalah senilai 0,256 punya makna kalau apabila variabel *social influence* mengalami peningkatan senilai 1 satuan maka minat penggunaan QRIS akan mengalami peningkatan senilai 0,256. Ini bisa dimaknai setiap peningkatan pada *social influence* dapat meningkatkan minat penggunaan QRIS.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	Adjusted R Square
1	.515

Sumber: Hasil pengolahan data (2023)

Uji koefisien determinasi di tabel 6 didapat nilai Adjusted (R²) senilai 51,5% variasi variabel minat pemakaian QRIS bisa dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel

financial literacy, *lifestyle* dan *social influence*. sementara sisanya 48,5% dipengaruhi oleh variabel - variabel lain diluar model kajian.

Uji Good Ness of Fit Test (Uji F)

Tabel 7. Hasil Uji Good Ness of Fit Test (Uji F)

Model	F	Sig.
Regression	23.696	.000 ^b
Residual		
Total		

Sumber: Hasil pengolahan data (2023)

Berdasarkan hasil uji Goodness of fit test pada tabel 7 didapat nilai sig senilai 0,000 yang lebih rendah dari 0,05, hasil kajian ini memiliki arti kalau *financial literacy*, *lifestyle* dan *social influence* mempunyai pengaruh yang signifikan pada minat pemakaian QRIS. Sehingga model kajian dinilai layak uji dan pengujian hipotesis bisa diteruskan.

Uji t

Tabel 8. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients	t.	Sig.
<i>Financial literacy</i>		3.255	.002
<i>Lifestyle</i>		2.684	.009
<i>Social influence</i>		2.783	.007

Sumber: Hasil pengolahan data (2023)

1. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh *financial literacy* terhadap minat penggunaan QRIS, diperoleh nilai koefisien t senilai 3,255 dan signifikansi senilai 0,002. Bisa diketahui

kalau nilai signifikansinya lebih rendah dari 0,05, ini bermakna *financial literacy* punya pengaruh positif dan signifikan pada minat pemakaian QRIS. Sehingga bisa diambil kesimpulan kalau H0 ditolak atau H1 diterima.

2. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh *lifestyle* terhadap minat penggunaan QRIS, diperoleh nilai koefisien t senilai 2,684 dan sig senilai 0,009. Bisa diketahui kalau nilai signifikansinya lebih rendah dari 0,05, hal ini bermakna *lifestyle* memiliki pengaruh positif dan signifikan pada minat penggunaan QRIS. Sehingga bisa diambil kesimpulan kalau H0 ditolak atau H2 diterima.
3. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh *social influence* terhadap minat penggunaan QRIS, diperoleh nilai koefisien t senilai 2,783 dan sig senilai 0,007. Bisa diketahui kalau nilai signifikansinya lebih rendah dari 0,05, ini bermakna *social influence* punya pengaruh positif dan signifikan pada minat pemakaian QRIS. Sehingga bisa diambil kesimpulan kalau H0 ditolak atau H3 diterima.

SIMPULAN DAN SARAN

Bahwa minat penggunaan QRIS dilihat dari sisi *financial literacy*, *Lifestyle*, dan *social influence* dimana ketiga faktor tersebut berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan QRIS melalui *attitude*, *subject norms*, dan *perceived behavioral control*. Hal tersebut berkaitan dengan *Theory of Planned Behavior* tentang faktor yang mempengaruhi

niat seseorang dalam melakukan suatu tindakan atau perilaku. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, semakin positif *attitude*, *subject norms*, dan *perceived behavioral control* yang dirasakan seseorang terhadap QRIS, semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakan QRIS.

Dapat dilihat pada uji t menunjukkan bahwa *financial literacy* yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap minat penggunaan QRIS pada generasi x, namun dilihat dari sisi yang memiliki pengaruh paling sedikit diantara 3 variabel tersebut adalah *lifestyle* karena walaupun generasi x sudah mengetahui tentang cara penggunaan teknologi namun tidak mengubah sepenuhnya gaya hidup mereka yang cenderung bertransaksi menggunakan uang tunai. Model dalam penelitian ini telah mampu mengukur minat penggunaan QRIS dengan persentase 51,5% variasi variabel minat penggunaan QRIS dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel *financial literacy*, *lifestyle* dan *social influence*. sedangkan sisanya 48,5% dipengaruhi oleh variabel - variabel lain diluar model penelitian.

Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan:

1. Untuk peneliti setelah ini, diharapkan bisa mengkaji dan meneliti faktor-faktor lain seperti *price value*, *security*, *trust*, *locus of control* yang tidak diteliti dalam kajian ini yang bisa berpengaruh pada minat penggunaan QRIS selain variabel *financial literacy*, *lifestyle* dan *social influence*. Supaya nantinya bisa memperoleh pengetahuan perihal tindakan apa yang harus dilakukan dalam

meningkatkan minat penggunaan QRIS pada generasi x di kota Denpasar.

2. Penelitian ini hanya dilakukan kepada generasi x di kota Denpasar. Penelitian selanjutnya diharapkan bisa memperluas objek kajian.
3. Jumlah sampel penelitian yang terbatas yaitu sebanyak 65 responden. Sehingga belum menggambarkan keseluruhan persepsi generasi x yang menggunakan QRIS.
4. Bagi Pemerintah diharapkan dapat lebih gencar lagi untuk mengedukasi masyarakat mengenai penggunaan QRIS agar lebih banyak lagi masyarakat yang memahami cara penggunaan QRIS dan manfaat QRIS, sehingga tujuan diluncurkannya QRIS lebih tercapai.
5. Bagi masyarakat diharapkan dapat mengikuti perkembangan teknologi pembayaran digital salah satunya dengan menggunakan QRIS untuk melakukan pembayaran sehingga terciptanya efisiensi pembayaran digital dan membantu Indonesia dalam mewujudkan ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Lovelock dan Wirtz, (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Reivews Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Shopee Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(3), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- adriyani, wulan. (2023). *PENGARUH FINANCIAL LITERACY DAN FINANCIAL ATTITUDE1*. Aizen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*.
- Aliyyah, R. R., Rahmawati, R., Septriyani, W., Safitri, J., & Ramadhan, S. N. P. (2021). Kuliah Kerja Nyata: Pengabdian Kepada Masyarakat Melalui Kegiatan Pendampingan Pendidikan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(2), 663–676. <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i2.4122>
- Arafa. (2021). *PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH*.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Badan Pusat Statistik*. 20.
- Bank Indonesia. (n.d.). *Bank Indonesia*.
- Butarbutar, N., Grace, E., Putra, L. A., Loist, C., & Sudirman, A. (2022). Behavioral Intention Constituent Analysis of QRIS Digital Payment Tools in MSMEs in Pematangsiantar City. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 8(4), 1537. <https://doi.org/10.32884/ideas.v8i4.1023>
- Cynthia Kumala, D., Wilson Pranata, J., Thio, S., Manajemen Perhotelan, P., & Bisnis dan Ekonomi Universitas Kristen Petra, F. (n.d.). PADA GENERASI X DI SURABAYA. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmhot.6.1.19-29>
- Dilasari, Mulyati, & kurniawan. (2021). PENGARUH FINANCIAL LITERACY, LIFE STYLE, LOCUS OF CONTROL DAN DEMOGRAFI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI MILENIAL DI KOTA SUBANG. *JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society)*, 2(02). <https://doi.org/10.35310/jass.v2i02.671>
- Endrica, S. (2021). *Pengaruh Performance Expectancy, Social Influence, Literasi Keuangan Digital dan Computer Self*

- Efficacy terhadap Penggunaan E-wallet pada Mahasiswa Akuntansi UNY.*
fauziah siti, ashfiasari siti 2021. (2021). Pengaruh Social Influence dan Self-efficacy Terhadap Intention to Use Mobile Payment System Pada Pengguna E-wallet. *EMBISS*, 1(4), 307.
- Hikalmi, H., Chyntia, E., Maryana, M., PG, E. G., & Tazrin, C. N. (2023). THE INFLUENCE OF THE USE OF QRIS APPLICATION TECHNOLOGY AND FINANCIAL LITERACY ON BUYING AND BUYING TRANSACTION ACTIVITIES IN MSMEs IN LHOKSEUMAWE CITY. *J-ISCAN: Journal of Islamic Accounting Research*, 5(2), 61–78.
<https://doi.org/10.52490/jiscan.v5i2.1778>
- Lestari, P. A., Rianto, M. R., Bukhari, E., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2023). THE EFFECT OF FINANCIAL KNOWLEDGE, INCOME, SOCIAL INFLUENCE, PERCEPTION OF EASE AND PERCEPTION OF USEFULNESS ON THE DECISIONS OF SHOPEE PAYLATER USERS IN EAST BEKASI. In *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)* (Vol. 1, Issue 2).
- Munawwaroh, Z. (2021). *Perubahan Perilaku Berbelanja Produk Segar Luring dan Daring pada Generasi X di Masa Pandemi (Studi Teori Habitus Bourdieu)*.
- Pravitasari, E., & Fauziyah, A. (2023). *THE INFLUENCE OF LIFESTYLE, PERCEIVED CONVENIENCE, AND PROMOTION ON THE DECISION TO USE QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS)*. Pusat Data Kota Denpasar. (2022). *Pusat Data Denpasar*.
- Putri, M. T., Hatta, A. J., & Indraswono, C. (2023). Analisis Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Dan Risiko Terhadap Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(3), 215–228.
<https://doi.org/10.53916/jeb.v17i3.73>
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi konsumen dalam menggunakan quick response code indonesia standard (qris) sebagai alat pembayaran digital. *JA*, 17(2), 2020–2237.
- Shasanti, A. N. (2024). Preferensi Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital (Studi Kasus: Konsumen Burjo Dan Warmindo Di Kota Semarang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 3259–3272.
- Utami, P. (2023). *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK) PENGARUH FINANCIAL LITERACY, LIFESTYLE, DAN SELF CONTROL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA LAYANAN GOPAY DI SURAKARTA*.
- Wahyu Tri Utami, & Tri Ratna Pamikatsih. (2023). Pengaruh Financial Literacy, Lifestyle, Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Layanan Gopay Di Surakarta. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 350–359.
<https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.140>
- zidan, himayor. (2023). *SKRIPSI-HIMAYOR ZIDAN-195211357-REVISI*.