

## PENGARUH PROMOSI DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL QRIS PADA GENERASI Z BOJONEGORO

Laili Nur Rahmawati

Prodi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia  
Email: [laili.20040@mhs.unesa.ac.id](mailto:laili.20040@mhs.unesa.ac.id)

A'rasy Fahrullah

Prodi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia  
Email: [arasyfahrullah@unesa.ac.id](mailto:arasyfahrullah@unesa.ac.id)

### Abstrak

Kemajuan dalam teknologi digital memberikan kemudahan-kemudahan bagi manusia. Salah satu dampaknya dalam bidang sistem pembayaran digital yaitu QRIS. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran digital QRIS pada Generasi Z di Kabupaten Bojonegoro. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Metode pengambilan sampel menerapkan teknik *non probability sampling* dengan penentuan sampel melalui *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala likert. Untuk teknik analisis data digunakan regresi linier berganda yang diolah dengan bantuan perangkat lunak SPSS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran digital QRIS. Kemudian variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran digital QRIS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan penggunaan QRIS di Kabupaten Bojonegoro perlu adanya promosi yang lebih efektif dan peningkatan kemudahan penggunaan. Kedua faktor ini terbukti signifikan dalam mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS di kalangan Generasi Z.

**Kata Kunci** : QRIS, Promosi, Kemudahan, Keputusan Penggunaan

### Abstract

*Advances in digital technology provide convenience for humans. One of the impacts is in the field of digital payment systems, namely QRIS. This study aims to determine the effect of promotion and convenience on the decision to use the QRIS digital payment system for Generation Z in Bojonegoro Regency. This type of research is quantitative research with an associative approach. The sampling method applies non-probability sampling techniques by determining the sample through purposive sampling. The data collection technique used a questionnaire measured on a Likert scale. For data analysis techniques, multiple linear regression is used which is processed with the help of SPSS 24 software. The results of this study indicate that the promotion variable has a positive and significant effect on the decision to use the QRIS digital payment system. Then the convenience variable has a positive and significant effect on the decision to use the QRIS digital payment system. The results of this study indicate that to increase the use of QRIS in Bojonegoro Regency there needs to be more effective promotion and increased ease of use. These two factors have proven significant in influencing the decision to use QRIS among Generation Z.*

**Keywords**: QRIS, Promotion, Ease, Usage Decision

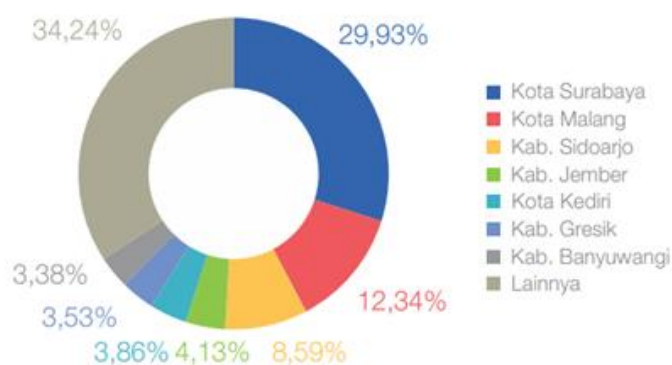
## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan cepat teknologi digital di seluruh dunia saat ini telah menghasilkan berbagai dampak perubahan. Salah satunya telah merambah ke dalam sektor keuangan,

perkembangan teknologi memberikan dampak dalam perubahan sistem pembayaran dimana sistem pembayaran di Indonesia mengalami peralihan yang sebelumnya menggunakan pembayaran tunai ke penggunaan sistem pembayaran non tunai (Jannah et al., 2023). Perkembangan sistem pembayaran ini mengubah fungsi uang tunai menjadi lebih ekonomis dan efisien melalui penggunaan metode non tunai sehingga dapat meningkatkan produktifitas negara (Rustanto & Kartini, 2019).

Peningkatan teknologi yang semakin canggih membuat berkembangnya layanan baru berupa aplikasi digital banking dan e-wallet (dompet digital) sebagai kelanjutan atau pengganti uang elektronik. Salah satu fitur yang disediakan oleh aplikasi keuangan tersebut memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi menggunakan smartphone yaitu dengan cara memindai QR Code yang diberikan oleh *merchant*. Namun beragamnya aplikasi e-wallet yang tersedia, mengharuskan *merchant* untuk menyediakan kode QR sesuai dengan aplikasi-aplikasi *e-wallet* yang ada agar dapat di scan oleh setiap aplikasi tersebut. Hal ini dianggap tidak efektif yang menyebabkan konsumen merasa kerepotan dan harus memiliki berbagai macam aplikasi untuk memindai kode QR, dikarenakan persyaratan dan aturan dari setiap kode QR yang bervariasi (Saputri, 2020). Dengan adanya perbedaan aturan tersebut, mendorong Bank Indonesia untuk memperbaiki dan menciptakan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) sebagai gabungan beberapa *QR Code* dari beberapa Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang menyediakan fasilitas kode QR, ASPI mengembangkan QRIS ini guna memfasilitasi sistem pembayaran digital sehingga transaksi dapat diselesaikan lebih mudah, aman, dan cepat (ASPI, 2021).

Merujuk pada laporan perekonomian Provinsi Jawa Timur bulan Februari 2023, tercatat bahwa hingga November 2023, jumlah pengguna QRIS di Jawa Timur mencapai 3,90 juta pengguna atau 14,19% dari total pengguna QRIS secara nasional. Peningkatan jumlah pengguna juga disertai dengan pertumbuhan volume dan nilai transaksi melalui saluran pembayaran QRIS di Jawa Timur. Diketahui volume transaksi melalui saluran pembayaran QRIS pada triwulan IV 2022 mencapai 26,59 juta transaksi, menunjukkan bahwa terjadi peningkatan sebesar 25,88% (qtq) dibandingkan dengan triwulan sebelumnya, yang mencatat 21,12 juta transaksi (Bank Indonesia, 2022). Berikut adalah pangsa jumlah merchant QRIS di provinsi Jawa Timur per kabupaten/kota:



Gambar 1. Grafik jumlah merchant QRIS Jawa Timur

Kabupaten Bojonegoro terletak di Provinsi Jawa Timur, dimana menurut data BPS (2022) kabupaten Bojonegoro mendapat urutan ke sebelas dengan tingkat jumlah penduduk terbesar di Jawa Timur, namun Kabupaten Bojonegoro tidak termasuk dalam

7 kabupaten/Kota pengguna QRIS terbanyak di Jawa Timurr. Hal ini disebabkan karena jumlah penduduk suatu wilayah tidak selalu menggambarkan jumlah pengguna QRIS di wilayah tersebut. Meskipun Kabupaten Bojonegoro memiliki populasi yang besar dan menempati urutan kesebelas dalam hal jumlah penduduk di Provinsi Jawa Timur, kabupaten Bojonegoro tidak termasuk dalam tujuh kabupaten/kota dengan pengguna QRIS terbanyak di provinsi Jawa Timur. Hal ini menunjukkan bahwa angka pengguna QRIS di Kabupaten Bojonegoro masih relatif rendah dan kurang minat terhadap transaksi non-tunai, yang mungkin lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti kebiasaan masyarakat dan cara pengambilan keputusan di masyarakat.

Pengambilan keputusan merupakan proses memilih satu alternatif diantara dua atau lebih alternatif yang tersedia (Maylanie, 2022). Namun penerapan QRIS sebagai alat pembayaran keuangan syariah ini masih dihadapkan pada beberapa kendala dimana pemahaman terhadap penggunaannya belum merata di kalangan umat muslim, kemudian kurangnya antusias atau minat masyarakat dalam menggunakan QRIS (Nikmatul Maula Pulungan et al., 2023). Oleh karena itu merchant ataupun pihak aplikasi penerbit masih harus mempromosikan keunggulan-keunggulan transaksi non tunai menggunakan QRIS agar lebih dikenal oleh masyarakat luas khususnya di Kabupaten Bojonegoro.

Promosi menjadi salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk mengenalkan QRIS ini kepada masyarakat, karena promosi dapat mempengaruhi tindakan dan pandangan konsumen dalam membuat keputusan penggunaan. Sehingga Dalam hal ini promosi yang terencana dan terarah sangat diperlukan, karena diharapkan dapat memberikan dampak positif dan memotivasi masyarakat untuk beralih dari uang konvensional ke uang digital (Latief & Dirwan, 2020).

Masyarakat pastinya mengharapkan pelayanan transaksi yang cepat, aman, ekonomi, dan dapat diakses di berbagai tempat dan kapan saja salah satunya dengan perkembangan teknologi Fintech yaitu QRIS, dimana dengan hadirnya QRIS sebagai inovasi baru dalam sistem pembayaran dapat memudahkan transaksi keuangan. Menurut (Ulya et al., 2022) semakin mudah teknologi digunakan semakin tinggi juga minat seseorang dalam mengadopsi dan akan menggunakannya secara terus menerus. Penggunaan sistem pembayaran berbasis QRIS juga telah menjadi tren yang signifikan dalam transaksi keuangan di Indonesia. Terutama bagi generasi Z, dimana menurut Howe & Nadler (2012) Generasi Z memiliki karakteristik khusus yaitu menyukai semua hal yang serba instan, sangat bergantung pada teknologi, dan suka berwirausaha . Sehingga dengan hadirnya QRIS yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam melakukan pembayaran sangat cocok dengan karakteristik yang Generasi Z miliki.

Generasi Z menjadi salah satu generasi yang tengah antusias terhadap teknologi serta menjadi kelompok yang paling tertarik dan menjadi target utama pengguna QRIS saat ini, hal ini karena Generasi Z ialah individu yang lahir dalam rentang tahun 1997 hingga 2012, kehadiran mereka dalam fase usia produktif memberikan peluang signifikan untuk mendukung peningkatan ekonomi di Indonesia, terutama dalam ranah ekonomi digital (Adinda, 2022).

Terdapat sejumlah penelitian sebelumnya yang telah meneliti pengaruh faktor promosi dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan. Meskipun demikian ditemukan adanya perbedaan hasil diantara penelitian-penelitian tersebut, dimana penelitian yang dikerjakan oleh Pravitasari & Fauziah (2023) menyajikan hasil yang

menegaskan bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS, yang sejalan dengan penelitian Susanti & Febriyantoro (2021) juga mengungkapkan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-money*. Namun dalam penelitian Latief & Dirwan (2020) menyatakan bahwa promosi tidak signifikan mempengaruhi keputusan penggunaan.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Anastasia Anggi Palupi (2022) menyatakan kemudahan dalam penggunaan sistem pembayaran digital QRIS memberikan pengaruh secara positif dan signifikan. Dan penelitian Adinda (2022) juga memberikan hasil bahwa bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan serta promosi dan periklanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS oleh Generasi Z.

Islam tidak pernah menghalangi penggunaan teknologi baru selama teknologi tersebut tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip ajarannya. Teknologi yang diciptakan harus bertujuan untuk memberikan manfaat bagi kehidupan manusia dan bukan untuk menentang kekuasaan Tuhan (Razali et al., 2020). Dengan demikian, QRIS dapat dilihat sebagai salah satu alat yang mendukung konsep menjaga harta dalam maqasid syariah dengan menyediakan solusi yang aman, efisien, dan terpercaya dalam pengelolaan keuangan. Sehingga penting untuk diingat bahwa penggunaan QRIS harus selaras dengan prinsip-prinsip syariah dalam setiap transaksi yang dilakukan. Berdasarkan penjelasan tersebut, riset ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran QRIS pada generasi Z di Kabupaten Bojonegoro.

## 2. METODE PENELITIAN

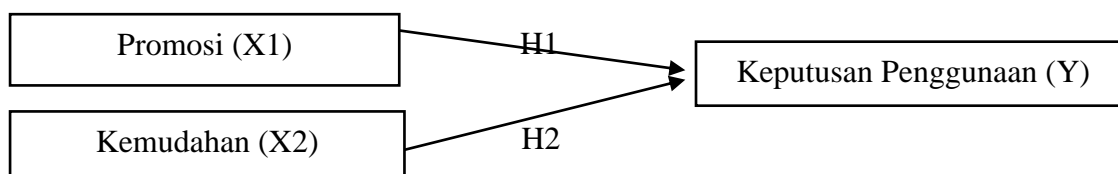
Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi penelitian terdiri dari Generasi Z yang berdomisili di Kabupaten Bojonegoro dan pernah menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Teknik sampling yang digunakan ialah *non probability sampling* dengan pemilihan sampel secara *purposive sampling*, dimana pemilihan sampel berdasarkan kriteria khusus (Sugiyono, 2019). Karena populasi yang tidak pasti diketahui jumlahnya maka ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow, dengan hasil sebanyak 100 responden. Adapun Kriteria yang dijadikan acuan dalam penentuan sampel dalam penelitian ini meliputi (1) Masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Bojonegoro. (2) Masyarakat yang masuk ke dalam kategori Generasi Z, yaitu lahir di tahun 1997 hingga 2012 atau berusia sekitar 11-26 Tahun. (3) Pernah menggunakan sistem pembayaran digital QRIS, dan (4) Telah melakukan minimal satu kali pembayaran digital QRIS. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner online menggunakan *googleform* kepada Generasi Z di Kabupaten Bojonegoro. Instrumen penelitian menggunakan skala likert. Dimana dalam kuesioner skala likert ini, responden diberikan lima jawaban pilihan dalam menjawab pernyataan yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-Ragu (RG), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Pada penelitian ini variabel independennya sebanyak dua variabel. Pertama, variabel promosi dengan indikator periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, dan hubungan masyarakat (Kotler & Armstrong, 2019). Kedua variabel kemudahan dengan indikator Mudah dipelajari, Dapat dikontrol, Fleksibel, mudah digunakan, dan jelas serta dapat dipahami (Davis, F., 2019). Sedangkan untuk variabel dependennya ialah keputusan penggunaan dengan indikator pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan

penyalur, waktu penggunaan, jumlah pembelian, dan metode pembayaran (Kotler & Keller, 2016). Sehingga hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- H<sub>1</sub> : Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran digital QRIS  
 H<sub>2</sub> : Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran digital QRIS

Adapun kerangka penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Konseptual

Teknik analisis data yang diterapkan mencakup uji instrumen meliputi uji validitas dan reliabilitas, serta uji prasyarat seperti uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas, kemudian analisis regresi berganda bertujuan untuk menentukan pengaruh dari dua atau lebih variabel. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan Uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dan uji parsial (uji T).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data responden didapatkan melalui hasil pembagian kuesioner penelitian secara daring menggunakan platform *GoogleForm* dan berhasil mengumpulkan tanggapan dari 125 orang responden kemudian data diolah menggunakan SPSS24. Pemaparan hasil penelitian akan dimulai dengan melakukan uji persyaratan analisis yaitu dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas dari pernyataan yang telah disebar kepada responden dan berikut hasilnya:

#### Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk melihat valid atau tidaknya suatu instrumen penelitian. Kuesioner dianggap valid yaitu jika *r* hitung lebih besar daripada nilai *r* tabel (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini menggunakan sampel (*n*) sejumlah 125. Sehingga nilai *r* tabel ditetapkan sebesar 0,176. Berdasarkan hasil analisis uji validitas melalui SPSS 24 menunjukkan hasil dari total 30 pernyataan memiliki nilai *r* hitung sebesar 0,654 - 0,927. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid karena nilai *r* hitung yang diperoleh lebih besar dari *r* tabel.

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan maksud untuk menilai tingkat konsistensi atau keandalan instrumen yang digunakan. Sebuah kuesioner dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien Cronbach's Alpha lebih dari 0,60 (Ghozali, 2018). Berdasarkan hasil pengujian diketahui hasil nilai Cronbach's Alpha terhadap variabel promosi sebesar 0,916, variabel kemudahan sebesar 0,942, dan variabel keputusan penggunaan sebesar 0,958. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien Cronbach's Alpha dari setiap variabel lebih dari 0,60 sehingga dapat dianggap reliabel.

#### Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan apakah distribusi nilai residual memenuhi syarat normal ataupun sebaliknya. Metode yang digunakan untuk menguji uji

normalitas yaitu metode koevisien varians. Dikatakan data berdistribusi normal apabila nilai koefisien varians < 30% (Norfai, 2020).

**Tabel 1 Uji Normalitas**

	N	Mean	Std. Deviation	Koefisiens Varians
Promosi	125	30,00	6,73	22,43%
Kemudahan	125	41,70	7,71	18,49%
Keputusan Penggunaan	125	49,35	9,19	18,62%
Valid N (listwise)	125			

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2024

Penentuan nilai koefisiens menggunakan rumus koefisien varians, sehingga berdasarkan hasil perhitungan diketahui nilai koevisien varians dari ke tiga variabel kurang dari 30%, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini memiliki distrubusi yang bersifat normal.

#### Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinearitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang signifikan antara variabel independen. Suatu data dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas jika nilai VIF berada dibawah 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,10 (Ghozali, 2018). Berikut merupakan hasil pengujian multikolinieritas:

**Tabel 2 Uji Multikolinieritas**

Variabel	Nilai VIF	Nilai Tolerance	Ket
Promosi (X1)	0,479	2,088	Tidak Terjadi
Kemudahan (X2)	0,479	2,088	Tidak Terjadi

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2024

Berdasarkan uji analisis menunjukkan hasil bahwa kedua variabel independen tersebut sama-sama mendapatkan nilai tolerance sebesar 0,479 yang melebihi 0,01 dan nilai VIF sebesar 2,088 kurang dari 10,00. Sehingga apat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antara variabel tersebut.

#### Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dimaksudkan untuk menilai apakah dalam suatu model regresi terdapat perbedaan dalam varians residual diantara penelitian yang berbeda. Uji ini dilakukan dengan mengkorelasikan antara residual absolute dari regresi dengan seluruh variabel independen. Jika signifikansi korelasi tersebut lebih kecil dari 0,05 menunjukkan adanya heteroskedastisitas dalam persamaan regresi (Priyanto, 2014). Berikut merupakan hasil pengujian heteroskedastisitas:

**Tabel 3 Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Nilai Sig	Batas	Ket
Promosi (X1)	0,214	0,05	Tidak Terjadi
Kemudahan (X2)	0,948	0,05	Tidak Terjadi

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2024

Berdasarkan pengujian tersebut diketahui hasil menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel promosi adalah 0,214 dan variabel kemudahan adalah 0,948. Oleh karena itu nilai signifikansi tersebut melebihi 0,05 Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat tanda-tanda heteroskedastisitas dan jika data diperluas tidak akan mengakibatkan peningkatan kesalahan yang signifikan.

#### Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi liner berganda dilakukan untuk mengukur dan memahami pengaruh serta arah hubungan antara variabel independen. Proses pengujian regresi linier

berganda ini dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 24, dan hasilnya disajikan dalam tabel 4 dibawah ini:

**Tabel 4 Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient:	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,731	2,409		2,794	0,006
Promosi	0,424	0,093	0,311	4,557	0,000
Kemudahan	0,717	0,081	0,602	8,823	0,000

Sumber : Hasil data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 4 maka persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 6,731 + 0,424 X1 + 0,717 X2 + e \quad (1)$$

Model persamaan tersebut menyatakan bahwa koefisien regresi Promosi sebesar 0,424 hal ini menunjukkan setiap peningkatan 1% dalam promosi maka akan menghasilkan peningkatan sebesar 0,424 dalam keputusan penggunaan QRIS. Sedangkan koefisien regresi Kemudahan sebesar 0,717 hal ini menunjukkan setiap peningkatan 1% dalam kemudahan maka akan menghasilkan peningkatan sebesar 0,717 dalam keputusan penggunaan QRIS.

**Uji Hipotesis**

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Pengujian koefisien determinasi dimaksudkan guna menilai tingkat kemampuan model dalam menjelaskan variasi yang terjadi dalam variabel dependen. Berikut merupakan hasil perhitungan uji koefisien determinasi R2:

**Tabel 5 Uji Koefisien Determinasi R2**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,853 <sup>a</sup>	0,728	0,724	4,827

Sumber : Hasil data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan hasil analisis diketahui nilai koefisien determinasi pada kolom R Square sebesar 0,728 yang menandakan bahwa variabel promosi dan variabel kemudahan secara kolektif memberikan pengaruh besar sebesar 72% terhadap variabel keputusan penggunaan. Sementara itu sebesar 28% dari variasi variabel keputusan penggunaan dipengaruhi oleh faktor lain di luar dalam lingkup penelitian ini.

**Uji Parsial (Uji t)**

Pengujian t bertujuan untuk melakukan pengujian hipotesis secara parsial terhadap variabel dependen, dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu alpha 5% atau 0,05 (Sujarweni, 2019). Berikut merupakan hasil uji parsial (uji t):

**Tabel 6 Uji Parsial (uji T)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient:	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,731	2,409		2,794	0,006
Promosi	0,424	0,093	0,311	4,557	0,000
Kemudahan	0,717	0,081	0,602	8,823	0,000

Sumber : Hasil data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan hasil dalam tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji t memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel promosi (X1) memperlihatkan bahwa nilai t hitung sebesar 4,557 > 1.9796 dan nilai sig sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan.

2. Variabel Kemudahan (X2) menunjukkan hasil t hitung sebesar  $8,823 > 1,9796$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan.

### **Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS sebagai Sistem Pembayaran Digital**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran digital QRIS. Hasil ini mengartikan bahwa promosi yang dilakukan oleh penyedia QRIS memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran digital QRIS bagi Generasi Z di Kabupaten Bojonegoro. Sehingga semakin baik penyampaian promosi mengenai QRIS dapat dianggap sebagai faktor pendorong bagi peningkatan penggunaan QRIS sebagai teknologi pembayaran digital.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adinda (2022) yang menyatakan adanya pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Studi yang dilakukan oleh Pravitasari dan Fauziyah (2023) juga menggambarkan bahwa promosi secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap terhadap keputusan penggunaan QRIS.

Salah satu indikator yang memperoleh nilai tinggi adalah periklanan yaitu penerbit QRIS menampilkan iklan secara menarik. Saat ini perusahaan penerbit e-money juga membentuk tim yang bertugas untuk menangani media sosial, seperti memantau kesesuaian konten, serta komentar dan direct message yang masuk ke media sosial. Sehingga tim tersebut juga bertugas untuk menanggapi dengan cepat semua keluhan dan saran yang disampaikan kepada pengguna e-money melalui media sosial (Putra, Ratnasari, Saipul, & Permatasari, 2023). Dalam penelitian (Putra, Ratnasari, Saipul, & Permatasari, 2023) diketahui hasil kampanye iklan yang diberikan oleh penyedia pembayaran digital dalam memengaruhi sentimen masyarakat di media sosial twitter. Hal ini membuktikan bahwa periklanan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat terutama bagi Generasi Z di Kabupaten Bojonegoro.

Konsep promosi dalam ekonomi Islam berlandaskan pada perkembangan ekonomi Islam, prinsip tauhid, dan kepemimpinan yang berlandaskan pada prinsip khalifah, serta moralitas, yang semuanya harus ditekankan pada prinsip-prinsip amanah dan kejujuran. Jika dikaitkan dengan promosi QRIS maka dalam melakukan promosi QRIS seharusnya mencerminkan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan pengelolaan yang amanah. Dengan demikian promosi yang baik seperti tampilan yang menarik dan informatif, promosi yang terus menerus dilakukan, serta penyediaan informasi yang lengkap dapat mendorong generasi Z untuk memutuskan menggunakan QRIS.

### **Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS sebagai Sistem Pembayaran Digital**

Penelitian yang telah dilakukan memperlihatkan hasil bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran digital QRIS. dapat diartikan bahwa Faktor kemudahan dalam penggunaan QRIS menunjukkan pengaruh yang besar terhadap keputusan Generasi Z di Kabupaten Bojonegoro dalam menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran digital. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan yang didapatkan, semakin tinggi pula tingkat pengguna QRIS sebagai alat pembayaran digital.



Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anggi, Hartati, dan Sofa (2022) yang mengindikasikan bahwa kemudahan bertransaksi menggunakan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Penelitian lain yang dilakukan oleh Mareta & Meiryani (2023) juga menegaskan bahwa kemudahan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan Generasi Z di Indonesia dalam menggunakan sistem pembayaran QRIS.

Berdasarkan analisis jawaban kuesioner dari 10 item pernyataan menghasilkan nilai rata-rata sebesar 4,17 dengan kategori tinggi. Hal ini dapat diartikan kemudahan dalam fitur QRIS memberikan kenyamanan bagi Generasi Z dalam bertransaksi. Sehingga kemudahan penggunaan menjadi salah satu kelebihan yang diberikan oleh pembayaran digital dimana kemudahan penggunaan ini memengaruhi sentimen masyarakat terhadap pembayaran digital sebagai teknologi baru (Putra, Ratnasari, Saipul, & Permatasari, 2023)

Ditinjau dari *maqashid syariah* pembayaran melalui QRIS mendatangkan kemaslahatan karena bertransaksi menggunakan uang elektronik lebih mudah dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya, selain itu uang elektronik dapat mempercepat proses transaksi, sehingga keamanan dan kemandharatan seperti antrian panjang ditempat perbelanjaan dapat dihindari. Prinsip ini sejalan dengan penggunaan QRIS sebagai sistem pembayaran, yang dirancang untuk mempermudah transaksi. Namun penggunaan QRIS tetap harus mematuhi prinsip-prinsip yang ditetapkan oleh agama.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel promosi dan kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran digital QRIS pada Generasi Z di Kabupaten Bojonegoro. Hal tersebut menunjukkan bahwa promosi yang disampaikan mengenai QRIS dapat dianggap sebagai faktor yang mendorong peningkatan penggunaan QRIS sebagai teknologi pembayaran digital. Selain itu jika dilihat dari *maqashid syariah* pembayaran melalui QRIS mendatangkan kemaslahatan karena bertransaksi menggunakan uang elektronik lebih mudah dan dapat mempercepat waktu transaksi, sehingga dengan adanya kemudahan tersebut maka tingkat keputusan pengguna dalam menggunakan QRIS juga semakin meningkat.

Hasil dari kesimpulan di atas bahwa *Merchant* diharapkan untuk lebih kreatif dalam mempromosikan QRIS ini sebagai sistem pembayaran. Bank Indonesia sebagai penyedia layanan QRIS diharapkan meningkatkan layanan dan agar pengguna tidak beralih ke metode pembayaran lainnya. Penelitian ini hanya berfokus pada dua variabel bebas yaitu promosi dan kemudahan. Sehingga bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan dengan menambahkan variabel bebas lainnya dan memperluas lingkup objek penelitian.

#### 5. REFERENSI

Adinda, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gen-Z Dalam Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standards (QRIS) Sebagai Teknologi Pembayaran Digital. *Contemporary Studies in Economic, Finance, and Banking (Csefb 01.01.2022)*, 1(1), 167–176.

- Agustian Wardana, A., Purwo Saputro, E., Wahyuddin, M., & Idris Abas, N. (2022). The Effect of Convenience, Perceived Ease of Use, and Perceived Usefulness on Intention to Use E-Wallet (Empirical Study on Generation Z in Surakarta). *Advances in Economics, Business and Management Research, Volume 218: Proceedings of the International Conference on Economics and Business Studies (ICOEBS 2022)*, 218(Icoebs), 386–395.
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Akhyar, R. A., & Sisilia, K. (2023). The Influence Of Perceptions Of Usefulness And Perceptions Of Convenience On The Decision To Use Digital Quick Response Code Payment Indonesian Standard (QRIS). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3944–3953.
- Al-Qur'an Kementerian Agama RI. (2022a). *Al-Baqarah ayat 185*. Qur'an Kemenag. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=185&to=185>
- Al-Qur'an Kementerian Agama RI. (2022b). *An-Nisa' ayat 58*. Qur'an Kemenag. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=58&to=58>
- Anastasia Anggi Palupi. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Penggunaan Sistem Qris Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan Qris Pada UMKM. *Seminar Nasional Riset Terapan, Vol 10,1*, 1–9.
- ASPI. (2021). *Satu QRIS untuk Seluruh Pembayaran*. Aspi-Indonesia.or.Id. <https://www.aspi-indonesia.or.id/standar-dan-layanan/qris/>
- Attaqi, M. F., Suryono, I. A., Kussujaniatun, S., & Sudaryatie, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Niat Beli Ulang. *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(6), 694–700.
- Bank Indonesia. (2022). Laporan Perekonomian Provinsi Jawa Tengah Februari 2022. *Bank Indonesia*, 7(1), 37–72. [https://www.researchgate.net/publication/269107473\\_What\\_is\\_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civilwars\\_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625](https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civilwars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625)
- BPS. (2022). *Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Timur (Jiwa), 2021-2023*. BPS Provinsi Jawa Timur (Statistics Jawa Timur). <https://jatim.bps.go.id/indicator/12/375/1/jumlah-penduduk-provinsi-jawa-timur.html>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayatullah, G. (2015). *Etika Promosi Dalam Prespektif Islam*. STEI SEBI.
- Jannah, M., Hasyim, F., & Sari, L. E. P. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Qris Pada Generasi Milenial Kabupaten Sukoharjo. *Quranomic: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 125–141.
- Juna Pulungan, F. R., Wathan, H., Zuhirsyan, M., & Marpaung, M. (2022). Impementasi Maqashid Syariah Terhadap Penggunaan QRIS Dalam Transaksi Elektronik. *Jurnal Bilal Bisnis Ekonomi Halal*, 3(2), 130–139.
- Kominfo. (2018). *Kemajuan Teknologi Digital Bawa Dua Dampak Perubahan*. Berita Kominfo. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/15538/kemajuan-teknologi>

- digital-bawa-dua-dampak-perubahan/0/berita\_satker
- Kotler dan Armstrong dalam Nurcholifah, I. (2014). Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Khatulistiwa – Journal Of Islamic Studies*, 4(1), 73–86.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga. page.183.
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30.
- Maylanie, J. T. (2022). Tahapan Pengambilan Keputusan (Kajian Teoritis dari James A. F. Stoner). *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 263–274.
- Musa F. Silaen, Sepbeariska Manurung, & Christine D. Nainggolan. (2021). Effect Analysis Of Benefit Perception, Ease Perception, Security And Risk Perception Of Merchant Interest In Using Quick Response Indonesia Standard (Qris). *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(5), 1574–1581.
- Nikmatul Maula Pulungan, Tri Inda Fadhila Rahma, & Rahmat Daim Harahap. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Keuangan Syariah di Sumatera Utara. *SALIHA: Jurnal Pendidikan & Agama Islam*, 6(2), 262–280.
- Norfai. (2020). Manajemen Data Menggunakan SPSS. *Universitas Islam Kalimantan, Juli*, 79.
- Pravitasari, E., & Fauziyah, A. (2023). The Influence of Lifestyle, Perceived Convenience, And Promotion on The Decision to Use Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). *Return : Study of Management, Economic and Bussines*, 2(8), 784–794.
- Razali, M., Mohd, N., Hadigunawan, N., & Saidon, R. (2020). Maqasid Syariah HIFZ MAL in E-Wallet Application. *Islamiyyat*, 43(1), 113–120.
- Restiani, F., & Ima Amaliah. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat di Kota Bandung terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesian Standard. *Bandung Conference Series: Economics Studies*, 2(2), 256–263.
- Rizky, M., & Rizky, R. (2018). Uang Elektronik Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 90–106.
- Rosa Zachrul Phonna, Sapna Biby, Mohd Heikal, & Rahmaniar. (2023). the Effect of Convenience, Promotion and Benefits on the Decision To Use a Digital Payment System in Generation Y in Lhokseumawe City. *Journal of Accounting Research, Utility Finance and Digital Assets*, 1(3), 286–295.
- Rustanto, A. E., & Kartini, I. (2019). Efektivitas Pembayaran Non Tunai Pada Umkm Daerah Aliran Sungai Citarum. *Jurnal Lentera Bisnis*, 8(2), 1.
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital. *Journals of Economics and Business Mulawarman*, 17(2), 1–11.
- Saripudin, S., Yuniarti, R., & Ernawati, D. (2023). Exploring the Factors Influencing the Adoption of QRIS as a Digital Payment in Indonesia. *The Journal of Management Theory and Practice*, 1, 2716–7089.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonom*. Pustaka Baru

Press.

Susanti, M., & Reza, H. K. (2020). Added Value and Ease of Using Quick Responses QrisIndonesian Standard ( QRIS ). *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(3), 715–723.

Susanti, V. R., & Febriyantoro, M. T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Money Pada Era Cashless Society. *Jurnal Fortunate*, 1, 1–8.

Ulya, Z., Safwandi, & Jannah, M. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS. *J-Reb : Journal- Research of Economic Dan Bussiness Journal*, 1(1), 12–24.

Putra, Y. T., Ratnasari, T. R., Saipul, T. H., & Permatasari, D. S. (2023). *JRABA*.