



---

## Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fear of Missing Out (FOMO), Media Sosial Exposure, dan Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan QRIS pada Kalangan Gen Z di Era Cashless Society

Kadek Meilia Dewi<sup>1</sup>, Nyoman Trisna Herawati<sup>2</sup>, Putu Riesty Masdiantini<sup>3</sup>

Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia<sup>1-3</sup>

Email Korespondensi: : [meilia@student.undiksha.ac.id](mailto:meilia@student.undiksha.ac.id), [trisnaherawati@undiksha.ac.id](mailto:trisnaherawati@undiksha.ac.id),  
[riesty.masdiantini@undiksha.ac.id](mailto:riesty.masdiantini@undiksha.ac.id)

---

Article received: 01 Januari 2026, Review process: 12 Januari 2026

Article Accepted: 22 Maret 2026, Article published: 01 Mei 2026

---

### ABSTRACT

*The development of digital technology has driven the transformation of payment systems toward a cashless society. In Indonesia, digital payment innovations such as QRIS have emerged as a national standard that facilitates fast, secure, and efficient transactions. However, the adoption rate of QRIS among Generation Z remains suboptimal, even though this group is known as digital natives. This study aims to analyze the effect of perceived ease of use, Fear of Missing Out (FOMO), social media exposure, and financial literacy on QRIS usage among Generation Z in the cashless society era. This study employed a quantitative approach with an explanatory research design. Data were collected through an online questionnaire using Google Forms from students of the Faculty of Economics at Universitas Pendidikan Ganesha who have used QRIS, using a purposive sampling technique. The data were analyzed using multiple linear regression through data quality tests, classical assumption tests, and hypothesis testing with SPSS. The results show that perceived ease of use, social media exposure, and financial literacy have a positive and significant effect on QRIS usage. Meanwhile, FOMO does not have a significant effect on QRIS usage.*

**Keywords:** *fear of missing out, financial literacy, perceived ease of use, QRIS usage, social media exposure.*

### ABSTRAK

*Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi sistem pembayaran menuju cashless society. Di Indonesia, inovasi pembayaran digital seperti QRIS hadir sebagai standar nasional yang mempermudah transaksi secara cepat, aman, dan efisien. Namun, tingkat adopsi QRIS pada kalangan Generasi Z masih belum optimal, meskipun kelompok ini dikenal sebagai digital native. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, Fear of Missing Out (FOMO), media sosial exposure, dan literasi keuangan terhadap penggunaan QRIS pada Generasi Z di era cashless society. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan Google Form kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang pernah menggunakan QRIS, dengan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda melalui uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial persepsi kemudahan, media sosial exposure, dan literasi*

---

keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan QRIS. Sementara itu, variabel FOMO tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan QRIS.

**Kata Kunci:** *fear of missing out, literasi keuangan, media sosial exposure, penggunaan QRIS, persepsi kemudahan.*

## PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam perilaku ekonomi dan sosial masyarakat global, termasuk munculnya fenomena *cashless society*, yaitu kondisi ketika transaksi tunai semakin tergantikan oleh sistem pembayaran digital (Huda dkk., 2024). Perkembangan teknologi telah memfasilitasi penggunaan berbagai instrumen pembayaran non-tunai seperti *e-wallet*, *mobile banking*, kartu debit/kredit, hingga sistem pembayaran berbasis aplikasi. Fenomena ini didorong oleh kebutuhan akan efisiensi, keamanan, dan kecepatan dalam bertransaksi, serta diperkuat oleh percepatan adopsi teknologi selama pandemi COVID-19 yang mendorong penggunaan pembayaran tanpa kontak (*contactless*). Secara global, digitalisasi sistem pembayaran juga berkontribusi terhadap peningkatan inklusi keuangan dan efisiensi ekonomi.

Di Indonesia, perkembangan *cashless society* menunjukkan tren yang semakin pesat, ditandai dengan peningkatan signifikan nilai transaksi uang elektronik dari Rp1,18 kuadriliun pada Januari–Agustus 2023 menjadi Rp1,6 kuadriliun pada periode yang sama tahun 2024 (Huda dkk., 2024). Proyeksi nilai transaksi *digital payment* bahkan diperkirakan mencapai Rp2.906,6 triliun pada tahun 2025, mencerminkan peran strategis sistem pembayaran digital dalam perekonomian nasional. Pertumbuhan ini didukung oleh tingginya penetrasi internet dan penggunaan perangkat mobile, serta berkembangnya ekosistem *fintech* dan kebijakan pemerintah melalui Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025 yang mendorong integrasi dan inklusivitas layanan keuangan digital (Bank Indonesia, 2019). Salah satu inovasi penting dalam mendukung ekosistem tersebut adalah *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*, yang berfungsi sebagai standar nasional sistem pembayaran berbasis *QR code* untuk meningkatkan efisiensi dan interoperabilitas transaksi digital.

Meskipun QRIS menawarkan berbagai keunggulan, seperti kemudahan, kecepatan, dan aksesibilitas, tingkat adopsinya di kalangan Generasi Z belum sepenuhnya optimal. Data menunjukkan bahwa hanya 42% Gen Z yang menggunakan QRIS, sementara 80% masih mengandalkan uang tunai sebagai metode pembayaran utama (Tanip, 2025). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi adopsi teknologi dan realisasi penggunaan di lapangan. Dalam konteks ini, persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam mendorong adopsi teknologi. Penelitian oleh Agustina & Musmini (2022) serta Aisa (2024) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat maupun keputusan penggunaan QRIS, yang mencakup efisiensi transaksi, antarmuka yang ramah pengguna, serta kemudahan integrasi dengan berbagai aplikasi pembayaran digital.

Selain faktor kemudahan, literasi keuangan juga menjadi aspek krusial dalam menentukan perilaku penggunaan teknologi keuangan. Literasi keuangan

tidak hanya mencakup pengetahuan, tetapi juga keterampilan dan kepercayaan diri dalam mengelola keuangan secara bijak. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan literasi keuangan sebagai proses untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan masyarakat dalam mengambil keputusan keuangan. Hal ini sejalan dengan Herawati dkk. (2018) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap kemampuan individu dalam mengelola keuangan dan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan ekonomi.

Dalam konteks yang lebih luas, literasi keuangan juga terbukti berperan dalam meningkatkan kinerja ekonomi. Penelitian oleh Masdiantini dkk. (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan dan modal sosial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja dan keberlanjutan UMKM. Sejalan dengan itu, Andriani dkk. (2025) menemukan bahwa literasi keuangan, inklusi keuangan, dan penggunaan *payment gateway* berbasis QRIS berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Selain itu, penggunaan QRIS dinilai mampu meningkatkan efisiensi transaksi dan mendukung pencatatan keuangan yang lebih tertib, sebagaimana ditemukan oleh Sanjaya dkk. (2025).

Di tingkat individu, literasi keuangan juga memengaruhi minat penggunaan teknologi pembayaran digital. Indahyani & Dewi (2021) menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan seseorang, maka semakin baik kemampuannya dalam memilih dan menggunakan produk keuangan digital. Hal ini diperkuat oleh penelitian Sari & Devi (2023) yang menemukan bahwa literasi keuangan, persepsi kredibilitas, dan persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan e-money.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami faktor-faktor yang memengaruhi adopsi QRIS di kalangan Generasi Z sebagai kelompok digital native yang memiliki peran strategis dalam mendorong transformasi ekonomi digital. Faktor internal seperti persepsi kemudahan dan literasi keuangan, serta faktor eksternal seperti *Fear of Missing Out* (FOMO) dan media sosial *exposure*, diduga memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan QRIS. Selain itu, rendahnya tingkat literasi keuangan dibandingkan inklusi keuangan (OJK, 2024) menunjukkan adanya risiko penggunaan teknologi keuangan yang tidak optimal dan berpotensi mendorong perilaku konsumtif (Mas'udiyah & Sutjahyani, 2025), hal ini juga didukung oleh Qomariyah dkk. (2022). Oleh karena itu, kajian yang mengintegrasikan faktor-faktor tersebut menjadi penting baik secara akademik maupun praktis.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, *Fear of Missing Out* (FOMO), media sosial *exposure*, dan literasi keuangan terhadap penggunaan QRIS pada Generasi Z di era *cashless society*. Kontribusi penelitian ini terletak pada pengembangan model analisis yang mengintegrasikan faktor internal dan eksternal dalam menjelaskan perilaku adopsi teknologi pembayaran digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur di bidang ekonomi digital dan perilaku keuangan, serta memberikan implikasi praktis bagi regulator, penyedia fintech, dan

---

pemangku kepentingan lainnya dalam merancang strategi peningkatan adopsi sistem pembayaran digital yang lebih efektif dan inklusif.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori untuk menguji hubungan kausal antara variabel independen, yaitu persepsi kemudahan, *Fear of Missing Out* (FOMO), media sosial *exposure*, dan literasi keuangan terhadap variabel dependen penggunaan QRIS pada Generasi Z. Seluruh variabel diukur menggunakan skor numerik melalui kuesioner dan dianalisis secara statistik, sehingga memungkinkan pengujian hubungan antarvariabel secara objektif (Sugiyono, 2019). Kerangka teoritis penelitian ini mengacu pada *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menekankan pentingnya persepsi kemudahan dalam penerimaan teknologi (Davis, 1989), serta *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjelaskan pengaruh faktor sosial dan kontrol perilaku individu dalam membentuk penggunaan teknologi (Ajzen, 2020). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang termasuk dalam kategori Generasi Z (lahir tahun 1997–2012) dengan jumlah sebanyak 3.071 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden: (1) termasuk Generasi Z, (2) pernah menggunakan QRIS, dan (3) merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Penentuan ukuran sampel dilakukan menggunakan perangkat lunak G\*Power 3.1.9.7 (Faul dkk., 2009). Perhitungan menggunakan parameter effect size sebesar 0,15 yang dikategorikan sebagai efek sedang (Cohen, 1988), tingkat signifikansi 0,05, power 0,95, dan empat prediktor, sehingga diperoleh jumlah minimum sampel sebanyak 129 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui survei daring menggunakan kuesioner berbasis skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5). Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator teoritis masing-masing variabel, kemudian instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dengan korelasi Pearson (Ghozali, 2018). Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha dengan batas minimal 0,70 (Sugiyono, 2019). Kuesioner didistribusikan melalui platform digital seperti Google Form yang disebarluaskan melalui media sosial, sesuai dengan karakteristik responden sebagai *digital native*. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari penggunaan QRIS sebagai variabel dependen, serta persepsi kemudahan, FOMO, media sosial *exposure*, dan literasi keuangan sebagai variabel independen. Penggunaan QRIS diukur berdasarkan frekuensi, kecenderungan penggunaan, konsistensi, dan kenyamanan (Ramdhani dkk., 2024). Persepsi kemudahan merujuk pada kemudahan penggunaan teknologi (Davis, 1989), FOMO mencerminkan dorongan sosial untuk mengikuti tren (Przybylski dkk., 2013), media sosial *exposure* mengukur tingkat paparan terhadap konten digital (Zhaviraira, 2025) dan literasi keuangan mengacu pada kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan secara tepat (OJK, 2022). Hal ini juga didukung oleh Kartini & Mashudi (2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan mencakup pengetahuan serta keterampilan dalam pengelolaan keuangan. Teknik analisis data menggunakan regresi linear

berganda untuk menguji pengaruh simultan dan parsial variabel independen terhadap penggunaan QRIS dengan model persamaan  $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \varepsilon$  (Ghozali, 2018). Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas (*Kolmogorov-Smirnov*), multikolinearitas (*Tolerance* dan *VIF*), dan heteroskedastisitas (uji Glejser). Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t dengan tingkat signifikansi 0,05 serta koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk menilai kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Seluruh analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 27.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden dalam penelitian ini sesuai dengan kriteria *purposive sampling* yang ditetapkan, yaitu responden termasuk Generasi Z, pernah menggunakan QRIS, dan merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Berdasarkan karakteristik demografis, responden didominasi oleh perempuan sebesar 77,1% dengan rentang usia 19–21 tahun, serta sebagian besar berasal dari angkatan 2025. Hasil analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif**

|                              | <i>N</i> | <i>Min</i> | <i>Max</i> | <i>Mean</i> | <i>Std. Dev</i> | Kategori |
|------------------------------|----------|------------|------------|-------------|-----------------|----------|
| Persepsi Kemudahan           | 140      | 6          | 25         | 25          | 22,15           | Tinggi   |
| FOMO                         | 140      | 4          | 20         | 20          | 10,30           | Sedang   |
| Media Sosial <i>Exposure</i> | 140      | 4          | 20         | 20          | 12,81           | Sedang   |
| Literasi Keuangan            | 140      | 15         | 25         | 25          | 20,74           | Tinggi   |
| Valid N (listwise)           | 140      | 8          | 20         | 20          | 15,84           |          |

Sumber: Data Diolah Penulis (2026)

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan dan literasi keuangan berada pada kategori tinggi, sedangkan variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) dan media sosial exposure berada pada kategori sedang. Temuan ini mengindikasikan bahwa responden cenderung merasakan kemudahan dalam penggunaan QRIS serta memiliki tingkat pemahaman keuangan yang baik. Di sisi lain, tingkat FOMO dan paparan media sosial yang berada pada kategori sedang menunjukkan bahwa pengaruh faktor eksternal tersebut belum dominan, namun tetap berperan dalam membentuk perilaku responden dalam mengikuti perkembangan teknologi pembayaran digital.

Jika dikaitkan dengan karakteristik responden yang merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha, kondisi ini menunjukkan bahwa kelompok tersebut cenderung memiliki kemampuan adaptasi teknologi yang baik serta didukung oleh tingkat literasi keuangan yang relatif tinggi, sehingga lebih siap dalam memanfaatkan sistem pembayaran digital seperti QRIS.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diperoleh gambaran umum mengenai karakteristik masing-masing variabel penelitian. Namun demikian, analisis deskriptif hanya memberikan gambaran umum data dan belum mampu menjelaskan hubungan serta pengaruh antar variabel. Oleh karena itu, untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, *Fear of Missing Out* (FOMO), media

sosial *exposure*, dan literasi keuangan terhadap penggunaan QRIS, dilakukan analisis regresi linier berganda. Berikut ini disajikan hasil analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan, FOMO, media sosial *exposure*, dan literasi keuangan terhadap penggunaan QRIS.

**Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

| Model                        | Unstandardized | t      | Sig.  |
|------------------------------|----------------|--------|-------|
|                              | Coefficients   |        |       |
|                              | B              |        |       |
| (Constant)                   | -1,154         | -0,661 | 0,510 |
| Persepsi Kemudahan           | 0,363          | 5,654  | 0,000 |
| FOMO                         | 0,082          | 1,610  | 0,110 |
| Media Sosial <i>Exposure</i> | 0,228          | 3,390  | 0,000 |
| Literasi Keuangan            | 0,250          | 3,007  | 0,003 |

Sumber: Data Diolah Penulis (2026)

Berdasarkan pada analisis regresi linier berganda pada Tabel 2, dapat dipaparkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -1,154 + 0,363X_1 + 0,082X_2 + 0,228X_3 + 0,250X_4 + e$$

Dengan demikian, berdasarkan pada persamaan tersebut, hasilnya adalah sebagai berikut:

Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar -1,154 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen bernilai nol, maka penggunaan QRIS memiliki nilai sebesar -1,154.

- 1) Koefisien regresi persepsi kemudahan sebesar 0,363 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan persepsi kemudahan akan meningkatkan penggunaan QRIS sebesar 0,363, dengan asumsi variabel lain konstan.
- 2) Koefisien regresi FOMO sebesar 0,082 menunjukkan arah positif, namun tidak signifikan.
- 3) Koefisien regresi media sosial *exposure* sebesar 0,228 menunjukkan bahwa peningkatan variabel ini akan meningkatkan penggunaan QRIS sebesar 0,228.
- 4) Koefisien regresi literasi keuangan sebesar 0,250 menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan akan meningkatkan penggunaan QRIS sebesar 0,250.

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 2, persepsi kemudahan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ) dengan nilai t hitung sebesar 5,654, sehingga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan QRIS. Variabel FOMO memiliki nilai signifikansi sebesar 0,110 ( $> 0,05$ ) dengan nilai t hitung sebesar 1,610, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan QRIS. Media sosial *exposure* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ) dengan nilai t hitung sebesar 3,390, sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan QRIS. Literasi keuangan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,003 ( $< 0,05$ ) dengan nilai t hitung sebesar 3,007, sehingga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan QRIS.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan, media sosial *exposure*, dan literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan QRIS, sedangkan variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) meskipun

memiliki arah positif, tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa tidak semua faktor eksternal dan psikologis memiliki peran yang sama dalam mendorong penggunaan teknologi pembayaran digital.

Persepsi kemudahan terbukti memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu sistem pembayaran untuk dipahami dan digunakan, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu untuk menggunakannya. Kondisi ini sejalan dengan konsep *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Fred D. Davis, yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan merupakan salah satu faktor utama dalam menentukan penerimaan teknologi. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Agustina & Musmini (2022) serta Sari & Devi (2023) yang menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan sistem pembayaran digital. Jika dikaitkan dengan karakteristik responden yang merupakan mahasiswa, hal ini menunjukkan bahwa mereka cenderung lebih cepat beradaptasi dengan teknologi yang dianggap praktis dan mudah digunakan.

Selanjutnya, media sosial *exposure* juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan QRIS. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin sering individu terpapar informasi mengenai QRIS melalui media sosial, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakannya. Paparan informasi yang intens dapat meningkatkan kesadaran serta minat individu terhadap suatu teknologi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Herawati dkk. (2018) yang menyatakan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membentuk perilaku pengguna. Dalam konteks responden yang merupakan Generasi Z, media sosial menjadi salah satu sumber informasi utama, sehingga wajar jika faktor ini turut memengaruhi penggunaan QRIS.

Selain itu, literasi keuangan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa individu dengan tingkat pemahaman keuangan yang lebih baik cenderung lebih bijak dan percaya diri dalam menggunakan layanan keuangan digital. Temuan ini didukung oleh Masdiantini dkk. (2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki peran penting dalam meningkatkan penggunaan teknologi keuangan. Mengingat responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi, tingkat literasi keuangan yang relatif tinggi menjadi faktor pendukung dalam penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran digital.

Di sisi lain, variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan QRIS. Meskipun memiliki arah pengaruh positif, hasil ini menunjukkan bahwa dorongan psikologis untuk tidak tertinggal tren tidak menjadi faktor utama dalam penggunaan QRIS. Hal ini dapat disebabkan oleh karakteristik responden yang lebih rasional dalam mengambil keputusan keuangan, sehingga penggunaan QRIS lebih didasarkan pada pertimbangan manfaat dan kemudahan daripada sekadar mengikuti tren.

Adapun uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar. Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini ditampilkan pada Tabel 3 berikut.

**Tabel 3. Keofisien Detereminasi**

| Model | <i>Adjusted R Square</i> |
|-------|--------------------------|
| 1     | 0,432                    |

Sumber: Data Diolah Penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,432 atau 43,2%, yang menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan, FOMO, media sosial *exposure*, dan literasi keuangan mampu menjelaskan variasi penggunaan QRIS sebesar 43,2%, sedangkan sisanya sebesar 56,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Nilai tersebut menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang cukup dalam menjelaskan penggunaan QRIS, meskipun masih terdapat faktor lain yang turut memengaruhi di luar variabel yang diteliti.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan, media sosial *exposure*, dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan QRIS pada Generasi Z di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, tingginya paparan informasi melalui media sosial, serta pemahaman keuangan yang baik menjadi faktor utama dalam mendorong penggunaan QRIS. Sementara itu, *Fear of Missing Out* (FOMO) tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan QRIS, yang mengindikasikan bahwa keputusan penggunaan QRIS oleh Generasi Z lebih didasarkan pada pertimbangan rasional dibandingkan dorongan untuk mengikuti tren. Berdasarkan simpulan tersebut, disarankan kepada masyarakat khususnya Generasi Z untuk lebih bijak dalam memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi terkait sistem pembayaran digital serta menggunakan QRIS berdasarkan kebutuhan dan manfaat yang dirasakan. Bagi penyedia layanan pembayaran digital dan pihak terkait seperti perbankan, perusahaan *e-wallet*, dan otoritas terkait, diharapkan dapat meningkatkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi dan promosi mengenai manfaat serta keamanan QRIS. Selain itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi penggunaan QRIS serta memperluas cakupan responden agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas.

## DAFTAR RUJUKAN

- Agustina, K. E., & Musmini, L. S. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan Penggunaan, Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) (Studi Pada Generasi Z Di Provinsi Bali). *Vokasi : Jurnal Riset Akuntansi*, 11(02), 127–137.
- Aisa, D. P. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Qris Sebagai Media Pembayaran Cashless Society (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Wilayah Purwokerto).

- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Andriani, K. E. N., Dewi, G. A. K. R. S., & Atmaja, I. M. D. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Payment Gateway Berbasis QRIS terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Busungbiu. *VJRA*, 14(2), 77–87.
- Bank Indonesia. (2019, Agustus 17). *QRIS, One QR Code for all Payments*. Bank Indonesia. [https://www.bi.go.id/en/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/SP\\_216219.aspx](https://www.bi.go.id/en/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/SP_216219.aspx)
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences Second Edition*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A. G. (2009). Statistical power analyses using G\*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, 41(4), 1149–1160. <https://doi.org/10.3758/BRM.41.4.1149>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit UNDIP.
- Herawati, N. T., Candiasa, I. M., Yadnyana, I. K., & Suharsono, N. (2018). Factors That Influence Financial Behavior Among Accounting Students in Bali. *International Journal of Business Administration*, 9(3), 30. <https://doi.org/10.5430/ijba.v9n3p30>
- Herawati, N. T., Candiasa, I. M., Yadnyana, I. K., & Suharsono, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pembelajaran Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Financial Self Efficacy Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, 2, 116–128. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v6n2.p115-128>
- Huda, N., Ayu, D., & Septyarini, R. (2024). *Outlook Ekonomi Digital 2025* (B. Y. Adhinegara, Ed.). Center of Economic and Law Studies (CELIOS). [www.celios.co.id](http://www.celios.co.id)
- Indahyani, K., & Dewi, G. A. K. R. S. (2021). Pengaruh Nilai Harga, Literasi Keuangan Dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital (Shopeepay) Dalam Transaksi Keuangan (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha). Dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha* (Vol. 12, Nomor 03).
- Julianto, I. P., Yasa, I. N. P., & Devi, S. (2019). *The Analysis of Technology Acceptance Model (TAM) on The Use of Accounting Information System*.
- Kartini, T., & Mashudi, U. (2022). LITERASI KEUANGAN (FINANCIAL LITERACY) MAHASISWA INDEKOS CALON PENDIDIK EKONOMI FKIP UNIVERSITAS JEMBER. *JURNAL PROMOSI Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 10, 154–164.
- Masdiantini, P. R., Devi, S., & Kusyanda, R. P. (2024). Peran Literasi Keuangan dan Modal Sosial terhadap Kinerja dan Keberlanjutan Usaha Pelaku UMKM. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 23–29. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>
-

- Mas'udiyah, N. F., & Sutjahyani, D. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Dan Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Pengelolaan Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Gen Z. *Jurnal Akuntansi dan Perbankan*, 6, 145–153.
- OJK. (2022, Oktober 29). *SNLIK OJK 2022: Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat Meningkat*. SNKI. <https://snki.go.id/snlik-ojk-2022-indeks-literasi-dan-inklusi-keuangan-masyarakat-meningkat/#:~:text=Hasil%20SNLIK%20tahun%202022%20menunjukkan,inklusi%20keuangan%2076%2C19%20persen>.
- OJK. (2024). *Statistik Fintech Lending dan Pembayaran Desember 2023*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Purnamawati, I. G. A., Suwena, K. R., & Heryanda, K. K. (2023). The Use of Digital Finance Applications, Competitiveness, and Green Economy on Village Development. *International Journal of Organizational Behavior and Policy*, 2(2), 67–76. <https://doi.org/10.9744/ijobp.2.2.67-76>
- Qomariyah, A., Qibtiyah, G. A., & Bemby, F. A. W. (2022). *Financial Literacy, Impulsive Buying Behavior, and the Z-Gen*. 11.
- Ramdhani, A., Syafitri, S., Amalia, D. R., Lanfadilan, K., & Ahmad, A. P. (2024). The Influence Of Perceived Ease Of Use And Perceived Usefulness On The Decision To Use Of QRIS As A Digital Payment In Generation Z In The City Of Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 2(3), 371–389. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v2i3.44>
- Sanjaya, K., Masdiantini, P. R., & Julianto, I. P. (2025). MSMEs' Perceptions of QRIS Use in Financial Transactions and Recording in Singaraja City. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 9(2), 366–374. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v9i2.102220>
- Sari, K. H. Y. S., & Devi, S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kredibilitas dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Money Gopay pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 13, 44–54.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi Revisi). Alfabeta.
- Tanip, I. (2025, April). *QRIS Jadi Pilihan Digital Favorit: Bagaimana Perilaku Gen Z dan Millennials dalam Bertransaksi?*. Populix .
- Zhaviraira, N. (2025). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Tingkat Kesadaran Mahasiswa di Pekanbaru Pada Penggunaan Transaksi Pembayaran Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*.