

**PENGARUH *CASHLESS SOCIETY*, PREFERENSI KONSUMEN, DAN
PERCEIVED EFFECTIVENESS TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN PEMBAYARAN DIGITAL QRIS**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan
Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

OLEH:

**DEVY FITRIA
NPM: 2302110085**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
2026**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI

JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Akuntansi
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 02 Februari 2026

TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

DEVY FITRIA
NPM : 2302110085

Dengan judul:

**PENGARUH *CASHLESS SOCIETY*, PREFERENSI KONSUMEN DAN
PERCEIVED EFFECTIVENESS TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN PEMBAYARAN DIGITAL QRIS**

Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Menyetujui / Mengesahkan :

Ketua Program Studi
Akuntansi

Budi Safatul Anam, S.E., M.Si
NIK. 19740607 201709 1 001

Pembimbing I

H. Zulkifli Umar, S.E., M.Si., Ak. CA
NIK. 19711019 200405 1 001

Pembimbing II

Emmi Suryani Nst, S.E., M.Si
NIK. 19800301 200610 2 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Marlizar, S.E., M.M
NIK. 19820911 201306 1 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI

JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Akuntansi
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 02 Februari 2026

TANDA PERSETUJUAN KOMISI UJIAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

DEVY FITRIA
NPM : 2302110085

Dengan judul:

**PENGARUH *CASHLESS SOCIETY*, PREFERENSI KONSUMEN DAN
PERCEIVED EFFECTIVENESS TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN PEMBAYARAN DIGITAL QRIS**

Yang telah dipertahankan di depan komisi ujian, pada tanggal 26 Januari 2026

Menyetujui / Mengesahkan :
Komisi Ujian

Ketua

H. Zulkifli Umar, S.E., M.Si., Ak. CA
NIK. 19711019 200405 1 001

Sekretaris

Emmi Suryani Nst, S.E., M.Si
NIK. 19800301 200610 2 001

Anggota

Dr. Marlizar, S.E., M.M
NIK. 19820911 201306 1 001

Anggota

Fitri Yunita, S.E., M.Si
NIP. 19860610 201504 2 002

Mengetahui,
Ketua Program Studi Akuntansi

Budi Safatul Anam, S.E., M.Si
NIK. 19740607 201709 1 001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“SAYA YANG BERTANDA TANGAN DI BAWAH INI MENYATAKAN BAHWA SKRIPSI INI TELAH DITULIS DENGAN SESUNGGUH-SUNGGUHNYA DAN TIDAK ADA BAGIAN YANG MERUPAKAN PENJIPLAKAN KARYA ORANG LAIN DI PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH, APABILA DI KEMUDIAN HARI TERBUKTI BAHWA PERNYATAAN INI TIDAK BENAR MAKA SAYA SANGGUP MENERIMA HUKUMAN/SANKSI SESUAI PERATURAN YANG BERLAKU”



Banda Aceh, 02 Februari 2026
Yang Menyatakan,

Deffy
DEVY FITRIA

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : DEVY FITRIA
NPM : 2302110085
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh **Hak Bebas Royalty Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH *CASHLESS SOCIETY*, PREFERENSI KONSUMEN DAN *PERCEIVED EFFECTIVENESS* TERHADAP KEPUTUSAN MENGUNAKAN PEMBAYARAN DIGITAL QRIS

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan Hak Royalty Non-Eksklusif ini Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 02 Februari 2026

Yang Menyatakan,


DEVY FITRIA

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat dan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Cashless Society*, Preferensi Konsumen dan *Perceived Effectiveness* Terhadap Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS”**.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pendidikan Srata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi di Universitas Muhammadiyah Aceh, Banda Aceh.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, pengarahan, dan dukungan dari berbagai pihak dengan ketulusan, kasih sayang, dan pengorbanannya memberikan bantuan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Marlizar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
2. Ibu Syamsidar, S.E, M,Si, Ak, CA selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Aceh.
3. Bapak Budi Safatul Anam, S.E, M.Si selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
4. Ibu Elviza, S.E., M.Si, Ak selaku Ketua Laboratorium Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.

5. Bapak H. Zulkifli Umar, S.E., M.Si. Ak, CA selaku dosen pembimbing satu yang telah memberikan dorongan dan arahan dari merencanakan hingga selesainya penelitian ini.
6. Ibu Emmi Suryani Nst, S.E, M.Si selaku dosen pembimbing dua yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, khususnya staf pengajar dan karyawan pada Jurusan Akuntansi yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
8. Teristimewa teruntuk orang tua tercinta, Ayahnda H. Bustamam dan Ibunda Hj. Faridah, serta semua keluargaku yang telah memberikan doa, kasih sayang, perhatian dan pengorbanan moral dan material yang tidak ternilai harganya. Setiap nasihat, kesabaran, dan keikhlasan yang diberikan menjadi sumber semangat dan kekuatan bagi penulis dalam menghadapi setiap proses dan tantangan selama penyusunan skripsi ini. Berkat doa dan dukungan Ayah dan Ibu, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk kedua sahabat saya Mentari Rizki dan Nafira Ulya, terima kasih sudah mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan dukungan dan semangat, serta doa yang kalian berikan menjadi salah satu kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Buat teman-teman seperjuangan, terima kasih kepada Aqidah Gusti Rahayu M. yang telah banyak memberikan semangat, dukungan, dan kebersamaan selama proses penulisan skripsi ini.

11. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and trying give more than I receive, I wanna thank me for trying to do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca akan penulis terima dengan senang hati. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Banda Aceh, 8 September 2025

Penulis

Devy Fitria

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	12
2.1 Landasan Teoritis.....	12
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	12
2.1.2 <i>Diffusion of Innvation (DOI)</i>	14
2.1.3 <i>Consumer Behavior Theory</i>	15
2.1.4 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	16
2.1.5 Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS.....	17
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS.....	17
2.1.5.2 Indikator Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS.....	18
2.1.6 <i>Cashless Society</i>	19
2.1.6.1 Pengertian <i>Cashless Society</i>	19
2.1.6.2 Indikator <i>Cashless Society</i>	21
2.1.7 Preferensi Konsumen	22
2.1.7.1 Pengertian Preferensi Konsumen	22
2.1.7.2 Indikator Preferensi Konsumen.....	23
2.1.8 <i>Perceived Effectiveness</i>	25
2.1.8.1 Pengertian <i>Perceived Effectiveness</i>	25
2.1.8.2 Indikator <i>Perceived Effectiveness</i>	26
2.2 Penelitian Sebelumnya	27
2.3 Kerangka Pemikiran	30
2.3.1 Hubungan <i>Cashless Society</i> dengan Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS.....	31
2.3.2 Hubungan Preferensi Konsumen dengan Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS.....	31

2.3.3 Hubungan <i>Perceived Effectiveness</i> dengan Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS	32
2.4 Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Desain Penelitian	35
3.1.1 Tujuan Penelitian.....	35
3.1.2 Jenis Penelitian.....	35
3.1.3 Horizon Waktu	36
3.1.4 Unit Analisis.....	36
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	39
3.4 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	41
3.5 Teknik Analisis Data.....	42
3.6 Pengujian Data.....	44
3.6.1 Pengujian Validitas	44
3.6.2 Pengujian Reliabilitas.....	44
3.6.3 Pengujian Asumsi Klasik	45
3.7 Pengujian Hipotesis	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
4.2 Karakteristik Responden.....	51
4.3 Analisis Deskriptif.....	53
4.3.1 Variabel Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS ..	53
4.3.2 Variabel <i>Cashless Society</i>	55
4.3.3 Variabel Preferensi Konsumen	56
4.3.4 Variabel <i>Perceived Effectiveness</i>	57
4.4 Pengujian Data.....	58
4.4.1 Uji Validitas Instrumen	58
4.4.2 Uji Reliabilitas Instrumen	60
4.4.3 Pengujian Asumsi Klasik	61
4.4.3.1 Uji Normalitas	61
4.4.3.2 Uji Multikolinearitas	62
4.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	62
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	63
4.6 Pengujian Hipotesis	67
4.6.1 Uji T (Parsial).....	67
4.6.2 Uji F (Simultan)	68
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
4.7.1 Pengaruh <i>Cashless Society</i> Terhadap Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS.....	70
4.7.2 Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS.....	70

4.7.3 Pengaruh <i>Perceived Effectiveness</i> terhadap Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS.....	71
4.8 Implikasi Hasil Penelitian.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	77

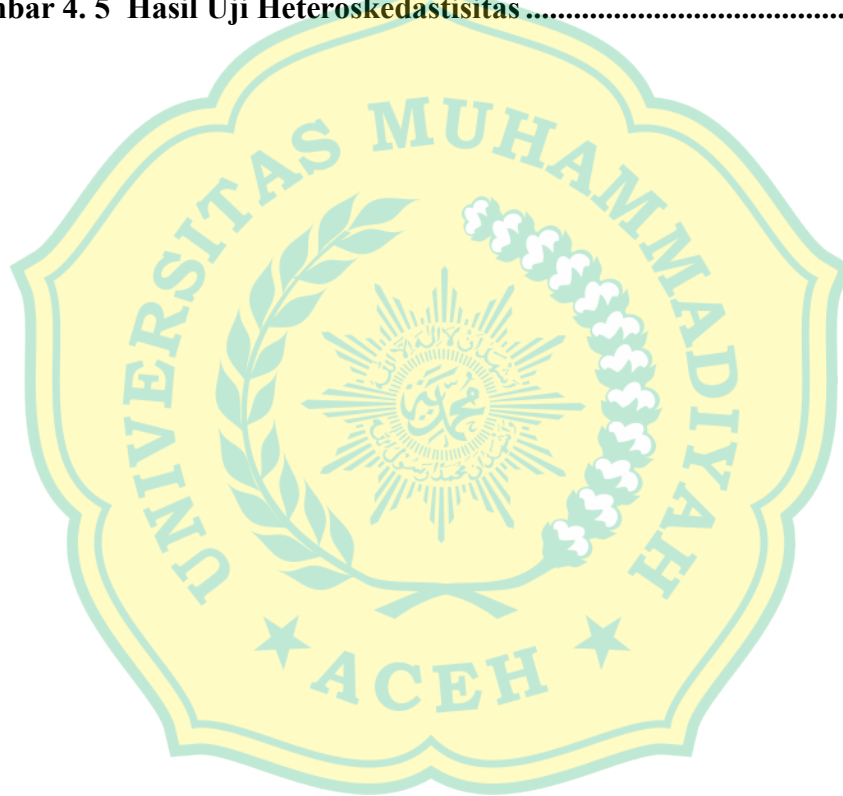


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya	27
Tabel 3. 1 Mahasiswa/i Aktif Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh Periode Genap Tahun 2024/2025	37
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	41
Tabel 3. 3 Definisi Dan Operasional Variabel.....	41
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	52
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Jawaban Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS	54
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel Cashless Society..	55
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel Preferensi Konsumen	56
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel Perceived Effectiveness	57
Tabel 4. 8 Uji Validitas Kuesioner Penelitian.....	59
Tabel 4. 9 Uji Reabilitas Kuesioner Penelitian	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4. 11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	64
Tabel 4. 12 Analisis Korelasi dan Koefisien Determinasi	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji T (Parsial).....	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Simultan).....	69

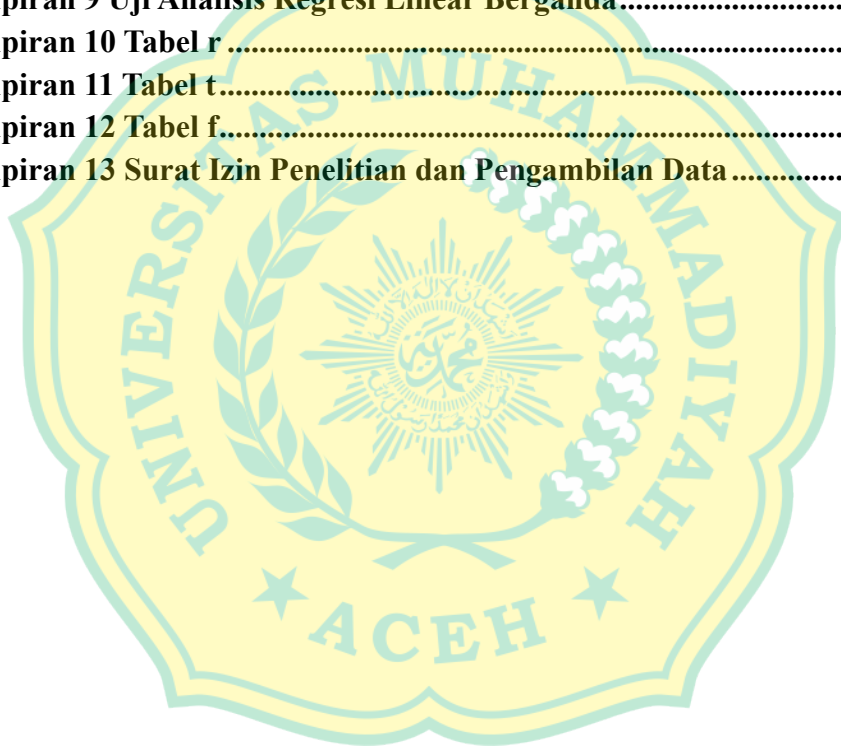
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Grafik Perkembangan Merchant QRIS	2
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Nominal dan Transaksi QRIS	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4. 1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Gambar 4. 2 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	52
Gambar 4. 3 Diagram Responden Berdasarkan Program Studi.....	53
Gambar 4. 4 Hasil Uji Normalitas (Normal Probability Plot)	61
Gambar 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian.....	84
Lampiran 3 Statistik Deskriptif.....	92
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	94
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	98
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas	101
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas	102
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	103
Lampiran 9 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	104
Lampiran 10 Tabel r	105
Lampiran 11 Tabel t.....	106
Lampiran 12 Tabel f.....	107
Lampiran 13 Surat Izin Penelitian dan Pengambilan Data.....	108



**PENGARUH *CASHLESS SOCIETY*, PREFERENSI KONSUMEN, DAN
PERCEIVED EFFECTIVENESS TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN PEMBAYARAN DIGITAL QRIS**

DEVY FITRIA
NPM: 2302110085

Pembimbing I : H. Zulkifli Umar, S.E., M.Si. Ak, CA

Pembimbing II : Emmi Suryani Nst, S.E, M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh *Cashless Society*, Preferensi Konsumen, dan *Perceived Effectiveness* Terhadap Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS pada mahasiswa/i aktif Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh Periode Genap Tahun 2024/2025. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 90 responden. Metode pengumpulan data menggunakan *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner *offline* dan *online* serta dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Pada penelitian ini menggunakan alat SPSS versi 25. Hasil menunjukkan bahwa secara parsial variabel independen *Cashless Society*, Preferensi Konsumen, dan *Perceived Effectiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS. Dan secara simultan *Cashless Society*, Preferensi Konsumen, dan *Perceived Effectiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS.

Kata kunci: *Cashless Society*, Preferensi Konsumen, *Perceived Effectiveness*, Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS.

***THE INFLUENCE OF CASHLESS SOCIETY, CONSUMER
PREFERENCES, AND PERCEIVED EFFECTIVENESS ON THE
DECISION TO USE QRIS DIGITAL PAYMENTS***

DEVY FITRIA
NPM: 2302110085

Supervisor I : H. Zulkifli Umar, S.E., M.Si. Ak, CA

Supervisor II : Emmi Suryani Nst, S.E, M.Si

ABSTRACT

This study aims to measure the influence of Cashless Society, Consumer Preferences, and Perceived Effectiveness on the Decision to Use QRIS Digital Payments among active students of the faculty of Economics, Muhammadiyah University of Aceh, during the Even Semester of the 2024/2025 academic year. The number of samples in this study is 90 respondents. The data collection method used purposive sampling. The data were collected through both offline and online questionnaires, the data were analyzed using multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS version 25. The results show that partially, the independent variables Cashless Society, Consumer Preferences, and Perceived Effectiveness have positive and significant effect on the Decision to Use QRIS Digital Payments. Furthermore, simultaneously, Cashless Society, Consumer Preferences, and Perceived Effectiveness also have a positive and significant influence on the Decision to Use QRIS Digital Payments.

Keywords: *Cashless Society, Consumer Preferences, Perceived Effectiveness, Decision to Use QRIS Digital Payments.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

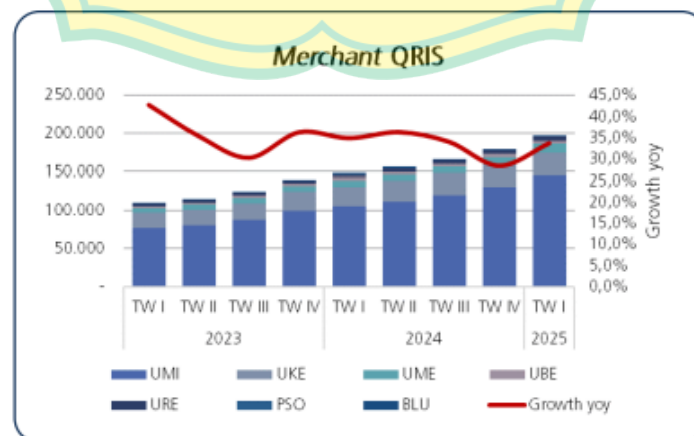
Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah membawa dampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya sektor keuangan. Perubahan era revolusi industri 4.0 menuju era masyarakat 5.0 mendorong masyarakat diberbagai negara untuk beralih dari penggunaan uang tunai ke sistem pembayaran non-tunai yang lebih praktis dan efisien. Fenomena ini dikenal sebagai *cashless society*, yaitu kondisi masyarakat yang semakin jarang menggunakan uang tunai dalam transaksi sehari-hari, dan lebih mengandalkan metode pembayaran non-tunai seperti kartu kredit, kartu debit, *e-wallet*, *e-money*, *virtual account*, transfer bank, serta sistem pembayaran berbasis kode QR (*Quick Response*).

Fenomena ini tidak hanya mencerminkan kemajuan teknologi, tetapi juga menjadi bagian dari transformasi ekonomi digital yang terus berkembang di berbagai negara, termasuk Indonesia. Di Indonesia, pergeseran menuju masyarakat tanpa uang tunai semakin terasa, terutama sejak pandemi COVID-19 yang mempercepat adopsi teknologi digital. Salah satu inisiatif penting dalam mendorong transformasi adalah kehadiran QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) yang ditetapkan oleh Bank Indonesia. QRIS diluncurkan secara perdana di Kantor Pusat Bank Indonesia dan serentak dilakukan di Kantor Perwakilan Bank Indonesia pada tanggal 17 Agustus 2019 bertepatan dengan HUT RI yang ke-74 sebagai platform standarisasi pembayaran digital berbasis QR Code.

Implementasi QRIS sebagaimana tercantum dalam ketentuan, wajib digunakan sejak tanggal 1 Januari 2020 dalam setiap transaksi pembayaran digital di Indonesia yang difasilitasi dengan kode QR. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih cepat, mudah, murah, aman, dan andal (CEMUMUAH). Semua Penyedia Jasa Pembayaran (PJP) yang akan menggunakan QR Code pembayaran wajib menerapkan QRIS. Di sisi lain, QRIS juga mendukung konektivitas pembayaran lintas negara melalui QRIS Antarnegara dengan mengedepankan penggunaan mata uang lokal sehingga dapat mendukung stabilitas makroekonomi.

Bank Indonesia mengungkapkan adanya peningkatan penggunaan pembayaran digital QRIS dibandingkan periode sebelumnya. Secara triwulanan, jumlah *merchant* meningkat dari posisi triwulan sebelumnya. Berikut grafik perkembangan *merchant* yang telah mengimplementasikan QRIS sebagai salah satu alternatif kanal pembayaran digital dibawah ini:

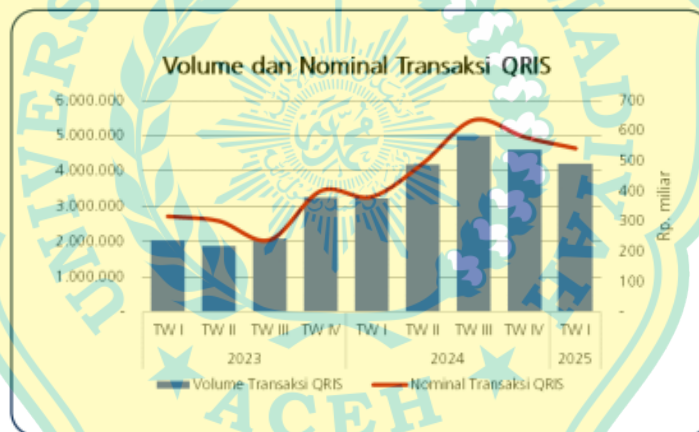
Gambar 1. 1 Grafik Perkembangan Merchant QRIS



Sumber: Bank Indonesia, 2025

Laporan Perekonomian Bank Indonesia Provinsi Aceh Triwulan I 2025 menunjukkan bahwa penggunaan QRIS terus meningkat secara signifikan, terdapat 196.415 *merchant* yang telah mengimplementasikan QRIS salah satu alternatif kanal pembayaran non tunai (Gambar 1.1). Jumlah tersebut menunjukkan pertumbuhan sebesar 33,7% (yoy) jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya sebesar 146.931 *merchant*. Secara triwulan sebelumnya sebanyak 178.926 *merchant*. Berdasarkan klasifikasi usaha yang telah mengimplementasikan QRIS, *share* terbesar dimiliki oleh usaha mikro (UMI) sebanyak 145.378 *merchant* (74,0%).

Gambar 1.2 Pertumbuhan Nominal dan Transaksi QRIS



Sumber: Bank Indonesia, 2025

Sementara dari sisi jumlah pengguna, hingga triwulan I 2025 telah terdapat 668.579 pengguna atau bertambah sebanyak 9.858 selama triwulan laporan. Pada gambar 1.2 menjelaskan dari sisi volume transaksi, pada triwulan I 2025 terdapat 4,2 juta transaksi dengan nominal transaksi mencapai Rp 542,8 miliar (Bank Indonesia, 2025).

Selain itu, fenomena penggunaan QRIS juga semakin terlihat di kalangan mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Aceh (UNMUHA). Dalam aktivitas

kampus, mahasiswa terbiasa menggunakan QRIS untuk berbagai keperluan, seperti pembayaran di kantin, fotokopi atau pembelian perlengkapan kuliah, hingga transaksi *merchant* kecil di sekitar kampus. Banyak pedagang dilingkungan kampus telah menyediakan QRIS karena dinilai lebih cepat, praktis, dan mengurangi masalah kembalian.

Kondisi ini menunjukkan bahwa mahasiswa/i sebagai generasi digital sangat adaptif terhadap penggunaan pembayaran non-tunai. Namun demikian, masih ada sebagian mahasiswa yang belum sepenuhnya beralih menggunakan QRIS karena kendala jaringan internet, keterbatasan saldo *e-wallet* atau ketidakbiasaan mengoperasikan aplikasi pembayaran digital.

Dalam perspektif akuntansi, pencatatan transaksi yang cepat, tepat, dan transparan merupakan bagian penting dari sistem informasi akuntansi yang berfungsi mengumpulkan, mengolah, dan menyajikan data keuangan agar pelaku usaha dapat mengetahui kondisi keuangannya dengan jelas dan mengambil keputusan yang tepat. Penggunaan QRIS berpengaruh langsung terhadap kualitas informasi keuangan yang dihasilkan karena setiap transaksi yang dilakukan melalui QRIS tercatat otomatis, akurat, dan *real-time*, sehingga data yang tersimpan lebih terpercaya dan dapat digunakan sebagai dasar penyusunan laporan keuangan yang benar.

Setiap transaksi yang dilakukan tersimpan pada sistem penyedia layanan QRIS yang terhubung langsung dengan Bank Indonesia, sehingga keamanan dan integrasi data tetap terjaga. Cara ini membantu mengurangi resiko kesalahan pencatatan yang sering terjadi pada pembukuan manual, serta memudahkan proses

pencatatan transaksi menjadi lebih akurat dan mudah dikelola oleh pelaku usaha untuk memantau penjualan dan mengatur keuangan.

Penggunaan QRIS berpengaruh langsung terhadap kualitas informasi keuangan yang di hasilkan karena setiap transaksi yang dilakukan melalui QRIS tercatat otomatis, akurat, dan *real-time*, sehingga data yang tersimpan lebih terpercaya dan dapat digunakan sebagai dasar penyusunan laporan keuangan yang benar. Dengan demikian, keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS mencerminkan tindakan atau pilihan individu maupun pelaku usaha atau *merchant* untuk mengadopsi QRIS sebagai metode transaksi utama karena dinilai lebih cepat, aman, dan efisien dibandingkan pembayaran tunai. Keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS menunjukkan bentuk nyata dari adaptasi masyarakat terhadap kemajuan sistem pembayaran digital yang mendukung transparansi dan akuntabilitas keuangan.

Cashless society menggambarkan tingkat kebiasaan masyarakat dalam menggunakan alat pembayaran non-tunai yang efisien, cepat, dan aman. Semakin tinggi tingkat penerapan *cashless society* dilingkungan masyarakat, maka semakin besar pula kecenderungan individu untuk mengambil keputusan menggunakan sistem pembayaran digital QRIS. Dengan demikian, *cashless society* menjadi faktor yang turut mendorong perubahan perilaku transaksi tunai ke digital.

Menurut Anggraini (2021), *cashless society* adalah kalangan yang dalam transaksi keuangannya tidak lagi menggunakan uang tunai, tetapi sudah dalam bentuk kartu, baik berupa kartu kredit, kartu debit maupun cash card. Perubahan sistem pembayaran ini berkembang semakin pesat mengikuti perkembangan

teknologi, hal ini membuat adanya perubahan gaya hidup (*life style*) dalam tatanan masyarakat yang dulunya bertransaksi menggunakan uang tunai sekarang digantikan oleh uang elektronik (*e-money*).

Di sisi lain, transformasi menuju *cashless society* di Indonesia masih menghadapi tantangan, terutama pada segmen masyarakat yang belum sepenuhnya terbiasa dengan pembayaran digital. Permasalahan yang muncul dikarenakan beberapa faktor yaitu demografis, pendidikan, literasi digital, ketidakpahaman masyarakat akan manfaat dan keamanan pembayaran digital, serta hambatan infrastruktur teknologi yang berpengaruh pada efektivitas penggunaan QRIS sehingga memengaruhi kecepatan adopsi QRIS.

Dengan kondisi tersebut, dalam aktivitas sehari-hari, masyarakat hampir tidak lagi membawa uang tunai bahkan di kalangan mahasiswa karena dianggap cepat dan efektif dalam melakukan pembayaran. Jika pun masih menggunakan uang tunai, biasanya hanya untuk kebutuhan kecil seperti membayar parkir atau berbelanja di pasar tradisional maupun toko kelontong yang belum sepenuhnya mendukung transaksi secara digital.

Namun, adopsi sistem seperti QRIS tidak cukup hanya bergantung pada kemajuan teknologi. Keputusan konsumen untuk menggunakan QRIS juga dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satu faktor penting adalah preferensi konsumen, yang mencerminkan kecenderungan seseorang dalam memilih metode pembayaran berdasarkan persepsi kenyamanan, kemudahan, hingga pengalaman pribadi. Preferensi yang kuat terhadap metode pembayaran tunai dapat menjadi penghambat dalam proses adopsi teknologi baru.

Faktor kemudahan, keamanan, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat menggunakan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa dalam aspek perilaku keuangan modern, preferensi konsumen terbentuk melalui persepsi positif terhadap kemudahan serta manfaat yang ditawarkan oleh teknologi pembayaran digital. Konsumen cenderung memilih metode pembayaran yang dianggap lebih nyaman, efisien, dan memiliki tingkat keamanan yang tinggi dibandingkan penggunaan uang tunai. Dengan demikian, kecenderungan masyarakat terhadap penggunaan QRIS dapat dipahami sebagai bentuk penyesuaian terhadap perkembangan gaya hidup modern yang semakin cepat dan serba digital di era *cashless society*.

Menurut penelitian Erininda (2023) dalam *Jurnal Sahmiyya*, perilaku konsumen pada era *cashless society* dipengaruhi oleh perubahan preferensi pembayaran yang menekankan aspek kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen semakin bergeser ke sistem pembayaran digital karena dianggap lebih efektif dan selaras dengan gaya hidup modern yang menuntut efisiensi tinggi.

Faktor lain yang turut menentukan adalah *perceived effectiveness* atau persepsi efektivitas, yaitu sejauh mana konsumen menyakini bahwa sistem pembayaran yang di tawarkan benar-benar efektif, aman, dan bermanfaat. Ketika konsumen merasa yakin akan efektivitas QRIS, mereka cenderung lebih mudah beralih dan menggunakannya secara rutin dalam kehidupan sehari-hari. Jika persepsi efektivitas QRIS dinilai positif, maka peluang adopsi akan meningkat.

Menurut Penelitian (Pangestika et al., 2025) dalam *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, persepsi efektivitas menggambarkan sejauh mana individu menilai sistem pembayaran digital mampu memberikan manfaat nyata, seperti kemudahan, kecepatan, ketepatan, dan keamanan dalam bertransaksi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap efektivitas QRIS, maka semakin kuat kecenderungan mereka untuk mengadopsinya secara berkelanjutan dalam kehidupan sehari-hari.

Oleh karena itu, pemahaman tentang bagaimana *cashless society*, preferensi konsumen, dan *perceived effectiveness* memengaruhi keputusan penggunaan QRIS menjadi penting, baik bagi regulator, *merchant* dan pengguna atau konsumen. Pemahaman tersebut dapat membantu regulator dalam menyusun kebijakan yang mendukung perluasan sistem pembayaran digital yang aman, inklusif, dan efisien. Bagi *merchant*, hal ini menjadi dasar dalam meningkatkan kualitas layanan berbasis digital agar mampu memberikan kenyamanan serta kepercayaan bagi pengguna. Sementara itu, bagi konsumen, pemahaman ini dapat memperkuat motivasi untuk menggunakan QRIS sebagai bagian dari kebiasaan transaksi sehari-hari yang lebih praktis dan modern. Dengan demikian, analisis terhadap faktor-faktor tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam mempercepat transformasi menuju masyarakat non-tunai di Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul: **“Pengaruh *Cashless Society*, Preferensi Konsumen, dan *Perceived Effectiveness* Terhadap Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital Qris”**. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran

mengenai faktor-faktor yang harus diperkuat untuk mendorong adopsi QRIS secara luas dan mendukung transformasi digital ekonomi di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *cashless society*, preferensi konsumen, dan *perceived effectiveness* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan pembayaran digital QRIS?
2. Apakah *cashless society* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan pembayaran digital QRIS?
3. Apakah preferensi konsumen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan pembayaran digital QRIS?
4. Apakah *perceived effectiveness* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan pembayaran digital QRIS?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *cashless society* preferensi konsumen, dan *perceived effectiveness* secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan pembayaran digital QRIS.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *cashless society* secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan pembayaran digital QRIS.

3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh preferensi konsumen secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan pembayaran digital QRIS.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *perceived effectiveness* secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan pembayaran digital QRIS.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh melalui penelitian ini, yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Menurut teoritisnya, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah dalam bidang akuntansi, khususnya topik-topik yang berkaitan dengan sistem informasi akuntansi dan perilaku ekonomi digital. Dalam mengidentifikasi bagaimana pengaruh *cashless society*, preferensi konsumen dan *perceived effectiveness* terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini bisa dipakai menjadi bahan pertimbangan dan referensi tentang penerapan teknologi keuangan dalam sistem pembayaran. Serta untuk pihak lainnya penelitian ini diharapkan bisa membantu untuk menyajikan informasi dalam melaksanakan penelitian sejenis.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan rumusan masalah penelitian yang telah diuraikan di atas, dalam skripsi ini, ruang lingkup dalam penelitian ini adalah mengenai **“Pengaruh *Cashless Society*, Preferensi Konsumen, dan *Perceived Effectiveness* Terhadap Keputusan Menggunakan Pembayaran Qris”**. Penelitian ini difokuskan pada perilaku konsumen dalam memilih QRIS sebagai metode pembayaran digital, dengan objek penelitian terbatas pada mahasiswa/i aktif Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Adapun periode pengumpulan data dilakukan selama periode genap tahun 2024/2025, dengan pendekatan kuantitatif menggunakan instrumen kuesioner.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan teori utama atau *grand theory* yang digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS. TPB adalah teori niat atau perilaku yang dikembangkan oleh Icek Ajzen (1991). TPB dikembangkan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), dengan tujuan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai berbagai faktor yang memengaruhi niat serta perilaku individu. Menurut Ajzen (1991) TPB adalah sebuah model yang bisa menjelaskan bahwa segala tindakan dan perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat dari orang itu sendiri, selain itu faktor internal dan eksternal juga berkontribusi mendorong seseorang untuk berperilaku (Sunaryanto & Priyono, 2025).

TPB mengacu pada pemahaman bahwasannya perilaku merupakan fungsi dari informasi atau keyakinan yang menonjol mengenai perilaku tersebut. Pada dasarnya individu dapat memiliki berbagai macam keyakinan terhadap suatu perilaku namun ketika di hadapkan dengan suatu kejadian tertentu hanya sedikit keyakinan yang timbul. TPB bertujuan untuk menjelaskan bagaimana perilaku manusia dipengaruhi oleh niat serta oleh berbagai komponen yang membentuk niat tersebut. Menurut Ajzen (1991), TPB terdiri atas 3 komponen utama yang saling mempengaruhi satu sama lain, sehingga membentuk niat individu dan akhirnya memengaruhi perilaku. Berikut 3 komponen tersebut:

1. Sikap Terhadap Perilaku (*Attitude Toward The Behavior*)

Sikap terhadap perilaku adalah sebuah kecenderungan individu untuk respon positif atau negatif terhadap suatu objek, individu, institusi maupun peristiwa. Sikap terbentuk berdasarkan keyakinan *behavioral*, yaitu keyakinan tentang hasil yang mungkin timbul dari perilaku tersebut. Misalnya, jika seseorang percaya bahwa menggunakan QRIS memberikan manfaat seperti cepat dan aman, atau khawatir karena takut *error*. Ajzen (1991) menekankan bahwa sikap ini muncul dari keyakinan apa yang mungkin terjadi jika kita melakukan tindakan itu.

2. Norma Subjektif (*Subjective Norms*)

Norma subjektif yaitu faktor sosial yang menggambarkan sejauh mana tekanan atau dorongan sosial dirasakan oleh individu untuk melakukan atau tidak suatu perilaku tertentu. Tekanan atau dorongan ini biasanya muncul dari lingkungan sekitar, seperti keluarga, teman, atau masyarakat yang memiliki pengaruh terhadap keputusan individu. Misalnya, ketika sebagian besar masyarakat sudah beralih menggunakan QRIS dan merekomendasikan penggunaannya, individu cenderung terdorong untuk ikut menggunakan sistem pembayaran tersebut. Azjen (1991) menyatakan bahwa norma subjektif merupakan persepsi individu terhadap tekanan sosial dari orang-orang yang dianggap penting untuk melakukan atau tidak suatu perilaku tertentu.

3. Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceived Behavioral Control*)

Persepsi kontrol perilaku merupakan persepsi kemudahan atau kesulitan yang dirasakan oleh individu dalam melakukan sebuah perbuatan atau perilaku. Misalnya, dalam penggunaan QRIS, seseorang yang memiliki *smartphone*, koneksi internet yang stabil, serta pemahaman tentang cara menggunakan aplikasi pembayaran digital akan merasa lebih mampu dan yakin untuk bertransaksi menggunakan QRIS. Ajzen (1991) juga menjelaskan bahwa semakin tinggi rasa kendali yang dirasakan individu terhadap suatu perilaku, maka semakin besar pula kemungkinan perilaku tersebut akan dilakukan.

2.1.2 Diffusion of Innovation (DOI)

Diffusion of innovation (DOI) merupakan teori yang menjelaskan proses penyebaran serta penerimaan ide, inovasi, maupun teknologi baru di dalam masyarakat. Teori ini menekankan bagaimana individu atau kelompok secara bertahap mengenal, mencoba, hingga akhirnya mengadopsi suatu inovasi dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Rogers (2003), difusi adalah proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam waktu yang didefinisikan antara anggota suatu sistem sosial. Teori DOI ini menggambarkan munculnya inovasi dari waktu ke waktu dengan memperhatikan langkah-langkah proses pengambilan keputusan tentang inovasi yang mempengaruhi adopsi inovasi oleh masyarakat atau sistem sosial (Maynanda et al., 2024).

DOI yang dikemukakan oleh Rogers (2003) bahwa adopsi suatu inovasi dipengaruhi oleh 5 faktor utama, yaitu:

1. Keunggulan relatif (*relative advantage*),

2. Kesesuaian (*compatibility*),
3. Tingkat kesulitan (*complexity*),
4. Kemungkinan untuk dicoba (*trialability*), dan
5. Dapat diamati hasilnya (*observability*).

Dengan demikian, fenomena *cashless society* tidak hanya dipandang sebagai perubahan metode transaksi, tetapi juga sebagai bentuk nyata penerapan dari DOI dalam menjelaskan faktor-faktor diatas yang dapat mendorong masyarakat beralih ke pembayaran digital seperti QRIS.

2.1.3 Consumer Behavior Theory

Consumer Behavior Theory (teori perilaku konsumen) adalah serangkaian proses dan aktivitas yang terjadi saat konsumen, baik secara individu, kelompok, atau organisasi, terlibat dalam mencari, memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk, layanan, ide, atau pengalaman. Tujuan utamanya adalah memenuhi kebutuhan dan keinginan, yang dipertimbangkan secara cermat dalam pengambilan keputusan pembelian. Teori perilaku konsumen memberikan kerangka untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian individu, termasuk sikap, motivasi, dan perilaku (Eki Sunarya et al., 2024).

Teori perilaku konsumen menekankan proses pengambilan keputusan konsumen, termasuk faktor-faktor psikologis dan emosional yang mempengaruhi keputusan pembelian (Ridwansyah & Anggraeni³, 2023). Menurut (Kotler et al., 2022) perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk serta jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dalam teori ini, keputusan

pembelian seseorang dipengaruhi oleh 4 faktor utama, yaitu faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi. Faktor budaya mencakup nilai, norma, dan gaya hidup. Faktor sosial berkaitan dengan pengaruh kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial. Faktor pribadi meliputi usia, pekerjaan, dan kondisi ekonomi. Sedangkan, faktor psikologi mencakup motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap.

2.1.4 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Davis 1989 (dalam Seputri et al., 2022) menjelaskan TAM sebagai model teoritis yang menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi. TAM merupakan salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) yang paling banyak digunakan untuk meneliti adopsi teknologi informasi karena dianggap sederhana namun kuat dalam menjelaskan niat perilaku (*behavioral intention*) seseorang.

TAM juga merupakan suatu teori sistem informasi yang modelnya bagaimana pengguna datang untuk menerima dan menggunakan teknologi. Melalui TAM, asumsinya pada saat pengguna akan menggunakan sistem informasi yang baru maka ada 2 (dua) faktor yang memengaruhinya, yaitu:

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use Perceived*)

Menurut Davis, *ease of use perceived* adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tidak membutuhkan banyak usaha. Dalam penggunaan QRIS, hal ini berarti konsumen merasa sistem pembayaran digitas mudah dipahami dan digunakan tanpa kesulitan, sehingga mendukung tujuan penggunaannya.

2. Persepsi kebermanfaatan atau kegunaan (*Usefulness Perceived*)

Menurut Davis, *perceived usefulness* adalah sejauh mana seseorang meyakini bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya”. Menurut Davis ini menunjukkan bahwa pelanggan percaya bahwa menggunakan QRIS akan meningkatkan kinerja mereka. Dalam penggunaan, hal ini menunjukkan bahwa konsumen menilai sistem pembayaran digital tersebut memberikan manfaat nyata karena dapat mempermudah proses transaksi. Serta kegunaan suatu sistem informasi akan mempengaruhi keyakinan pengguna dalam menentukan apakah teknologi itu layak dipakai atau tidak diperlukan.

2.1.5 Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS

2.1.5.1 Pengertian Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS

Keputusan menggunakan pembayaran digital adalah proses ketika seseorang memilih untuk memakai metode pembayaran berbasis teknologi, seperti QRIS dalam aktivitas bertransaksi sehari-hari. Keputusan untuk menggunakan metode pembayaran digital seperti QRIS bukanlah pilihan yang terjadi secara tiba-tiba, melainkan melalui proses pertimbangan yang dipengaruhi oleh pengalaman, persepsi dan lingkungan sosial.

Keputusan adalah akhir dari proses dari berfikir dimana semua masalah yang ada berhasil terjawab sehingga dapat mengatasi masalah yang ada dengan menjatuhkan pilihan (Rahmawati & Arfiansyah, 2024).

Menurut Kotler dan Keller (dalam Rohmaniyah et al., 2022) keputusan untuk menggunakan jasa merupakan bagian dari perilaku konsumen, yaitu merupakan studi tentang bagaimana konsumen memilih, membeli, menggunakan

dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman. Keputusan konsumen untuk memakai suatu produk setelah sebelumnya memikirkan tentang ayak tidaknya memakai produk itu dengan mempertimbangkan informasi-informasi yang ia ketahui dengan realitas tentang produk itu setelah ia menyaksikannya.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa keputusan menggunakan QRIS dipengaruhi oleh keyakinan bahwa teknologi ini mudah digunakan, bermanfaat, aman, dan sesuai dengan gaya hidup modern. Dalam mengambil keputusan, konsumen mempertimbangkan informasi yang mereka miliki, pengalaman pribadi, serta pengaruh sosial. Faktor-faktor ini membentuk persepsi yang pada akhirnya mengarahkan konsumen untuk memilih QRIS sebagai metode pembayaran digital.

2.1.5.2 Indikator Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS

Keputusan menggunakan pembayaran digital QRS dapat dipahami sebagai sikap dan Tindakan pengguna dalam memilih serta mempertahankan QRIS sebagai sarana transaksi. Pengukuran keputusan tersebut dapat dilihat melalui beberapa indikator, yaitu:

1. Kesiediaan/Niat Menggunakan (*Willingness to Use/Purchase Intention*).

Niat menggunakan menggambarkan kesiapan dan kesediaan individu untuk memnafaatkan QRIS sebagai metode pembayaran. Indicator ini penting karena Keputusan penggunaan selalu diawali oleh adanya minat dan niat untuk mencoba. Semakin tinggi niat menggunakan, semakin besar peluang seseorang benar-benar mengadopsi QRIS dalam kesehariannya.

2. Tindakan Penggunaan Aktual (*Actual Usage*).

Tindakan menggunakan aktual mengacu pada perilaku nyata dalam menggunakan QRIS, misalnya seberapa sering pengguna memilih QRIS dalam berbagai jenis transaksi. Frekuensi penggunaan dapat menunjukkan sejauh mana adopsi teknologi ini telah melekat pada pola konsumsi masyarakat.

3. Kepuasan Setelah Penggunaan (*Post-purchase Satisfaction*).

Kepuasan mencerminkan sejauh mana pengalaman pengguna dalam bertransaksi dengan QRIS sesuai dengan harapan mereka. Apabila konsumen merasa puas, maka keputusan untuk terus menggunakan QRIS akan lebih kuat, dan bahkan dapat mendorong kesetiaan pada sistem tersebut.

4. Loyalitas Penggunaan (*Usage Loyalty*).

Loyalitas berarti komitmen pengguna untuk tetap memilih QRIS dibandingkan metode pembayaran lain, bahkan ketika tersedia alternatif. Loyalitas terbentuk dari pengalaman positif, kepercayaan, dan kepuasan berulang. Loyalitas juga menunjukkan bahwa keputusan penggunaan bukan hanya sesaat, melainkan jangka panjang.

5. Rekomendasi Kepada Orang Lain (*Recommendation*).

Rekomendasi menerminkan kesediaan konsumen untuk menyarankan QRIS kepada orang lain, baik keluarga maupun teman. Hal ini menjadi indikator penting karena pengalaman positif biasanya mendorong pengguna untuk melakukan promosi secara sukarela.

2.1.6 Cashless Society

2.1.6.1 Pengertian Cashless Society

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sistem pembayaran. Salah satu dampak nyata dari perkembangan ini adalah munculnya konsep *cashless society*. Konsep ini menggambarkan kondisi di mana transaksi keuangan dilakukan tanpa menggunakan uang fisik atau tunai, melainkan melalui sistem elektronik yang dinilai lebih praktis, cepat dan aman.

Cashless society adalah masyarakat yang dalam keuangannya tidak lagi menggunakan uang tunai, tetapi sudah dalam bentuk kartu, baik berupa kartu kredit, kartu debit, maupun cash card (Sari et al., 2024).

Cashless society adalah sekelompok orang yang tidak lagi menggunakan uang berbentuk fisik atau tunai sebagai bentuk pembayaran, namun menggunakan alat berupa kartu uang elektronik untuk transaksi pembayaran. Selain itu, tidak ada lagi uang tunai saat membayar kewajiban pembayaran kepada pihak lain. Semuanya dilakukan secara elektronik, baik melalui perbankan online, transfer melalui ATM, atau perbankan telepon/teks (Nazar et al., 2023).

Menurut Katon & Yuniati, 2020, *cashless society* merupakan istilah yang diberikan kepada pengguna yang tidak lagi menggunakan uang berbentuk fisik atau tunai dalam transaksinya, melainkan mentransfer informasi keuangan secara digital.

Cashless society juga bisa diartikan dengan fakta bahwa banyak masyarakat Indonesia, terutama generasi muda, kini lebih cenderung melakukan pembayaran dengan uang elektronik. *Cashless society* kini semakin marak terjadi di Indonesia, salah satunya dipicu oleh COVID-19 yang membuat banyak tenant

menuntut pembayaran selain uang tunai. *Cashless society* juga semakin populer di Indonesia karena dipandang lebih praktis dan mudah.

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa *cashless society* adalah bentuk transformasi dalam pola transaksi masyarakat yang beralih dari penggunaan uang tunai ke sistem pembayaran berbasis digital. Perubahan ini tidak hanya mencerminkan kemajuan teknologi, tetapi juga menjadi bagian dari efisiensi ekonomi dan peningkatan transparansi dalam sistem keuangan.

2.1.6.2 Indikator *Cashless Society*

Dalam penelitian ini, *cashless society* sebagai kondisi Masyarakat yang semakin terbiasa melakukan transaksi tanpa uang tunai, salah satunya melalui penggunaan QRIS. Untuk mengukur fenomena tersebut, digunakan beberapa indikator yang merepresentasikan perilaku dan sikap pengguna, yaitu:

1. Kesiediaan Menggunakan (*Willingness to Use*).

Kesiediaan menggunakan mengacu pada kecenderungan individu untuk menerima dan mencoba QRIS sebagai metode pembayaran. Faktor utama yang memengaruhi indikator ini adalah persepsi kemudahan dalam penggunaan serta manfaat yang diperoleh.

2. Frekuensi Penggunaan (*Frequency of Use*).

Frekuensi penggunaan menunjukkan seberapa sering masyarakat memanfaatkan QRIS dalam kegiatan transaksi, baik untuk kebutuhan sehari-hari maupun pembayaran dalam skala yang lebih besar. Tingginya frekuensi pengguna dapat menggambarkan pergeseran masyarakat menuju pola hidup non-tunai.

3. Kenyamanan & Keamanan (*Convenience & Security Perception*).

Indikator ini berkaitan dengan keyakinan masyarakat bahwa QRIS praktis, cepat, dan memberikan rasa aman dalam bertransaksi. Persepsi kenyamanan memengaruhi pengalaman pengguna, sedangkan rasa aman menjadi faktor penting dalam keputusan adopsi sistem pembayaran digital.

4. Loyalitas Penggunaan (*Usage Loyalty*).

Loyalitas penggunaan mencerminkan konsistensi masyarakat dalam memilih QRIS meskipun terdapat berbagai metode pembayaran lain. Hal ini menunjukkan bahwa QRIS telah menjadi preferensi utama dalam aktivitas keuangan digital.

5. Rekomendasi & *Word of Mouth*.

Rekomendasi merujuk pada kecenderungan pengguna untuk menyarankan penggunaan QRIS kepada orang lain. Indikator ini menjadi penting karena pengaruh sosial berkontribusi pada perluasan adopsi pembayaran digital.

6. Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*).

Kepuasan pengguna adalah tingkat kesenangan yang dirasakan individu setelah melakukan transaksi menggunakan QRIS. Semakin tinggi kepuasan yang diperoleh, semakin besar peluang terbentuknya loyalitas dan rekomendasi positif terhadap QRIS.

2.1.7 Preferensi Konsumen

2.1.7.1 Pengertian Preferensi Konsumen

Pilihan-pilihan konsumen terhadap produk disebut dengan preferensi. Preferensi dapat disebut pula dengan kata lain “selera”. Preferensi berasal dari

bahasa Inggris *preference* yang berarti “*a greater liking for one alternative over another or others*” (kesukaan akan sebuah hal dibandingkan dengan hal yang lain) (Sari et al., 2025).

Menurut Kotler dan Keller (dalam Syam et al., 2022), preferensi konsumen terhadap satu pilihan merek produk yang terbentuk melalui evaluasi atas berbagai macam merek dalam berbagai pilihan yang tersedia. Dapat disimpulkan secara umum bahwa preferensi merupakan sikap atas pilihan terhadap suatu hal yang dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal yang pada akhirnya dapat melahirkan sikap penolakan atau penerimaan tergantung pada tingkat pemahaman individu terhadap stimulasi.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa preferensi konsumen merupakan kecenderungan atau sikap individu dalam memilih suatu produk atau merek tertentu dibandingkan alternatif lainnya, yang terbentuk melalui proses evaluasi terhadap berbagai pilihan yang tersedia. Preferensi ini dipengaruhi oleh faktor internal (seperti kebutuhan, persepsi, motivasi dan pengalaman) dan faktor eksternal (seperti lingkungan sosial, budaya, serta strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan).

2.1.7.2 Indikator Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen diartikan sebagai kecenderungan atau pilihan pengguna dalam menggunakan layanan pembayaran digital QRIS. Untuk mengukur fenomena ini, digunakan beberapa indikator yang merepresentasikan perilaku dan sikap pengguna, yaitu:

1. Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*).

Indikator ini menggambarkan sejauh mana seseorang menilai bahwa QRIS dapat dipahami serta digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang berlebihan. Semakin mudah sistem digunakan, semakin tinggi kemungkinan konsumen memilih layanan tersebut.

2. Manfaat (*Perceived Usefulness*).

Manfaat mengacu pada keyakinan individu bahwa penggunaan QRIS mampu memberikan nilai tambah, seperti efisiensi waktu, kenyamanan, dan peningkatan efektivitas transaksi. Konsumen akan lebih memilih layanan pembayaran digital apabila mereka merasakan manfaat yang signifikan dari penggunaannya.

3. Keamanan (*Security*).

Keamanan berkaitan dengan keyakinan konsumen bahwa transaksi dengan QRIS terlindungi dari ancaman seperti pencurian data, penipuan, ataupun kerugian finansial. Tingginya rasa aman akan memperkuat preferensi konsumen untuk menggunakan layanan digital ini.

4. Resiko Yang Dirasakan (*Perceived Risk*).

Resiko yang dirasakan adalah persepsi konsumen mengenai kemungkinan timbulnya kerugian atau kendala saat menggunakan QRIS, misalnya gangguan sistem, kesalahan transaksi, atau kehilangan saldo. Konsumen cenderung memilih layanan yang dianggap memiliki resiko rendah.

5. Pengaruh Sosial (*Social Influence*).

Pengaruh sosial mengacu pada sejauh mana keputusan konsumen dipengaruhi oleh lingkungan sekitar, seperti keluarga, teman, maupun masyarakat. Dalam

persepsi QRIS, dorongan dari lingkungan sosial maupun kebijakan pemerintah dapat meningkatkan preferensi konsumen untuk beralih ke sistem pembayaran digital.

6. Promosi Dan Insentif.

Promosi dan insentif mencakup strategi eksternal seperti potongan harga, *cashback*, dan program pemasaran lain yang ditawarkan oleh penyedia layanan untuk mendorong penggunaan QRIS. Keberadaan insentif dapat meningkatkan preferensi konsumen karena memberikan keuntungan tambahan dari sisi ekonomi.

2.1.8 *Perceived Effectiveness*

2.1.8.1 *Pengertian Perceived Effectiveness*

Menurut Peter F. Drucker (dalam Sari et al., 2024) mengemukakan bahwa efektivitas pada dasarnya berhubungan dengan pencapaian suatu tujuan sasaran yang harus dicapai, dan efektif dalam kemampuan untuk memiliki tujuan yang tepat atau dengan kata lain melakukan pekerjaan yang benar.

Dalam penggunaan digital payment seperti QRIS, *perceived effectiveness* mencerminkan sejauh mana pengguna percaya bahwa sistem tersebut mempermudah dalam transaksi, menghemat waktu dan biaya, aman digunakan dan memberikan pengalaman yang nyaman. Semakin tinggi persepsi efektivitas yang dimiliki seseorang terhadap QRIS, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk mengambil keputusan menggunakan sistem tersebut secara terus-menerus.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa *perceived effectiveness* (efektivitas yang dirasakan) adalah persepsi subjektif individu

terhadap seberapa besar suatu sistem layanan, atau teknologi mampu memberikan hasil yang diharapkan secara efisien dan bermanfaat.

2.1.8.2 Indikator *Perceived Effectiveness*

Perceived effectiveness dipahami sebagai persepsi pengguna mengenai sejauh mana QRIS mampu memberikan hasil yang efektif dalam proses pembayaran digital. Untuk mengukurnya, digunakan beberapa indikator, yaitu:

1. Efisiensi Waktu Transaksi.

Efisiensi waktu transaksi mencerminkan sejauh mana penggunaan QRIS mampu menghemat waktu dibandingkan dengan metode pembayaran tunai maupun non-tunai lainnya. Efektivitas suatu sistem pembayaran dapat dilihat dari kemampuannya mempercepat proses transaksi dan meminimalisasi keterlambatan.

2. Kecepatan Proses Pembayaran.

Kecepatan merujuk pada seberapa cepat QRIS memproses transaksi mulai dari pemindaian kode hingga konfirmasi pembayaran. Persepsi pengguna terhadap efektivitas sistem sangat dipengaruhi oleh kecepatan layanan yang diberikan.

3. Kepuasan Pengguna.

Kepuasan pengguna menggambarkan tingkat kesenangan atau rasa puas setelah menggunakan QRIS dalam transaksi. Jika sistem dianggap efektif, pengguna akan merasa lebih puas karena kebutuhan transaksi dapat terpenuhi dengan cepat dan lancar.

4. Keandalan Sistem.

Keandalan berkaitan dengan kemampuan QRIS dalam memberikan layanan yang konsisten, minim gangguan, serta akurat dalam memproses transaksi. Sistem yang efektif adalah sistem yang diandalkan dalam berbagai situasi transaksi.

5. Responsivitas Layanan Bantuan.

Responsivitas merujuk pada kesiapan penyedia layanan dalam memberikan dukungan, seperti *helpdesk* atau *customer servies*, jika terjadi kendala. Tingkat efektivitas QRIS akan lebih tinggi apabila layanan bantuan responsif dan mampu menyelesaikan masalah dengan cepat.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Untuk mempermudah proses saat penelitian, penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan, diharapkan dengan penelitian terdahulu ini dapat menjadi referensi penulis dalam meneliti permasalahan ini.

Tabel 2. 1
Penelitian Sebelumnya

No.	Judul, Nama Peneliti, (Tahun)	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, dan Keamanan Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan QRIS Sebagai Sistem Pembayaran Non Tunai (Sari, A. I et al., 2025)	Kuantitatif	1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel kemudahan secara parsial terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran non tunai.	Sama-sama menggunakan objek penelitian mahasiswa/i.	Penelitian dilakukan di UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, sedangkan penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.

No.	Judul, Nama Peneliti, (Tahun)	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			<p>2. Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan variabel kemanfaatan secara parsial terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran non tunai.</p> <p>3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel keamanan secara parsial terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran non tunai.</p> <p>4. Variabel kemudahan, kemanfaatan, dan keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran non tunai.</p>		
2.	Studi Kuantitatif Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan <i>Cashless Society</i> Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa (Sintiani et al., 2025)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup dan <i>cashless society</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan	<p>1. Sama-sama menggunakan variabel <i>cashless society</i> sebagai variabel independen.</p> <p>2. Objek penelitiannya</p>	Lokasi penelitian terdahulu di Universitas Bumigora, sedangkan penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Aceh.

No.	Judul, Nama Peneliti, (Tahun)	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			mahasiswa.	sama yaitu mahasiswa/i.	
3.	Pengaruh <i>Cashless Society</i> , Preferensi Konsumen, dan <i>Perceived Effectiveness</i> Terhadap Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS (Sari, E.I et al., 2024)	Kuantitatif	<p>1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel <i>cashless society</i> dan <i>Perceived effectiveness</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS.</p> <p>2. Variabel Preferensi konsumen tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS.</p>	<p>1. Sama-sama menggunakan variabel <i>cashless society</i>, preferensi konsumen dan <i>perceived effectiveness</i> sebagai variabel independen.</p> <p>Sama-sama menggunakan keputusan pembayaran digital QRIS sebagai variabel dependen.</p>	<p>1. Objek penelitian terdahulu adalah konsumen UMKM Aeleen Craft Malang, sedangkan objek penelitian saat ini adalah mahasiswa/i aktif Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.</p> <p>2. Lokasi penelitian sebelumnya di UMKM Aeleen Craft Malang, sedangkan lokasi saat ini di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.</p> <p>3. Waktu penelitian dilakukan pada tahun 2024.</p>
4.	Pengaruh <i>Cashless Society</i> dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z di Kota Padang (Rahmatika et al., 2024)	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>cashless society</i> dan literasi keuangan, baik secara parsial maupun simultan mampu mempengaruhi perilaku konsumtif generasi z.	<p>1. Sama-sama menggunakan variabel <i>cashless society</i> sebagai variabel independen.</p> <p>2. Objek penelitian sama yaitu</p>	1. Variabel dependen penelitian terdahulu adalah perilaku konsumtif, sedangkan variabel dependen penelitian adalah keputusan

No.	Judul, Nama Peneliti, (Tahun)	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				mahasiswa/i.	menggunakan pembayaran digital QRIS. 2. Lokasi penelitian sebelumnya di Universitas dan Politeknik di Padang, Sumatera Barat. 3. Penelitian dilakukan pada tahun 2024.
5.	Pengaruh Gaya Hidup, e-WOM, dan <i>Cashless Society</i> Terhadap Keputusan Dalam Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2019 Universitas Islam Malang (Rohmaniyah et al., 2022)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel gaya hidup, e-WOM, dan <i>cashless society</i> berpengaruh terhadap keputusan konsumen mahasiswa FEB Universitas Islam Malang yang pernah menggunakan QRIS. Variabel gaya hidup dan <i>cashless society</i> berpengaruh terhadap keputusan konsumen, sedangkan variabel e-WOM tidak berpengaruh signifikan.	1. Sama-sama menggunakan variabel dependen keputusan dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS. 2. Objek penelitiannya sama yaitu mahasiswa/i.	1. Penelitian sebelumnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. 2. Penelitian dilakukan pada tahun 2022.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam sebuah penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan dengan tiga variabel atau lebih. Di tinjau dari jenis hubungan variabel, yaitu hubungan sebab akibat suatu variabel yang memengaruhi variabel lain. Kerangka teori akan memberikan manfaat berupa

persepsi yang sama antara penelitian dan pembaca terhadap jalur pemikiran dalam rangka membentuk hipotesis risetnya secara logis.

2.3.1 Hubungan *Cashless Society* dengan Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS

Perkembangan menuju era *cashless society* menggambarkan perubahan perilaku masyarakat semakin meninggalkan transaksi berbasis uang tunai dan beralih pada metode pembayaran digital. Perubahan ini terjadi karena masyarakat menilai pada pembayaran non-tunai lebih praktis, efisien, aman, dan sesuai dengan gaya hidup modern. Dalam penggunaan QRIS, semakin tinggi tingkat penerimaan masyarakat terhadap gaya hidup *cashless society*, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk memutuskan menggunakan QRIS dalam transaksi sehari-hari.

Cashless society mendorong munculnya norma sosial baru di mana penggunaan pembayaran digital menjadi praktik umum. Kondisi ini menumbuhkan persepsi bahwa QRIS adalah metode pembayaran yang wajar, mudah dijumpai, dan relevan dengan kebutuhan mobilitas masyarakat saat ini. Ketersediaan QRIS diberbagai *merchant* juga memperkuat keputusan konsumen karena transaksi menjadi lebih cepat dan minim hambatan. Dengan demikian, meningkatnya orientasi masyarakat menuju *cashless society* berpotensi meningkatkan keputusan individu menggunakan QRIS.

2.3.2 Hubungan Preferensi Konsumen dengan Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS

Preferensi konsumen menggambarkan kecenderungan, selera, dan pilihan individu terhadap suatu produk atau layanan berdasarkan pengalaman, kebutuhan, maupun nilai yang dianggap penting. Dalam penggunaan QRIS, preferensi konsumen dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, kenyamanan, kecepatan transaksi, serta biaya yang minim. Semakin sesuai QRIS dengan preferensi tersebut, maka semakin tinggi probabilitas konsumen untuk memutuskan untuk menggunakannya.

Preferensi konsumen terbentuk dari evaluasi terhadap berbagai alternatif metode pembayaran. Ketika konsumen merasa bahwa QRIS lebih praktis dibanding uang tunai. Lebih mudah dibanding kartu debit, atau lebih efisien dibanding *e-wallet* tertentu, maka QRIS menjadi pilihan utama. Selain itu, preferensi juga dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kecenderungan orang terdekat menggunakan QRIS, sehingga memunculkan efek dorongan sosial.

2.3.3 Hubungan *Perceived Effectiveness* dengan Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS

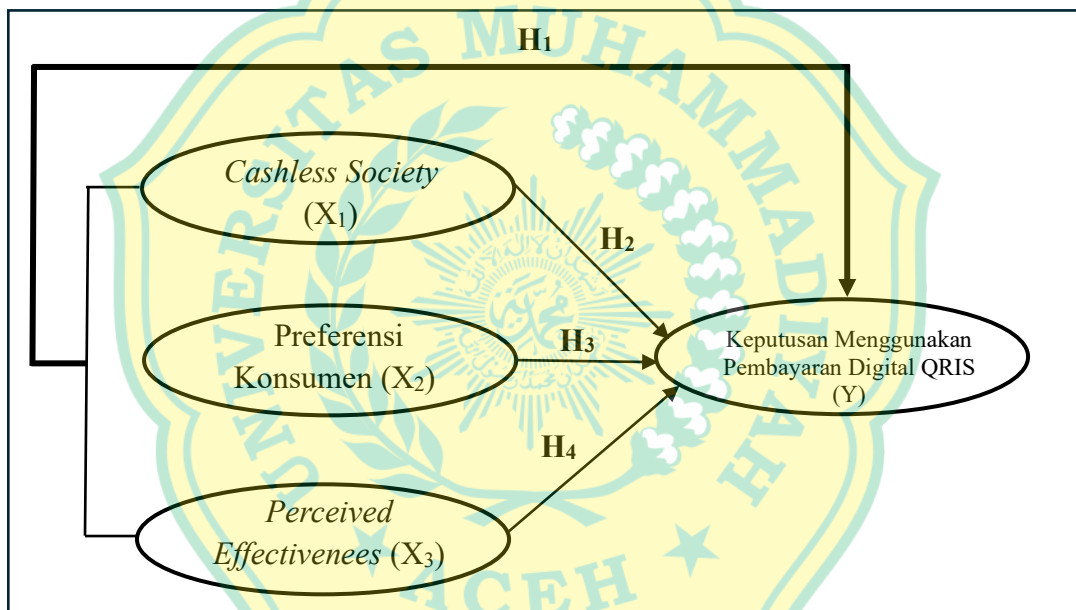
Perceived effectiveness merujuk pada persepsi konsumen mengenai sejauh mana suatu teknologi mampu bekerja dengan baik, memberikan manfaat nyata, dan membantu mereka menyelesaikan aktivitas secara efisien. Dalam penggunaan QRIS, persepsi efektivitas dapat berupa keyakinan bahwa QRIS cepat dipindai, aman digunakan, jarang mengalami *error*, dan diterima di banyak tempat.

Ketika konsumen merasa QRIS efektif, mereka akan memandangnya sebagai Solusi yang benar-benar berguna sehingga meningkatkan keyakinan dan minat untuk menggunakannya. Sebaliknya, jika mereka merasa transaksi sering gagal,

lambat, atau tidak aman, maka keputusan menggunakan QRIS akan menurun. Oleh karena itu, *perceived effectiveness* menjadi determinan penting dalam pengambilan keputusan penggunaan pembayaran digital.

Berdasarkan uraian hubungan antara variabel dependen dan independen yang dijelaskan pada kerangka pemikiran, maka dapat dirumuskan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



Keterangan:

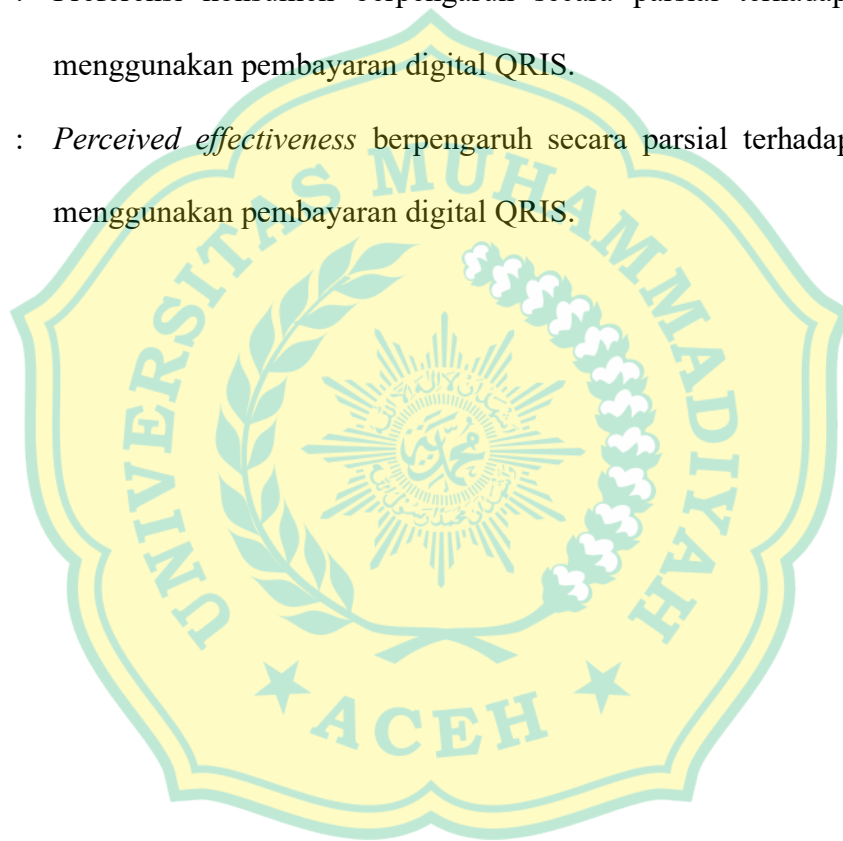
—————→ : Pengaruh secara simultan

—————→ : Pengaruh secara parsial

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₁ : *Cashless society*, preferensi konsumen, dan *perceived effectiveness* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS.
- H₂ : *Cashless society* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS.
- H₃ : Preferensi konsumen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS.
- H₄ : *Perceived effectiveness* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah rencana kerja yang tersusun secara sistematis, memuat tahapan dari identifikasi masalah hingga analisis hasil, yang berfungsi sebagai pedoman untuk memperoleh temuan yang akurat, relevan dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3.1.1 Tujuan Penelitian

Tinjauan ini diharapkan dapat memperoleh informasi atau penemuan baru sebagai verifikasi atau pengujian realitas informasi yang ada dari *cashless society*, preferensi konsumen, dan *perceived effectiveness* baik secara parsial maupun simultan serta untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS. Faktor bebas yang digunakan dalam pengujian ini adalah *cashless society*, preferensi konsumen, dan *perceived effectiveness*, sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS.

3.1.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan analisis statistik deskriptif dan regresi linear berganda. Menurut Creswell (dalam Waruwu et al., 2025) penelitian kuantitatif merupakan pendekatan sistematis dan objektif dalam pengumpulan dan analisis data yang melibatkan penggunaan data numerik untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi yang valid dan andal tentang fenomena atau masalah tertentu.

3.1.3 Horizon Waktu

Penelitian ini merupakan satu waktu (*one shot study*) yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan sekaligus dapat data dari subjek penelitian dalam satu periode waktu. Waktu pelaksanaan penelitian ini yaitu mulai dari sejak tanggal 08 September 2025 sampai dengan akhir penelitian.

3.1.4 Unit Analisis

Unit analisis merupakan satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian. Menurut Babbie (2020), unit analisis adalah apa yang mau diteliti. Dalam penelitian ilmu sosial, unit analisis umumnya meliputi individu, kelompok, organisasi, maupun artefak sosial.

Berdasarkan pengertian unit analisis diatas, penelitian ini adalah individu, yaitu mahasiswa/i aktif Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh Periode Genap Tahun 2024/2025. Pemilihan mahasiswa sebagai unit analisis didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka merupakan kelompok konsumen muda yang aktif menggunakan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam melakukan transaksi keuangan.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini mencakup mahasiswa/i aktif Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh Periode Genap Tahun 2024/2025.

Tabel 3. 1
Mahasiswa/i Aktif Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh
Periode Genap Tahun 2024/2025

No.	Objek	Jumlah
1.	Mahasiswa/i	929

Sumber : Biro Akademik Universitas Muhammadiyah Aceh

2. Sampel Penelitian

Populasi sering kali memiliki karakteristik yang kompleks sehingga sulit diakses secara keseluruhan. Untuk mengatasi tantangan ini, maka peneliti mengambil sampel sebagai bagian kecil dari populasi yang representatif mencerminkan karakteristik populasi tersebut.

Sampel dalam penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai bagian dari populasi yang dipilih untuk dianalisis dengan tujuan agar hasilnya dapat digeneralisasikan ke seluruh populasi. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana subjek dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap relevan oleh peneliti.

Purposive sampling memungkinkan peneliti untuk fokus pada kelompok atau individu yang paling relevan dengan tujuan penelitian, sehingga informasi yang dikumpulkan menjadi lebih kaya dan spesifik. Adapun rumus dalam penentuan sampel dalam penelitian ini ditentukan oleh rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan (*margin of error*)

Batas toleransi kesalahan (*margin of error*) dalam penelitian ini dinyatakan dengan persentase. Semakin kecil populasi kesalahan, semakin akurat sampel menggambarkan populasi. misalnya penelitian dengan batas toleransi kesalahan 10% memiliki tingkat akurasi 90%. Penelitian dengan batas toleransi kesalahan 20% memiliki tingkat akurasi 80%. Dengan jumlah populasi yang sama semakin tingkat kesalahan yang ditoleransi, semakin besar jumlah sampel yang dibutuhkan.

Populasi mahasiswa/i aktif Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh periode genap tahun 2024/2025 yang memenuhi kriteria yakni berjumlah 929 orang. Dengan memasukkan data populasi $N= 929$ dan batas toleransi kesalahan $e= 0.10$, maka jumlah sampel yang diambil yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{929}{1 + 929(0,10)^2}$$

$$n = \frac{929}{1 + 929(0,01)}$$

$$n = \frac{929}{1 + 9,29}$$

$$n = \frac{929}{10,29}$$

$$= 90,28$$

Berdasarkan hasil tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan adalah 90 responden.

3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana asal data penelitian itu diperoleh.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i aktif Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh periode genap tahun akademik 2024/2025 yang memenuhi kriteria.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari Biro Akademik Universitas Muhammadiyah Aceh, seperti jumlah mahasiswa/i serta literatur yang relevan, baik dari buku, jurnal ilmiah, maupun publikasi resmi seperti Laporan perekonomian Aceh Bank Indonesia tahun 2025 terkait *cashless society*, preferensi konsumen, *perceived effectiveness*, dan keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS.

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini ada 2 cara yang digunakan oleh peneliti dalam teknik pengumpulan data, yaitu:

- a. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Kuesioner berisikan pertanyaan atau pernyataan terstruktur yang sesuai dengan permasalahan yang sedang diteliti meliputi: *cashless society*, preferensi

konsumen, *perceived effectiveness*, dan keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS.

Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala Likert, yang berfungsi sebagai alat ukur untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap fenomena sosial yaitu penggunaan pembayaran digital QRIS. Skala Likert yang digunakan merupakan modifikasi dengan interval 1-5, dimana responden diminta untuk memberikan tingkat persetujuan terhadap pernyataan yang diajukan.

Menurut Sugiyono (93-95:2015) skala likert digunakan untuk mengukur sikap dan persepsi individu terhadap suatu objek sosial dengan memberikan 5 alternatif jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Pemilihan skala Likert 5 tingkat dilakukan karena memberikan keleluasaan kepada responden untuk menentukan pilihan yang paling sesuai dengan tingkat keyakinannya, serta mampu menghasilkan data yang lebih bervariasi dan sensitif terhadap perbedaan persepsi individu. Dengan demikian, penggunaan skala Likert 5 tingkat dianggap paling sesuai dalam penelitian ini, karena dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kecenderungan sikap dan preferensi responden dalam memutuskan penggunaan sistem pembayaran digital QRIS. Kategori jawaban dan skor pada skala Likert 5 tingkat dalam penelitian ini disajikan pada tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3. 2
Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

- b. Kepustakaan, digunakan untuk memperoleh dasar teori yang relevan, memperkuat argumen penelitian, serta membandingkan dengan hasil penelitian terdahulu sebagai acuan sehingga dapat dijadikan landasan dalam menyusun kerangka pemikiran dan mendukung hasil analisis.

3.4 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini memiliki variabel-variabel yang akan diteliti dan bersifat saling mempengaruhi. Dalam variabel yang diteliti sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Definisi Dan Operasional Variabel

No.	Variabel	Defnisi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Item
1.	Keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS (Y)	Keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS adalah tindakan konsumen memilih menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital secara rutin (Sari et al., 2024).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesiediaan/niat menggunakan menggunakan (<i>Willingness to Use/Purchase Intention</i>). 2. Tindakan penggunaan aktual (<i>Actual Usage</i>). 3. Kepuasan setelah penggunaan (<i>Post-purchase Satisfaction</i>). 4. Loyalitas penggunaan (<i>Usage Loyalty</i>). 5. Rekomendasi kepada orang lain (<i>Recommendation</i>). 	Interval	Likert	A1-A5

No.	Variabel	Defnisi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Item
2.	<i>Cashless Society</i> (X ₁)	<i>Cashless Society</i> adalah masyarakat yang bertransaksi non-tunai menggunakan metode digital seperti QRIS karena kemudahan dan keamanan (Sari et al., 2024).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesiediaan menggunakan (<i>Willingness to Use</i>). 2. Frekuensi penggunaan (<i>Frequency of Use</i>). 3. Kenyamanan & keamanan (<i>Convenience & Security Perception</i>). 4. Loyalitas penggunaan (<i>Usage Loyalty</i>). 5. Rekomendasi & word of mouth. 6. Kepuasan pengguna (<i>User Satisfaction</i>). 	Interval	Likert	B1-B6
3.	Preferensi Konsumen (X ₂)	Preferensi Konsumen adalah kesukaan dan kecenderungan konsumen memilih QRIS berdasar kemudahan, manfaat, keamanan, dan faktor sosial (Emiliyana et al., 2024).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>). 2. Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>). 3. Keamanan (<i>Security</i>). 4. Resiko yang dirasakan (<i>Perceived Risk</i>). 5. Pengaruh sosial (<i>Social Influence</i>). 6. Promosi dan insentif. 	Interval	Likert	C1-C6
4.	<i>Perceived effectiveness</i> (X ₃)	<i>Perceived effectiveness</i> (X ₃) adalah persepsi pengguna tentang efektivitas QRIS berupa transaksi cepat, aman, mudah, dan andal (Sari et al., 2024).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efisiensi waktu transaksi. 2. Kecepatan proses pembayaran. 3. Kepuasan pengguna. 4. Keandalan sistem. 5. Responsivitas layanan bantuan. 	Interval	Likert	D1-D5

3.5 Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Metode regresi digunakan untuk menguji besarnya pengaruh secara simultan maupun parsial dari variabel bebas (*independent variables*) terhadap variabel terikat (*dependent variable*). Dalam penelitian ini, variabel bebas terdiri dari

cashless society (X_1), preferensi konsumen (X_2), dan *perceived effectiveness* (X_3), sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS (Y).

Analisis regresi linear berganda ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *cashless society*, preferensi konsumen dan *perceived effectiveness* terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS. Adapun persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

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

Keterangan:

Y	= Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS
α	= Koefisien konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= Koefisien regresi dari variabel bebas
X_1	= <i>Cashless society</i>
X_2	= Preferensi konsumen
X_3	= <i>Perceived effectiveness</i>
e	= <i>Error</i>

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model regresi yang dibentuk dapat menjelaskan variasi pada variabel terikat, yaitu keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

3.6 Pengujian Data

3.6.1 Pengujian Validitas

Validitas instrumen pengukuran ditentukan oleh kemampuannya untuk mengumpulkan data, yang memungkinkan digunakan untuk tujuan mengukur sesuatu. Uji validitas adalah suatu ukuran yang menggambarkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan dianggap benar. Perhitungan validitas instrumen didasarkan perbandingan antara r -hitung dan r -tabel. Apabila r -hitung lebih besar dari r -tabel pada signifikan 5% maka data bisa dikatakan valid. Sebaliknya jika r -hitung lebih kecil dari r -tabel maka data tidak valid.

3.6.2 Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Instrumen yang reliabel berarti apabila digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang relatif konsisten. Dalam penelitian ini, instrumen berupa kuesioner yang mengukur variabel *cashless society* (X1), preferensi konsumen (X2), dan *perceived effectiveness* (X3), serta keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS (Y) diuji reliabilitasnya agar dapat dipastikan keakuratannya.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan koefisien Cronbach's Alpha melalui program SPSS versi 25. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Jika r alpha positif atau $> r$ tabel maka pernyataan reliabel.
2. Jika r alpha negatif atau $< r$ tabel maka pernyataan tidak reliabel.

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,60$.

3.6.3 Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui bahwa data berdistribusi normal atau tidak. Maksud dari data normal adalah bahwa data akan mengikuti bentuk dari distribusi normal. Menurut Ghozali (dalam Aditiya et al., 2023) menjelaskan bahwa tujuan dari uji normalitas adalah untuk menilai apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mengikuti distribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan kurva normal probability plot. Data dikatakan berdistribusi normal apabila titik-titik pada grafik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel yang memiliki kesamaan antara variabel independen dalam satu model. Kesamaan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Menurut Ghozali (dalam Aditiya et al., 2023), uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk memastikan bahwa model regresi memiliki korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel independen yang digunakan.

Apabila dalam model regresi yang diuji memiliki korelasi tinggi atau sempurna pada variabel bebas maka model regresi akan dinyatakan mengandung gejala multikolinearitas. Salah satu indikator untuk mendeteksi terjadinya multikolinearitas adalah dengan melihat nilai TOL (*Tolerance*) dan VIF (*Variance*

Inflation Factor). Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai TOL > 0,10 dan VIF < 10, maka model penelitian dinyatakan tidak memiliki gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (dalam Aditiya et al., 2023) menyatakan uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji model regresi memiliki ketidaksamaan varians dari satu residual pengamatan ke pengamatan lainnya. Heteroskedastisitas muncul karena adanya varian pada variabel model regresi yang tidak sama. Sedangkan homoskedastisitas akan muncul apabila model regresi memiliki nilai yang sama. Model regresi yang diharapkan adalah residual satu pengamatan lainnya dengan konstan atau homoskedastisitas atau tidak adanya heteroskedastisitas.

Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik scatterplot. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur, kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk dapat meyakinkan dapat di uji menggunakan uji Glejser, jika nilai signifikan > 0,05 maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas, sedangkan jika nilai signifikan < 0,05 maka terdapat heteroskedastisitas.

3.7 Pengujian Hipotesis

Hipotesis atau yang disebut juga dengan hipotesa merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang masih diduga oleh peneliti karena masih membutuhkan pembuktian kebenarannya. Hipotesis juga bisa diartikan sebagai jawaban sementara terhadap pertanyaan-pertanyaan penelitian sebelum penelitian tersebut dilaksanakan.

Untuk mengetahui hipotesis yang di ajukan terbukti atau tidak maka digunakan perhitungan uji statistik dengan penetapan dengan 2 (dua) pengujian yaitu:

a. Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen terdiri dari *cashless society* (X_1), preferensi konsumen (X_2), dan *perceived effectiveness* (X_3), sedangkan variabel dependennya adalah keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS (Y). Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika t hitung $>$ t tabel atau nilai signifikan $<$ 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap Y .
2. Jika t hitung $<$ t tabel atau nilai signifikan $>$ 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap Y .

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terdiri dari *cashless society* (X_1), preferensi konsumen (X_2),

dan *perceived effectiveness* (X_3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS (Y). Adapun kriteria pengujian uji f adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).
2. Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Perkembangan teknologi saat ini membawa banyak perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara masyarakat melakukan transaksi keuangan. Jika sebelumnya masyarakat lebih sering menggunakan uang tunai, kini kebiasaan tersebut mulai berpembayaran digital. Perubahan ini dikenal dengan istilah *cashless society*, yaitu kondisi masyarakat lebih memilih menggunakan alat pembayaran mom-tunai dalam kegiatan sehari-hari.

Salah satu bentuk pembayaran digital yang banyak digunakan di Indonesia adalah QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). QRIS diperkenalkan oleh Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) dan mulai diberlakukan secara nasional sejak 17 Agustus 2019. Kehadiran QRIS bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam bertransaksi, karena satu kode QR dapat digunakan untuk berbagai aplikasi pembayaran seperti Gopay, OVO, DANA, ShopeePay, LinkAja, dan aplikasi mobile banking dari berbagai bank.

Melalui QRIS, proses transaksi menjadi lebih cepat, efisien, dan tidak memerlukan kontak fisik secara langsung. Hal ini membuat sistem pembayaran digital semakin populer, terutama di kalangan anak muda yang terbiasa dengan kemudahan teknologi. Selain itu, faktor kemudahan, peningkatan minat Masyarakat terhadap QRIS juga dipengaruhi oleh preferensi konsumen yang cenderung memilih cara bertransaksi yang praktis, aman, dan modern.

Selain itu, adanya *perceived effectiveness* atau persepsi efektivitas dari pengguna juga berperan penting. Banyak pengguna merasa bahwa QRIS bukan hanya membantu mempercepat transaksi, tetapi juga meningkatkan kenyamanan dan efisiensi waktu. Ketika seseorang merasa sistem pembayaran tersebut efektif, maka kemungkinan besar mereka akan terus menggunakannya dalam aktivitas sehari-hari.

Dalam penelitian ini, mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Aceh (UNMUHA) menjadi kelompok yang menarik untuk diteliti. Mahasiswa dikenal sebagai generasi yang mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi, termasuk penggunaan sistem pembayaran digital. Selain itu, aktivitas mahasiswa/i seperti berbelanja, makan dan minum di kantin, hingga bertransaksi administrasi di lingkungan kampus, membuat QRIS menjadi pilihan pembayaran yang relevan dan praktis.

Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada mahasiswa/i aktif Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh Periode Genap Tahun 2024/2025, dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana *cashless society*, preferensi konsumen, dan *perceived effectiveness* memengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan pembayaran digital QRIS. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan Gambaran tentang bagaimana perilaku generasi muda terhadap sistem pembayaran modern, sekaligus menjadi masukan bagi pengembangan ekonomi digital di lingkungan kampus dan masyarakat luas.

4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan data mengenai identitas pribadi para responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Penyajian data mengenai karakteristik responden ini berguna untuk memberikan informasi/keterangan mengenai data pribadi responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, dan prodi responden sebagai berikut:

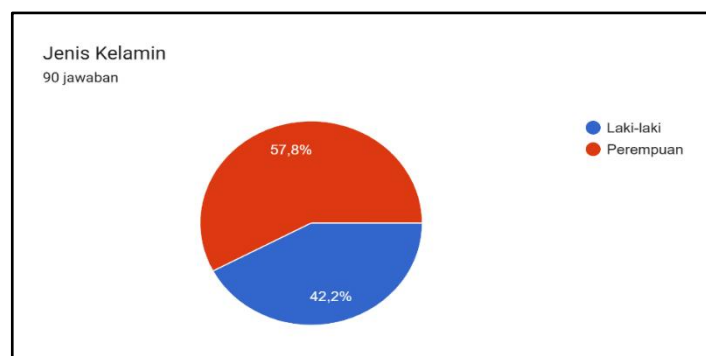
Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	38	42,2%
2.	Perempuan	52	57,8%
Total		90	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2025)

Berdasarkan tabel 4.1, diketahui bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 38 orang, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 52 orang. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan. Gambar 4.1 menunjukkan bahwa persentase responden perempuan lebih tinggi dibandingkan laki-laki.

Gambar 4.1
Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2025)

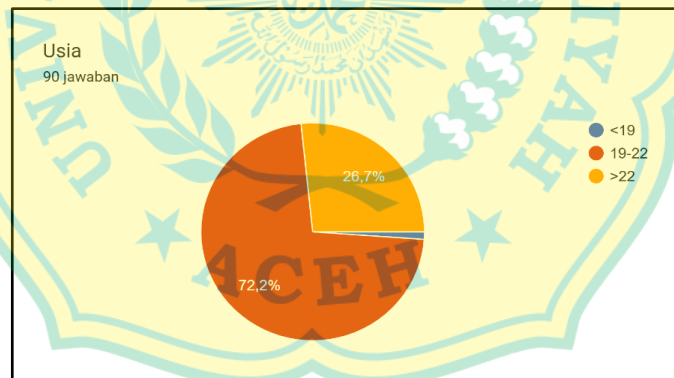
Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1.	19 Tahun	1	1,1%
2	19-22 Tahun	65	72,2%
3	>22 Tahun	24	26,7%
Total		90	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2025)

Berdasarkan tabel 4.2, diketahui bahwa jumlah responden dengan rentang usia 19-22 tahun sebanyak 65 orang (72,2%), responden dengan usia >22 tahun sebanyak 24 orang (26,7%), dan responden dengan usia 19 tahun sebanyak 1 orang (1,1%). Hal ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kelompok usia 19-22 tahun, sebagaimana terlihat pada gambar 4.2 berikut ini:

Gambar 4. 2
Diagram Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2025)

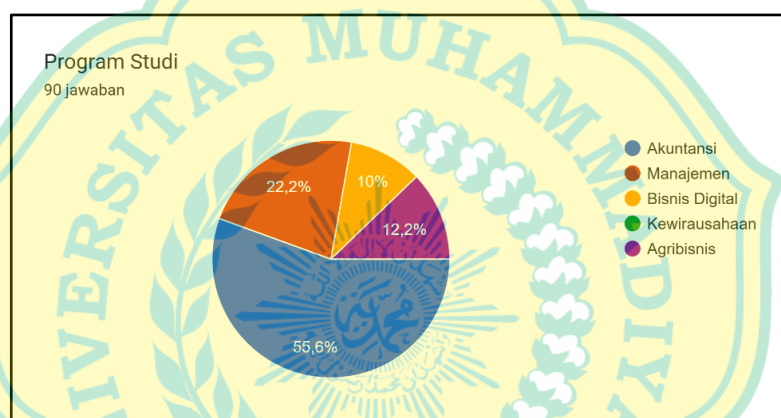
Tabel 4. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

No.	Program Studi	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Akuntansi	50	55,6%
2	Manajemen	20	22,2 %
3	Agribisnis	11	12,2%
4	Bisnis Digital	9	10,2 %
5	Kewirausahaan	0	0,0%
Total		90	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2025)

Berdasarkan tabel 4.3, diketahui bahwa jumlah responden dari program studi akuntansi sebanyak 50 orang (55,6%), manajemen sebanyak 20 orang (22,2%), agribisnis sebanyak 11 orang (12,2%), dan bisnis digital sebanyak 9 orang (10,0%), sedangkan tidak ada responden dari program studi kewirausahaan (0,0%). Hal ini menunjukkan bahwa responden disominasi oleh mahasiswa/i program akuntansi, dapat dilihat pada gambar 4.3 berikut ini:

Gambar 4.3
Diagram Responden Berdasarkan Program Studi



Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2025)

4.3 Analisis Deskriptif

Berikut adalah jawaban responden melalui kuesioner yang diajukan kepada responden yang merupakan penjelasan hasil penelitian terhadap item-item pertanyaan atau pernyataan variabel *cashless society* (X_1), preferensi konsumen (X_2), *perceived effectiveness* (X_3), dan keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS (Y).

4.3.1 Variabel Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS

Hasil penelitian tentang penjelasan responden terhadap variabel keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4. 4
Hasil Analisis Jawaban Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS

No.	Item Pertanyaan	SS		S		N		TS		STS		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	Saya berniat terus menggunakan QRIS untuk transaksi sehari-hari.	36	40,0%	32	35,6%	18	20,0%	1	1,1%	3	3,3%	4,08
2.	Saya sering memakai QRIS untuk membayar di kampus.	17	18,9%	34	37,8%	27	30,0%	8	8,9%	4	4,4%	3,58
3.	Saya puas setelah melakukan pembayaran menggunakan QRIS.	37	41,1%	31	41,1%	11	12,2%	1	1,1%	4	4,4%	4,13
4.	Saya memilih QRIS sebagai cara utama saya untuk bertransaksi digital.	28	31,1%	38	42,2%	17	18,9%	4	4,4%	3	3,3%	3,93
5.	Saya akan merekomendasikan QRIS kepada teman-teman saya.	41	45,6%	29	32,2%	14	15,6%	4	4,4%	2	2,2%	4,14
Rata-rata											3,97	

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2025)

Berdasarkan hasil perhitungan pada item pernyataan di atas, diketahui bahwa pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi adalah “saya akan merekomendasikan QRIS kepada teman-teman saya” dengan nilai mean sebesar 4,14. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki kecenderungan positif untuk merekomendasikan penggunaan QRIS kepada orang lain sebagai sarana pembayaran digital yang praktis dan efisien.

4.3.2 Variabel *Cashless Society*

Hasil penelitian tentang penjelasan responden terhadap variabel *cashless society* dapat dilihat pada tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4. 5
Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel Cashless Society

No.	Item Pertanyaan	SS		S		N		TS		STS		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	Saya lebih suka pakai QRIS daripada uang tunai di kampus.	20	22,2%	33	36,7%	26	28,9%	8	8,9%	3	3,3%	3,66
2.	Saya sering pakai QRIS untuk membayar di kantin atau fotokopi.	13	14,4%	38	42,2%	26	28,9%	10	11,1%	3	3,3%	3,53
3.	QRIS terasa aman dan nyaman untuk transaksi di kampus.	25	27,8%	37	41,1%	23	25,6%	4	4,4%	1	1,1%	3,90
4.	Saya tetap pilih QRIS walau ada aplikasi lain.	29	32,2%	39	43,3%	18	20,0%	3	3,3%	1	1,1%	4,02
5.	Saya akan mengajak teman untuk pakai QRIS juga.	28	31,1%	42	46,7%	15	16,7%	3	3,3%	2	2,2%	4,01
6.	Saya puas pakai QRIS karena cepat dan praktis.	32	35,6%	43	47,8%	11	12,2%	3	3,3%	1	1,1%	4,13
Rata-rata											3,87	

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2025)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, diketahui bahwa pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item “saya puas pakai QRIS karena cepat dan praktis” dengan nilai mean sebesar 4,13. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas terhadap penggunaan QRIS karena kemudahannya dalam

mempercepat proses transaksi dan efisien waktu.

4.3.3 Variabel Preferensi Konsumen

Hasil penelitian tentang penjelasan responden terhadap variabel preferensi konsumen dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4. 6
Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel Preferensi Konsumen

No.	Item Pertanyaan	SS		S		N		TS		STS		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	Menurut saya, QRIS mudah digunakan untuk membayar kebutuhan di kampus.	26	28,9%	39	43,3%	18	20,0%	4	4,4%	3	3,3%	3,90
2.	QRIS membantu saya membayar lebih cepat dan mudah.	33	36,7%	42	46,7%	12	13,3%	2	2,2%	1	1,1%	4,16
3.	Saya merasa aman saat bertransaksi menggunakan QRIS.	35	38,9%	36	40,0%	16	17,8%	2	2,2%	1	1,1%	4,13
4.	QRIS jarang mengalami gangguan saat saya menggunakannya.	14	15,6%	42	46,7%	25	27,8%	6	6,7%	3	3,3%	3,64
5.	Saya menggunakan QRIS karena banyak teman di kampus juga memakainya.	27	30,0%	31	34,4%	25	27,8%	4	4,4%	3	3,3%	3,83
6.	Adanya promo atau potongan harga membuat saya tertarik menggunakan QRIS.	24	26,7%	32	35,6%	24	26,7%	7	7,8%	3	3,3%	3,74
Rata-rata											3,90	

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2025)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, diketahui bahwa pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi adalah “QRIS membantu saya membayar lebih cepat dan mudah” dengan nilai mean sebesar 4,16. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa QRIS memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi pembayaran di lingkungan kampus.

4.3.4 Variabel *Perceived Effectiveness*

Hasil penelitian tentang penjelasan responden terhadap variabel *perceived effectiveness* dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel *Perceived Effectiveness*

No.	Item Pertanyaan	SS		S		N		TS		STS		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	QRIS membantu saya menghemat waktu saat bertransaksi di kampus.	26	28,9%	37	41,1%	19	21,1%	6	6,7%	2	2,2%	3,88
2.	Bayar pakai QRIS terasa lebih cepat dibanding cara pembayaran lain.	28	31,1%	42	46,7%	14	15,6%	5	5,6%	1	1,1%	4,01
3.	Saya puas karena QRIS mempermudah dan mempercepat pembayaran.	34	37,8%	39	43,3%	14	15,6%	1	1,1%	2	2,2%	4,13
4.	QRIS jarang mengalami error saat saya menggunakannya di kampus.	14	15,6%	33	36,7%	32	35,6%	8	8,9%	3	3,3%	3,52
5.	Layanan bantuan QRIS cepat merespons saat ada	23	25,6%	33	36,7%	26	28,9%	7	7,8%	1	1,1%	3,78

No.	Item Pertanyaan	SS		S		N		TS		STS		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
	kendala transaksi.											
Rata-rata												3,86

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2025)

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, dapat dilihat item pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi adalah “saya puas karena QRIS mempermudah dan mempercepat pembayaran” dengan nilai mean sebesar 4,13. Hasil ini menunjukkan bahwa responden umumnya menilai QRIS sebagai metode pembayaran yang efisien dan praktis, sehingga mampu meningkatkan kepuasan dan bertransaksi di lingkungan kampus.

4.4 Pengujian Data

4.4.1 Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan atau pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*. Data dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel. Sebaliknya, apabila nilai r hitung $<$ r tabel maka item pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

r tabel: $90=0,207$. Hasil uji validitas terhadap variabel *cashless society* (X_1), preferensi konsumen (X_2), *perceived effectiveness* (X_3), dan keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS (Y) sebagai berikut:

Tabel 4. 8
Uji Validitas Kuesioner Penelitian

No.	Variabel Penelitian	Item Pernyataan Kuesioner Penelitian	Nilai r hitung	Nilai r tabel (n=90)	Hasil Uji
1.	Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS (Y)	1. Kesiediaan/Niat Menggunakan (<i>Willingness to Use/Purchase Intention</i>).	0,900	0,207	<i>Valid</i>
		2. Tindakan Penggunaan Aktual (<i>Actual Usage</i>).	0,839	0,207	<i>Valid</i>
		3. Kepuasan Setelah Penggunaan (<i>Post-purchase Satisfaction</i>).	0,878	0,207	<i>Valid</i>
		4. Loyalitas Penggunaan (<i>Usage Loyalty</i>).	0,855	0,207	<i>Valid</i>
		5. Rekomendasi Kepada Orang Lain (<i>Recommendation</i>).	0,906	0,207	<i>Valid</i>
2.	<i>Cashless Society (X₁)</i>	1. Kesiediaan Menggunakan (<i>Willingness to Use</i>).	0,835	0,207	<i>Valid</i>
		2. Frekuensi Penggunaan (<i>Frequency of Use</i>).	0,842	0,207	<i>Valid</i>
		3. Kenyamanan & Keamanan (<i>Convenience & Security Perception</i>).	0,859	0,207	<i>Valid</i>
		4. Loyalitas (<i>Usage Loyalty</i>).	0,844	0,207	<i>Valid</i>
		5. Rekomendasi & <i>Word of Mouth</i> .	0,855	0,207	<i>Valid</i>
		6. Kepuasan Pengguna (<i>User Satisfaction</i>).	0,828	0,207	<i>Valid</i>
3.	Preferensi Konsumen (X ₂)	1. Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>).	0,857	0,207	<i>Valid</i>
		2. Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>).	0,813	0,207	<i>Valid</i>
		3. Keamanan (<i>Security</i>).	0,835	0,207	<i>Valid</i>
		4. Resiko Yang Dirasakan (<i>Perceived Risk</i>).	0,814	0,207	<i>Valid</i>
		5. Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>).	0,814	0,207	<i>Valid</i>
		6. Promosi Dan Insentif.	0,798	0,207	<i>Valid</i>

No.	Variabel Penelitian	Item Pernyataan Kuesioner Penelitian	Nilai r hitung	Nilai r tabel (n=90)	Hasil Uji
4.	<i>Perceived Effectiveness</i> (X ₃)	1. Efisiensi Waktu Transaksi.	0,842	0,207	<i>Valid</i>
		2. Kecepatan Proses Pembayaran.	0,845	0,207	<i>Valid</i>
		3. Kepuasan Pengguna.	0,879	0,207	<i>Valid</i>
		4. Keandalan Sistem.	0,808	0,207	<i>Valid</i>
		5. Responsivitas Layanan Bantuan.	0,824	0,207	<i>Valid</i>

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS v.25 (2025)

Dari tabel 4.8 diatas, menunjukkan seluruh item pernyataan memiliki r hitung lebih besar dari nilai r tabel (0,207). Hal ini menunjukkan bahwa hasil uji validitas untuk semua variabel dinyatakan valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas yang digunakan adalah teknik analisis *Cronbach's Alpha*. Instrumen penelitian (kuesioner) dapat dikatakan reliabel apabila mempunyai alpha $\geq 0,60$. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat dari tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4. 9
Uji Reabilitas Kuesioner Penelitian

Variabel Penelitian	Nilai Minimal Keandalan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS (Y)	0,60	0,923	<i>Reliabel</i>
<i>Cashless Society</i> (X ₁)	0,60	0,918	<i>Reliabel</i>
Prefrensi Konsumen (X ₂)	0,60	0,901	<i>Reliabel</i>
<i>Perceived Effectiveness</i> (X ₃)	0,60	0,894	<i>Reliabel</i>

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS v.25 (2025)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, dapat diketahui bahwa variabel keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS (Y) memperoleh nilai *cronbach's aplha* sebesar 0,923, variabel *cashless society* (X₁) dengan nilai 0,918, variabel preferensi konsumen (X₂) dengan nilai 0,901, dan variabel *perceived effectiveness* (X₃) dengan nilai 0,894. Seluruh variabel memiliki nilai *cronbach's aplha* lebih besar dari 0,60.

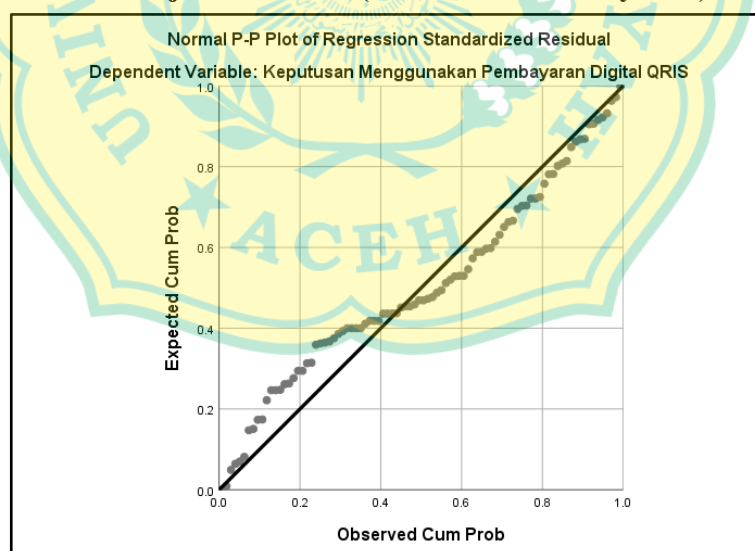
Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan dalam instrumen penelitian memiliki tingkat keandalan dan konsistensi yang baik. Dengan demikian, instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel/handal.

4.4.3 Pengujian Asumsi Klasik

4.4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah di dalam model regresi, nilai residual yang memanifestasikan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Idealnya model regresi yaitu jika nilai residual berdistribusi secara normal. Untuk pengujian normalitas data, dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui analisis grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi SPSS. Berikut ini adalah hasil pengujian normalitas:

Gambar 4. 4
Hasil Uji Normalitas (Normal Probability Plot)



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS v.25 (2025)

Berdasarkan gambar 4.4 di atas, dapat diketahui bahwa data penelitian menunjukkan indikasi berdistribusi normal. Hal ini terlihat dari sebaran titik-titik pada grafik normal P-P-Plot yang cenderung mengikuti serta berada disekitar garis

diagonal. Pola tersebut menunjukkan bahwa nilai residual terdistribusi mendekati normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

4.4.3.2 Uji Multikolinearitas

Untuk uji multikolinearitas pada penelitian ini adalah nilai *variance inflations factor* (VIF). Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut:

Tabel 4. 10
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Cashless Society	0,229	4,368
Preferensi Konsumen	0,233	4,296
Perceived Effectiveness	0,360	2,775
Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS		

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS v.25 (2025)

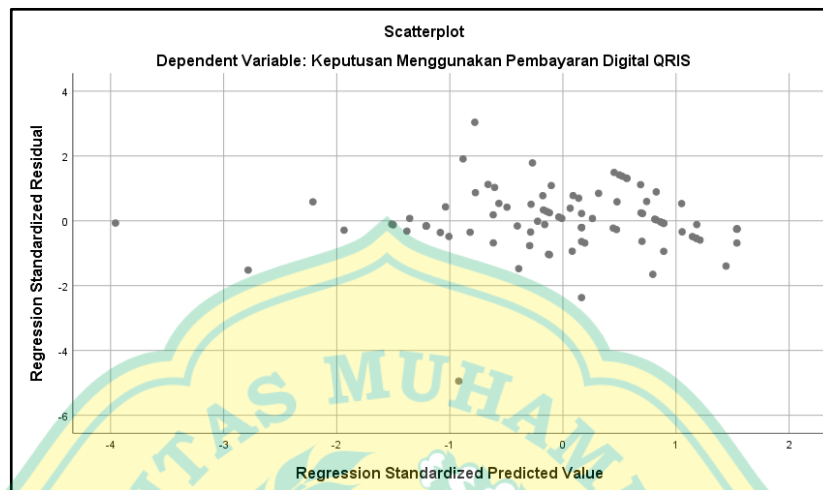
Berdasarkan tabel 4.10 di atas, terlihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10. Variabel *cashless society* memperoleh nilai 0,229, preferensi konsumen dengan nilai 0,233, dan *perceived effectiveness* dengan nilai 0,360. Hasil perhitungan nilai *variance inflation factor* (VIF) juga menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai kurang dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independent dalam model regresi pada penelitian ini.

4.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian pada heteroskedastisitas data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS dengan mengamati pola yang terdapat pada

scatterplot, dimana hasilnya dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 4.5
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil pengolahan data SPSS v.25 (2025)

Berdasarkan gambar 4.5 di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik pada grafik *scatterplot* menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Titik-titik tersebut juga tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik heteroskedastisitas dan layak digunakan.

4.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *cashless society* (X_1), preferensi konsumen (X_2), dan *Perceived effectiveness* (X_3), terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS (Y). Melalui analisis ini, dapat diketahui seberapa besar kontribusi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat serta arah pengaruh yang terjadi, baik positif maupun negatif. Hasil analisis dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut ini:

Tabel 4. 11
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,050	1,333		0,037	0,970
Cashless_society	0,357	0,110	0,382	3,250	0,002
Preferensi Konsumen	0,249	0,109	0,266	2,282	0,025
Perceived Effectiveness	0,295	0,104	0,265	2,832	0,006

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS v.25 (2025)

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 0,050 + 0,357X_1 + 0,249X_2 + 0,295X_3 + e$$

Dari persamaan regresi di atas, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

1. Koefisien Regresi (β)

a. Nilai Konstanta (α) $\beta_0=0,050$ menunjukkan bahwa apabila variabel *cashless society* (X_1), preferensi konsumen (X_2), dan *perceived effectiveness* (X_3) dianggap konstan atau bernilai 0, maka nilai keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS (Y) adalah sebesar 0,050.

b. Koefisien Regresi $\beta_1=0,357$

Variabel *cashless society* memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,357.

Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel *cashless society* meningkat sebesar 1 satuan, maka keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS akan meningkat sebesar 0,357 satuan. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa semakin tinggi penerapan *cashless society*, maka semakin besar pula kecenderungan mahasiswa/i untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital.

c. Koefisien Regresi $\beta_2=0,249$

Variabel preferensi konsumen mempunyai koefisien regresi positif sebesar 0,249. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan pada preferensi konsumen akan meningkatkan keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS sebesar 0,249. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi preferensi konsumen terhadap kemudahan dan kenyamanan QRIS, maka semakin tinggi pula keputusan mahasiswa/i untuk menggunakannya.

d. Koefisien Regresi $\beta_3=0,295$

Variabel *perceived effectiveness* memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,295. Hal ini menunjukkan bahwa apabila *perceived effectiveness* meningkat sebesar 1 satuan, maka keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS juga meningkat sebesar 0,295. Artinya, semakin tinggi persepsi efektivitas mahasiswa/i terhadap QRIS, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan mereka dalam menggunakan QRIS.

2. Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar kenaikan suatu linear dapat dijelaskan melalui hubungan variabel-variabel (korelasi). Jika seluruh nilai dari variabel-variabel tersebut dapat memenuhi satu persamaan dengan benar, maka dapat disimpulkan terdapat korelasi yang sempurna dalam model analisis ini. Dari output

SPSS dapat diketahui tingkat hubungan variabel bebas dan variabel terikat, sebagai berikut:

Tabel 4. 12
Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,853 ^a	0,728	0,718	2,313
a. Predictors: (Constant), Perceived Effectiveness, Preferensi Konsumen, Cashless_society				

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS v.25 (2025)

Berdasarkan data output melalui program SPSS tabel 4.12 di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,853. Nilai tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif antara variabel bebas, yaitu *cashless society* (X_1), preferensi konsumen (X_2), dan *perceived effectiveness* (X_3) dengan variabel terikat keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS (Y). Dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki keterikatan yang erat terhadap keputusan pada mahasiswa/i aktif Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh Periode Genap Tahun 2024/2025 dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital.

Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,728 atau 72,8%, yang berarti bahwa sebesar 72,8% perubahan variabel keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS dapat dijelaskan oleh variasi ketiga variabel bebas, yaitu *cashless society* (X_1), preferensi konsumen (X_2), dan *perceived effectiveness* (X_3). Sedangkan selebihnya 27,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang tidak disertakan dalam variabel ini.

4.6 Pengujian Hipotesis

4.6.1 Uji T (Parsial)

Untuk menguji pengaruh *cashless society*, preferensi konsumen, dan *perceived effectiveness* terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS pada mahasiswa/i aktif Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh Periode Genap Tahun 2024/2025, digunakan uji statistik t (uji t). Apabila nilai t hitung > nilai t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya jika nilai t hitung < nilai t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t hitung	t tabel	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	0,050	1,333		0,037	1,987	0,970
Cashless_society	0,357	0,110	0,382	3,250	1,987	0,002
Preferensi Konsumen	0,249	0,109	0,266	2,282	1,987	0,025
Perceived Effectiveness	0,295	0,104	0,265	2,832	1,987	0,006

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS v.25 (2025)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.13 di atas, dapat diketahui nilai t hitung dari setiap variabel independen akan dibandingkan dengan nilai t tabel dengan menggunakan tingkat kepercayaan (*confident interval*) 95% atau $\alpha=0,05$. Nilai t tabel dengan $df = n - k - 1 = 90 - 3 - 1 = 86$ adalah sebesar 1,988. Hasil uji t sebagai berikut:

a. *Cashless Society* (X_1)

Pengaruh *cashless society* (X_1) diperoleh nilai t hitung (3,250) > t tabel (1,988), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel *cashless society* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS (Y) pada mahasiswa/i aktif Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh Periode Genap Tahun 2024/2025.

b. Preferensi Konsumen (X_2)

Pada variabel preferensi konsumen (X_2) diperoleh nilai t hitung (2,282) > t tabel (1,988), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel preferensi konsumen (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS (Y) pada mahasiswa/i aktif Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh Periode Genap Tahun 2024/2025.

c. *Perceived Effectiveness* (X_3)

Pada variabel *perceived effectiveness* (X_3) diperoleh nilai t hitung (2,832) > t tabel (1,988), maka H_0 ditolak H_1 diterima, artinya variabel *perceived effectiveness* (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS (Y) pada mahasiswa/i aktif Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh Periode Genap Tahun 2024/2025.

4.6.2 Uji F (Simultan)

Untuk menguji pengaruh *cashless society*, preferensi konsumen, dan *perceived effectiveness* secara simultan terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS pada mahasiswa/i aktif Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh Periode Genap Tahun 2024/2025 digunakan uji statistik f (uji

f). Apabila nilai f hitung $>$ nilai f tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya apabila nilai f hitung $<$ nilai f tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil pengujian hipotesis secara simultan dapat dilihat pada tabel 4.14 sebagai berikut:

Tabel 4. 14
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F hitung	F tabel	Sig.
Regression	1230.218	3	410.073	76.636	2.711	0.000 ^b
Residual	460.182	86	5.351			
Total	1690.400	89				
a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS						
b. Predictors: (Constant), Perceived Effectiveness, Preferensi Konsumen, Cashless_society						

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS v.25 (2025)

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.14 di atas, diperoleh nilai f hitung sebesar 76,636 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Sedangkan nilai f tabel pada tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau $\alpha = 0,05$, dengan $df_1 = 3$ dan $df_2 = 86$, adalah sebesar 2,711. Karena f hitung (76,636) $>$ f tabel (2,711) dan sig. (0,000) $<$ 0,05, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya, secara simultan variabel *cashless society* (X_1), preferensi konsumen (X_2), dan *perceived effectiveness* (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS (Y) pada mahasiswa/i aktif Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh Periode Genap Tahun 2024/2025.

Dari hasil uji parsial dan simultan yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel yang paling dominan memengaruhi keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS adalah variabel *cashless society* (X_1) dengan nilai koefisien regresi tertinggi dengan nilai standardized beta tertinggi yaitu 0,382.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

4.7.1 Pengaruh *Cashless Society* Terhadap Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *cashless society* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS, sehingga hipotesis dapat diterima. Artinya, variabel *cashless society* menjadi faktor yang berperan penting dalam memengaruhi keputusan mahasiswa/i aktif Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh Periode Genap Tahun 2024/2025 untuk menggunakan QRIS.

Pembayaran *cashless* melalui QRIS memberikan kemudahan, efisiensi waktu, dan kenyamanan dalam bertransaksi tanpa perlu membawa uang tunai. Hal ini mendorong mahasiswa/i untuk lebih memilih menggunakan sistem pembayaran digital QRIS dalam berbagai aktivitas transaksi.

4.7.2 Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS

Hasil analisis dan uji hipotesis menunjukkan bahwa preferensi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS, sehingga hipotesis dapat diterima. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat preferensi mahasiswa terhadap metode pembayaran digital, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menggunakan QRIS sebagai sarana transaksi. Variable ini menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perilaku mahasiswa

dalam memilih sistem pembayaran yang dianggap praktis dan sesuai kebutuhan.

Mahasiswa cenderung memilih QRIS karena dinilai mudah digunakan, cepat, serta aman untuk berbagai transaksi. Kemudahan dalam memindai kode QR tanpa perlu membawa uang tunai memberikan kenyamanan tersendiri bagi pengguna. Dengan demikian, preferensi terhadap kemudahan dan efisiensi transaksi mendorong mahasiswa untuk semakin memilih pembayaran digital QRIS sebagai bagian dari gaya hidup modern yang serba digital.

4.7.3 Pengaruh *Perceived Effectiveness* terhadap Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa *perceived effectiveness* terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS, sehingga hipotesis dapat diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keyakinan mahasiswa terhadap efektivitas QRIS sebagai alat pembayaran digital, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menggunakannya dalam aktivitas transaksi. Persepsi efektivitas mencerminkan sejauh mana mahasiswa menilai QRIS mampu memberikan manfaat nyata dalam mempermudah dan mempercepat proses pembayaran.

Mahasiswa menilai bahwa QRIS merupakan sistem efisien karena kemungkinan transaksi dilakukan secara cepat, aman, dan praktis hanya dengan memindai kode QR. Kemampuan QRIS dalam mengintegrasikan berbagai platform pembayaran juga memperkuat pandangan bahwa sistem ini efektif dalam mendukung gaya hidup modern yang serba digital. Oleh karena itu, persepsi efektivitas tidak hanya memengaruhi tingkat penerimaan mahasiswa terhadap

QRIS, tetapi juga menjadi pendorong utama dalam keputusan mereka beralih ke metode pembayaran non-tunai.

4.8 Implikasi Hasil Penelitian

Dari hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *cashless society*, preferensi konsumen, dan *perceived effectiveness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin berkembangnya kebiasaan mahasiswa dalam bertransaksi tanpa uang tunai, semakin tinggi pula preferensi konsumen terhadap kemudahan dan keamanan, serta semakin kuat persepsi efektivitas terhadap sistem pembayaran digital, maka semakin besar keputusan individu untuk menggunakan QRIS. Penelitian ini sebagian sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian Wahyuningsih dan Fazizah (2024) yang menyatakan bahwa variabel *cashless society* dan *perceived effectiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS, sedangkan variabel preferensi konsumen tidak berpengaruh signifikan. Perbedaan hasil pada variabel preferensi konsumen kemungkinan disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden. Dalam penelitian ini, mahasiswa sebagai responden memiliki tingkat referensi yang tinggi terhadap kemudahan dan kenyamanan penggunaan QRIS, sehingga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS.

Dengan demikian hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS dapat meningkat karena adanya pengaruh

cashless society, preferensi konsumen, dan *perceived effectiveness* yang kuat. Semakin tinggi kebiasaan masyarakat bertransaksi tanpa uang tunai, semakin besar rasa nyaman dan kepercayaan terhadap efektivitas sistem pembayaran digital, maka semakin tinggi pula minat dan keputusan individu untuk menggunakan QRIS dalam kegiatan transaksi sehari-hari.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dari pengaruh *cashless society*, preferensi konsumen, dan *perceived effectiveness* terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS pada mahasiswa/i aktif fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh periode genap 2024/2025, sesuai dengan rumusan masalah diawal maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Cashless society*, preferensi konsumen, dan *perceived effectiveness* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS.
2. *Cashless society* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS.
3. Preferensi konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS.
4. *Perceived effectiveness* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *cashless society*, preferensi konsumen, dan *perceived effectiveness* terhadap keputusan menggunakan pembayaran digital QRIS pada mahasiswa/i aktif fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh periode genap 2024/2025, maka

penulis ingin menyampaikan beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dikemukakan sebagai berikut:

1. Bagi Bank Indonesia dan penyelenggara dalam sistem pembayaran digital, diharapkan dapat terus meningkatkan sosialisasi dan edukasi terkait manfaat serta keamanan penggunaan QRIS, khususnya kepada kalangan mahasiswa. Hal ini penting untuk memperluas pemahaman mengenai keuntungan bertransaksi secara non-tunai, sekaligus menumbuhkan kepercayaan pengguna terhadap sistem pembayaran digital.
2. Bagi pihak kampus, disarankan agar lebih aktif mendukung penerapan sistem pembayaran digital, misalnya dengan menyediakan fasilitas transaksi berbasis QRIS di lingkungan kampus, seperti kantin, administrasi pembayaran, dan kegiatan akademik lainnya. Langkah ini tidak hanya mendukung efisiensi transaksi, tetapi juga membantu mahasiswa beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital.
3. Bagi pengguna, khususnya mahasiswa UNMUHA, diharapkan dapat memanfaatkan teknologi pembayaran digital dengan bijak. Mahasiswa perlu meningkatkan literasi keuangan digital agar mampu memahami cara penggunaan QRIS yang aman serta menghindari potensi penyalahgunaan data dan transaksi.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain seperti kepercayaan pengguna, kemudahan penggunaan (*ease of use*), atau persepsi risiko untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Penelitian bisa dilakukan di wilayah atau

kelompok masyarakat lain juga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai perilaku penggunaan pembayaran digital di Indonesia.



DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Anggraini, R. (2021). Dampak Pandemi Terhadap Kehidupan Manusia (Ditinjau dari Berbagai Aspek). In H. W. D. S. I. Indrawan (Ed.), *Indonesian Journal of Policy Studies* (Cetakan Ke, Vol. 12, Issue 3). Penerbit Insan Cendekia Mandiri.
- Babbie, E. R. (2020). *The Practice of Social Research* (15th ed.). Cengage Learning.
- BI. (2025). Laporan Perekonomian Provinsi Aceh Februari 2025. *Bank Indonesia*, 40–41. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/lpp/default.aspx>
- Eki Sunarya, M., Munawati, M., Ridwan, M., Fadhilah Rahmawati, N., & Permata Putri, N. (2024). Pengaruh Penggunaan Transaksi QRIS Terhadap Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2, 572–579. <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/neraca>
- Emiliyana, F., Asakdiyah, S., & Susanto, A. (2024). Analisis Preferensi Mahasiswa Dalam Menggunakan QRIS Sebagai Teknologi Pembayaran. *12*(1), 85–91. <https://ejurnal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/JPSB/article/view/4435/1677>
- Erininda, W. (2023). Dinamika Perilaku Konsumen pada Era Cashless Society: Kajian Literatur Tentang Preferensi Pembayaran. *Jurnal Sahmiyya*, 2, 385–392.
- Katon, F., & Yuniati, U. (2020). Fenomena Cashless Society Dalam Pandemi Covid-19 (Kajian Interaksi Simbolik Pada Generasi Milenial). *Jurnal Signal*, 8(2), 134. <https://doi.org/10.33603/signal.v8i2.3490>
- Kotler, P., Keller, K. L., Ancarani, F., & Costabile, M. (2022). *Marketing Management (5th European Edition)* (5th (Europ)). Pearson Education Limited. <https://www.pearson.com/en-gb/subject-catalog/p/marketing-management/P200000006313>
- Maynanda, A., Putra, W., & ... (2024). Studi Eksplorasi Persepsi Early Adopter Terhadap White Paper Digital Rupiah Teori Diffusion of Innovation. ... *Teknologi Informasi Dan ...*, 1(1). <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/14170%0Ahttp://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/download/14170/6331>
- Nazar, M. R., Arifah, U., Fitri, S. M., Aulia, S. S. P., & Ramadianto, M. P. (2023).

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan electronic money dan munculnya cashless society di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(7), 287–295. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7816294>

Pangestika, Z. N., Putri, D. K., Angelica, S. F., & Nihayah, D. M. (2025). *SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW: PERSEPSI PENGGUNAAN QRIS SEBAGAI PENINGKATAN EFEKTIVITAS ALAT PEMBAYARAN DAN SISTEM KEUANGAN DIGITAL*. 13(2), 103–115.

Rahmatika, Ariani, F., & Susanti, R. (2024). Pengaruh Cashless Society dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z di Kota Padang. *Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 10(2), 172–185. <https://doi.org/10.37567/shar-e.v10i2.3116>

Rahmawati, S., & Arfiansyah, M. A. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan QRIS Pada UMKM Kota Surakarta. *Mbia*, 22(3), 435–449. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i3.2663>

Ridwansyah, Y. S., & Anggraeni, 2; Erike. (2023). JIMEA | Jurnal Ilmiah PENGARUH CASHLESS SOCIETY DAN PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN LATTE FACTOR. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 494–512.

Rohmaniyah, F. A., Asiyah, S., & Rachmat, A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, e-WOM, Dan Cashless Society Terhadap Keputusan Dalam Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2019 Universitas Islam Malang). *Riset Manajemen*, 12(02), 1–10.

Sari, A. I., Wahyuni, E. S., Elwardah, K., Ekonomi, F., Bisnis, D., Islam, U., & Uin, N. (2025). *PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAATAN DAN KEAMANAN TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN QRIS SEBAGAI SISTEM PEMBAYARAN NON TUNAI*. 4(5), 1077–1088.

Sari, E. I., Fazizah, A., Pasuruan, U. Y., & Konsumen, P. (2024). *Jurnal Ekonomi Revolusioner PENGARUH CASHLEESS SOCIETY , PREFERENSI KONSUMEN , DAN PERCEIVED EFFECTIVENESS TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PEMBAYARAN DIGITAL QRIS*. 7(8), 230–239.

Seputri, W., Soemitra, A., & Bi Rahmani, N. A. (2022). Pengaruh Technolgy Acceptance Model terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai Cashless Society. *MES Management Journal*, 2(1), 116–126. <https://doi.org/10.56709/mesman.v2i1.57>

Sintiani, P. Della, Ayu, D., Astarini, O., Cahyani, A., & Septian, D. (2025). Studi Kuantitatif Pengaruh Literasi Keuangan , Gaya Hidup dan Cashless Society terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Riset Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan (Rekan)*, 6(1), 61–76. <https://doi.org/10.30812/rekan.v6i1.5001>

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi Revi). <https://alfabeta.co.id/product/metode-penelitian-pendidikan>
- Sunaryanto, M. B., & Priyono, A. (2025). Integrasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB) terhadap Penerimaan QRIS pada Generasi Muda. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 3(2 SE-Research Articles), 39–51. <https://journal.uii.ac.id/selma/article/view/36184>
- Syam, S. A., Haeruddin, M. I. W., Ruma, Z., Musa, M. I., & Hasbiah, S. (2022). Pengaruh Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace. *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 73–79.
- Waruwu, M., Pu'at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>



Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

“PENGARUH *CASHLESS SOCIETY*, PREFERENSI KONSUMEN, DAN *PERCEIVED EFFECTIVENESS* TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PEMBAYARAN DIGITAL QRIS”

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yth. Kepada Para Responden
Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi UNMUHA

Perkenalkan saya Devy Fitria (2302110085) mahasiswi Fakultas Ekonomi, Prodi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Aceh, saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul "Pengaruh *Cashless Society*, Preferensi Konsumen, dan *Perceived Effectiveness* Terhadap Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS"

Sehubungan dengan kuesioner ini saya meminta kesediaan saudara/i untuk mengisi pernyataan yang saya ajukan. Informasi yang saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Adapun hasil penelitian ini hanya digunakan untuk kepentingan akademis dan identitas responden pada penelitian ini akan dirahasiakan.

Atas partisipasi dan kesediaan saudara/i meluangkan waktunya saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Devy Fitria

A. KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Nama :
2. NPM :
3. Pogram Studi :

Akuntansi

Manajemen

Bisnis Digital

Kewirausahaan

Agribisnis

4. Apakah Anda mahasiswa/i aktif Semester Genap Tahun 2024/2025?

Ya

Tidak

5. Apakah Anda pernah Menggunakan QRIS?

Pernah

Belum Pernah

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Silahkan diisi dengan menggunakan tanda checklist (√) pada kolom jawaban yang sesuai.
2. Kuesioner ditujukan bagi anda para mahasiswa/i aktif Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh Periode Genap Tahun 2024/2025.
3. Kuesioner ini juga ditujukan pada mahasiswa/I yang memenuhi kriteria pernah menggunakan pembayaran digital QRIS.
4. Semua pertanyaan **wajib dijawab** dan **tidak ada yang terlewatkan**.
5. Pilihlah jawaban yang anda anggap paling sesuai dengan keadaan dan pendapat yang sebenarnya.
6. Adapun alternatif jawabannya adalah:
 - a. Kategori Sangat Setuju (SS)
 - b. Kategori Setuju (S)
 - c. Kategori Netral (N)
 - d. Kategori Tidak Setuju (TS)
 - e. Kategori Sangat Tidak Setuju (STS)

C. PERNYATAAN PENELITIAN

VARIABEL KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PEMBAYARAN DIGITAL QRIS (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya berniat terus menggunakan QRIS untuk transaksi sehari-hari.					

2.	Saya sering memakai QRIS untuk membayar di kampus.					
3.	Saya puas setelah melakukan pembayaran menggunakan QRIS.					
4.	Saya memilih QRIS sebagai cara utama saya untuk bertransaksi digital.					
5.	Saya akan merekomendasikan QRIS kepada teman-teman saya.					

VARIABEL *CASHLESS SOCIETY* (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya lebih suka pakai QRIS daripada uang tunai di kampus.					
2.	Saya sering pakai QRIS untuk membayar di kantin atau fotokopi.					
3.	QRIS terasa aman dan nyaman untuk transaksi di kampus.					
4.	Saya tetap pilih QRIS walau ada aplikasi lain.					
5.	Saya akan mengajak teman untuk pakai QRIS juga.					
6.	Saya puas pakai QRIS karena cepat dan praktis.					

VARIABEL *PREFERENSI KONSUMEN* (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Menurut saya, QRIS mudah digunakan untuk membayar kebutuhan di kampus.					
2.	QRIS membantu saya membayar lebih cepat dan mudah.					
3.	Saya merasa aman saat bertransaksi menggunakan QRIS.					
4.	QRIS jarang mengalami gangguan saat saya menggunakannya.					
5.	Saya menggunakan QRIS karena banyak teman di kampus juga memakainya.					
6.	Adanya promo atau potongan harga membuat saya tertarik menggunakan QRIS.					

VARIABEL *PERCEIVED EFFECTIVENESS* (X₃)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	QRIS membantu saya menghemat waktu saat bertransaksi di kampus.					
2.	Bayar pakai QRIS terasa lebih cepat dibanding cara pembayaran lain.					
3.	Saya puas karena QRIS mempermudah dan mempercepat pembayaran.					

4.	QRIS jarang mengalami error saat saya menggunakannya di kampus.					
5.	Layanan bantuan QRIS cepat merespons saat ada kendala transaksi.					

D. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih atas kesediaan Anda meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Partisipasi Anda sangat berharga dalam mendukung penelitian ini dan pengembangan sistem pembayaran digital di kalangan mahasiswa.



Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian

1. Keputusan Menggnakan Pembayaran Digital QRIS (Y)

Responden	Item Pernyataan					Total
	1	2	3	4	5	
1	5	5	5	5	5	25
2	5	2	5	4	4	20
3	4	3	5	5	4	21
4	4	3	4	3	5	19
5	5	3	4	4	4	20
6	4	3	4	4	4	19
7	4	3	5	4	5	21
8	4	5	5	5	5	24
9	5	4	4	5	5	23
10	4	3	4	4	4	19
11	4	3	4	3	3	17
12	4	4	4	4	4	20
13	4	4	4	4	4	20
14	5	5	5	5	5	25
15	4	2	4	4	4	18
16	4	3	4	3	4	18
17	3	2	3	2	2	12
18	4	2	5	3	3	17
19	4	4	5	5	4	22
20	3	3	3	3	3	15
21	3	3	3	3	3	15
22	3	3	4	2	3	15
23	4	4	4	5	4	21
24	1	1	1	1	2	6
25	5	5	5	5	5	25
26	4	4	4	4	4	20
27	5	4	4	4	4	21
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	5	21
30	5	5	5	5	5	25
31	3	3	4	4	4	18
32	3	4	4	4	4	19
33	2	3	1	4	5	15
34	4	4	4	3	4	19
35	4	4	5	5	5	23
36	4	3	4	4	4	19
37	1	1	1	1	1	5
38	3	2	3	3	3	14
39	1	1	1	1	1	5
40	3	3	4	3	3	16
41	4	3	5	4	4	20
42	4	4	3	5	4	20
43	3	1	3	4	3	14
44	3	3	4	3	4	17

Responden	Item Pernyataan					Total
	1	2	3	4	5	
45	4	3	4	3	5	19
46	3	2	4	3	3	15
47	3	3	3	3	3	15
48	5	4	5	5	5	24
49	3	3	3	3	3	15
50	3	3	3	3	3	15
51	4	4	4	4	5	21
52	5	5	5	5	5	25
53	5	5	5	5	5	25
54	5	3	4	5	5	22
55	5	4	4	3	4	20
56	5	4	5	5	5	24
57	5	4	5	5	5	24
58	3	2	4	5	3	17
59	4	3	4	4	4	19
60	5	3	5	3	5	21
61	3	3	3	4	3	16
62	3	4	4	5	5	21
63	4	4	4	5	5	22
64	5	5	5	5	5	25
65	5	4	5	4	5	23
66	5	5	5	5	5	25
67	4	4	4	4	4	20
68	3	3	3	2	2	13
69	5	5	4	4	5	23
70	4	4	2	2	2	14
71	4	3	5	5	5	22
72	4	2	4	4	4	18
73	5	5	5	5	5	25
74	4	5	5	5	4	23
75	5	4	4	4	4	21
76	5	4	5	4	5	23
77	5	4	5	4	5	23
78	5	5	5	5	5	25
79	5	5	5	5	5	25
80	5	4	5	4	5	23
81	5	5	5	5	5	25
82	5	5	4	4	5	23
83	5	5	5	4	4	23
84	5	4	5	4	5	23
85	4	4	4	4	4	20
86	5	4	5	4	5	23
87	5	4	5	4	5	23
88	5	4	5	4	5	23
89	5	4	5	4	5	23
90	5	4	5	4	5	23

2. Cashless Society (X₁)

Responden	Item Pernyataan						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	4	4	4	5	25
2	2	4	3	5	4	5	23
3	3	3	5	5	4	5	25
4	3	3	3	3	4	4	20
5	4	4	3	4	4	4	23
6	4	4	4	4	5	4	25
7	3	4	4	5	5	5	26
8	5	5	5	5	5	5	30
9	4	5	5	4	4	4	26
10	4	3	4	5	5	5	26
11	3	3	4	4	4	3	21
12	4	4	4	4	4	4	24
13	3	3	4	4	4	3	21
14	5	5	5	5	5	5	30
15	3	3	3	4	4	4	21
16	3	3	3	4	4	4	21
17	2	2	2	3	3	3	15
18	3	3	4	4	3	5	22
19	3	3	4	5	4	5	24
20	4	4	4	4	4	4	24
21	3	3	3	3	3	3	18
22	2	2	2	2	2	4	14
23	4	4	4	4	4	4	24
24	1	3	2	3	1	2	12
25	5	5	5	5	5	5	30
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	3	2	3	4	4	4	20
30	4	4	4	4	3	4	23
31	3	3	4	4	4	4	22
32	4	4	4	3	4	4	23
33	2	2	4	4	5	4	21
34	3	3	3	4	3	4	20
35	5	4	4	4	4	4	25
36	4	4	4	4	4	4	24
37	3	3	4	3	4	4	21
38	3	2	3	3	3	4	18
39	1	1	1	1	1	1	6
40	2	3	3	4	3	4	19
41	3	3	4	4	4	4	22
42	4	4	3	5	4	5	25
43	1	1	3	3	3	3	14
44	3	2	3	3	4	3	18
45	2	1	4	5	5	5	22
46	3	3	3	3	4	4	20
47	3	3	3	3	3	3	18

Responden	Item Pernyataan						Total
	1	2	3	4	5	6	
48	4	4	5	5	4	5	27
49	4	2	3	3	3	3	18
50	3	3	3	3	3	3	18
51	5	4	4	4	4	4	25
52	5	5	5	5	5	5	30
53	5	5	5	5	5	5	30
54	3	4	3	5	5	5	25
55	4	3	3	3	3	3	19
56	5	5	5	5	5	5	30
57	4	3	3	3	3	4	20
58	3	3	5	5	3	5	24
59	3	3	4	3	4	4	21
60	3	3	5	5	5	4	25
61	4	2	3	4	3	4	20
62	3	4	4	4	5	5	25
63	5	4	5	5	5	5	29
64	5	5	5	5	5	5	30
65	4	4	4	5	5	5	27
66	5	5	5	5	4	5	29
67	3	4	3	3	4	4	21
68	2	2	2	2	2	2	12
69	4	4	4	5	4	5	26
70	2	2	4	2	2	2	14
71	4	3	3	5	5	5	25
72	4	4	4	4	4	4	24
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	5	5	5	5	28
75	4	5	4	5	4	5	27
76	5	4	5	4	5	4	27
77	4	3	4	3	4	3	21
78	4	4	4	4	4	4	24
79	5	4	5	4	5	4	27
80	5	4	5	4	5	5	28
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	4	5	5	4	4	26
83	4	4	4	5	5	5	27
84	5	5	5	5	5	5	30
85	4	4	4	4	4	4	24
86	5	5	5	5	5	5	30
87	5	4	5	4	4	5	27
88	5	4	5	4	5	4	27
89	5	4	5	4	5	4	27
90	5	5	5	4	5	4	28

3. Preferensi Konsumen (X₂)

Responden	Item Pernyataan						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	5	5	5	5	5	3	28
2	4	5	5	2	2	4	22
3	4	5	5	4	4	4	26
4	4	5	5	4	3	3	24
5	4	4	4	3	4	5	24
6	4	4	4	4	4	3	23
7	3	5	5	3	3	3	22
8	4	4	4	4	4	4	24
9	5	4	4	5	5	4	27
10	5	5	5	4	4	4	27
11	4	4	4	4	4	5	25
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	4	4	4	4	24
14	5	5	5	5	5	5	30
15	4	4	4	3	3	3	21
16	3	3	3	3	3	4	19
17	2	3	3	3	2	2	15
18	4	5	5	4	3	4	25
19	3	4	4	3	4	2	20
20	4	4	4	4	4	4	24
21	3	3	3	3	3	3	18
22	4	4	4	3	1	2	18
23	4	4	4	4	4	4	24
24	1	2	2	1	2	1	9
25	5	5	5	5	5	5	30
26	3	3	3	4	4	4	21
27	4	5	5	4	5	4	27
28	4	4	4	4	4	4	24
29	3	4	4	3	3	3	20
30	5	5	5	4	5	1	25
31	5	5	5	4	4	5	28
32	4	4	4	3	4	3	22
33	1	4	5	4	4	2	20
34	3	4	3	4	3	3	20
35	4	5	4	3	3	3	22
36	4	4	4	4	4	4	24
37	3	3	3	3	3	3	18
38	4	5	3	2	3	2	19
39	1	1	1	1	1	1	6
40	4	4	3	3	3	3	20
41	4	5	4	4	4	4	25
42	4	5	4	5	4	5	27
43	3	3	3	2	3	3	17
44	2	3	3	3	3	3	17
45	4	5	4	3	1	5	22
46	3	3	3	2	3	3	17
47	3	3	3	3	3	3	18

Responden	Item Pernyataan						Total
	1	2	3	4	5	6	
48	5	5	5	5	5	4	29
49	4	4	4	3	3	3	21
50	3	3	3	3	3	3	18
51	4	4	4	3	3	3	21
52	5	5	5	5	5	5	30
53	5	5	5	5	5	5	30
54	2	4	5	4	3	3	21
55	3	4	3	3	4	3	20
56	5	5	5	5	5	5	30
57	3	3	3	3	3	3	18
58	3	4	4	3	4	4	22
59	4	4	4	4	3	3	22
60	4	5	5	4	4	5	27
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	4	4	4	4	24
63	5	5	5	5	5	5	30
64	5	5	5	5	5	5	30
65	4	5	5	4	3	5	26
66	3	4	5	1	5	5	23
67	3	3	3	3	3	3	18
68	2	2	2	3	3	2	14
69	5	4	5	4	5	5	28
70	4	4	4	2	2	2	18
71	3	5	5	3	4	5	25
72	4	4	4	2	4	4	22
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	5	5	4	5	5	28
75	4	5	4	5	4	5	27
76	5	4	5	4	5	4	27
77	4	5	4	5	4	5	27
78	5	4	5	4	5	4	27
79	5	4	5	4	5	4	27
80	5	4	5	4	5	4	27
81	5	5	5	5	5	5	30
82	5	5	4	4	5	5	28
83	5	4	5	4	5	4	27
84	5	4	5	4	5	4	27
85	4	4	4	4	4	4	24
86	5	4	5	4	5	4	27
87	4	4	4	4	4	4	24
88	5	4	5	4	5	4	27
89	5	5	4	4	5	5	28
90	5	5	4	4	5	5	28

4. Perceived Effectiveness (X₃)

Responden	Item Pernyataan					Total
	1	2	3	4	5	
1	5	5	5	4	3	22
2	4	5	5	2	3	19
3	4	5	5	3	4	21
4	2	2	3	3	3	13
5	4	4	4	3	4	19
6	4	4	4	4	4	20
7	3	5	5	3	2	18
8	4	4	4	4	4	20
9	4	5	4	3	3	19
10	5	5	5	4	4	23
11	3	3	3	4	4	17
12	4	4	4	4	4	20
13	2	4	4	4	4	18
14	5	5	5	5	5	25
15	4	4	4	3	4	19
16	4	4	4	3	3	18
17	2	2	3	2	3	12
18	3	4	4	4	3	18
19	4	5	5	3	3	20
20	4	4	4	4	4	20
21	3	3	3	3	3	15
22	4	4	4	3	3	18
23	4	4	4	4	4	20
24	1	2	1	2	4	10
25	5	5	5	5	5	25
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	5	4	4	21
28	4	4	4	4	4	20
29	2	4	3	3	3	15
30	4	5	5	5	5	24
31	4	4	4	3	3	18
32	4	4	4	3	3	18
33	2	5	5	4	4	20
34	3	4	4	4	4	19
35	3	3	3	3	3	15
36	4	4	4	4	4	20
37	3	3	3	3	3	15
38	3	3	3	1	2	12
39	1	1	1	1	1	5
40	3	4	4	3	3	17
41	4	4	4	3	3	18
42	2	2	3	3	2	12
43	5	3	3	3	3	17
44	4	4	4	3	3	18
45	4	4	5	3	4	20
46	3	3	3	3	3	15
47	3	3	3	3	3	15

Responden	Item Pernyataan					Total
	1	2	3	4	5	
48	5	5	5	5	5	25
49	3	3	3	3	3	15
50	3	3	3	3	3	15
51	4	3	4	3	3	17
52	4	4	4	2	2	16
53	5	5	5	5	5	25
54	4	5	5	4	3	21
55	3	4	4	4	4	19
56	5	5	5	5	5	25
57	4	4	4	2	4	18
58	4	3	4	3	4	18
59	3	3	4	3	4	17
60	5	5	5	3	5	23
61	3	4	4	2	2	15
62	4	4	4	4	4	20
63	5	5	5	5	5	25
64	5	5	5	5	5	25
65	5	4	5	4	5	23
66	5	4	5	1	4	19
67	4	4	4	3	4	19
68	3	2	2	3	3	13
69	3	5	4	4	5	21
70	4	4	4	2	2	16
71	3	3	4	3	4	17
72	4	4	4	2	2	16
73	5	5	5	5	5	25
74	5	5	5	5	5	25
75	5	4	5	4	5	23
76	5	4	5	4	5	23
77	5	4	5	4	5	23
78	4	5	4	5	4	22
79	5	5	5	5	5	25
80	5	5	5	5	5	25
81	4	4	4	4	4	20
82	5	4	5	4	5	23
83	5	5	5	4	4	23
84	5	4	5	4	5	23
85	4	4	4	4	4	20
86	5	4	5	4	5	23
87	5	5	4	4	5	23
88	4	5	5	4	4	22
89	4	5	4	5	4	22
90	5	4	5	4	5	23

Lampiran 3 Statistik Deskriptif

1. Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y.1	90	1	5	4.08	.974
Y.2	90	1	5	3.58	1.038
Y.3	90	1	5	4.13	.985
Y.4	90	1	5	3.93	.992
Y.5	90	1	5	4.14	.989
Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS	90	5	25	19.87	4.358
Valid N (listwise)	90				

2. Cashless Society

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	90	1	5	3.66	1.029
X1.2	90	1	5	3.53	.985
X1.3	90	1	5	3.90	.900
X1.4	90	1	5	4.02	.874
X1.5	90	1	5	4.01	.906
X1.6	90	1	5	4.13	.837
Cashless Society	90	6	30	23.26	4.668
Valid N (listwise)	90				

3. Preferensi Konsumen

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	90	1	5	3.90	.984
X2.2	90	1	5	4.16	.820
X2.3	90	1	5	4.13	.864
X2.4	90	1	5	3.64	.940
X2.5	90	1	5	3.83	1.019
X2.6	90	1	5	3.74	1.045
Preferensi Konsumen	90	6	30	23.41	4.659
Valid N (listwise)	90				

4. Perceived Effectiveness

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.1	90	1	5	3.88	.981
X3.2	90	1	5	4.01	.893
X3.3	90	1	5	4.13	.877
X3.4	90	1	5	3.52	.974
X3.5	90	1	5	3.78	.957
Perceived Effectiveness	90	5	25	19.32	3.926
Valid N (listwise)	90				

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

1. Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS (Y)

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.710**	.820**	.645**	.769**	.900**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y.2	Pearson Correlation	.710**	1	.605**	.649**	.694**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y.3	Pearson Correlation	.820**	.605**	1	.687**	.741**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y.4	Pearson Correlation	.645**	.649**	.687**	1	.765**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y.5	Pearson Correlation	.769**	.694**	.741**	.765**	1	.906**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90
Total_Y	Pearson Correlation	.900**	.839**	.878**	.855**	.906**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Cashless Society (X₁)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.781**	.714**	.508**	.631**	.523**	.835**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X1.2	Pearson Correlation	.781**	1	.669**	.599**	.585**	.580**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X1.3	Pearson Correlation	.714**	.669**	1	.660**	.704**	.599**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X1.4	Pearson Correlation	.508**	.599**	.660**	1	.724**	.841**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X1.5	Pearson Correlation	.631**	.585**	.704**	.724**	1	.709**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X1.6	Pearson Correlation	.523**	.580**	.599**	.841**	.709**	1	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
Total_X1	Pearson Correlation	.835**	.842**	.859**	.844**	.855**	.828**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Preferensi Konsumen (X₂)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.674**	.664**	.630**	.656**	.598**	.857**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X2.2	Pearson Correlation	.674**	1	.780**	.583**	.462**	.585**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X2.3	Pearson Correlation	.664**	.780**	1	.571**	.612**	.549**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X2.4	Pearson Correlation	.630**	.583**	.571**	1	.653**	.570**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X2.5	Pearson Correlation	.656**	.462**	.612**	.653**	1	.582**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X2.6	Pearson Correlation	.598**	.585**	.549**	.570**	.582**	1	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
Total_X2	Pearson Correlation	.857**	.813**	.835**	.814**	.814**	.798**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Perceived Effectiveness (X₃)

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.656**	.764**	.503**	.605**	.842**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X3.2	Pearson Correlation	.656**	1	.830**	.587**	.502**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X3.3	Pearson Correlation	.764**	.830**	1	.536**	.585**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X3.4	Pearson Correlation	.503**	.587**	.536**	1	.740**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X3.5	Pearson Correlation	.605**	.502**	.585**	.740**	1	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90
Total_X3	Pearson Correlation	.842**	.845**	.879**	.808**	.824**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas

1. Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	90	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	15.79	12.303	.840	.899
Y.2	16.29	12.477	.741	.918
Y.3	15.73	12.422	.806	.905
Y.4	15.93	12.580	.771	.912
Y.5	15.72	12.158	.849	.897

2. Cashless Society (X₁)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	90	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.918	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	19.60	14.827	.744	.907
X1.2	19.72	15.012	.760	.904
X1.3	19.36	15.378	.793	.899
X1.4	19.23	15.664	.775	.902
X1.5	19.24	15.378	.787	.900
X1.6	19.12	16.019	.756	.905

3. Preferensi Konsumen (X₃)**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	90	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	19.51	14.814	.782	.876
X2.2	19.26	16.170	.738	.885
X2.3	19.28	15.731	.763	.880
X2.4	19.77	15.462	.725	.885
X2.5	19.58	15.011	.716	.887
X2.6	19.67	15.034	.689	.892

4. Perceived Effectiveness (X₃)

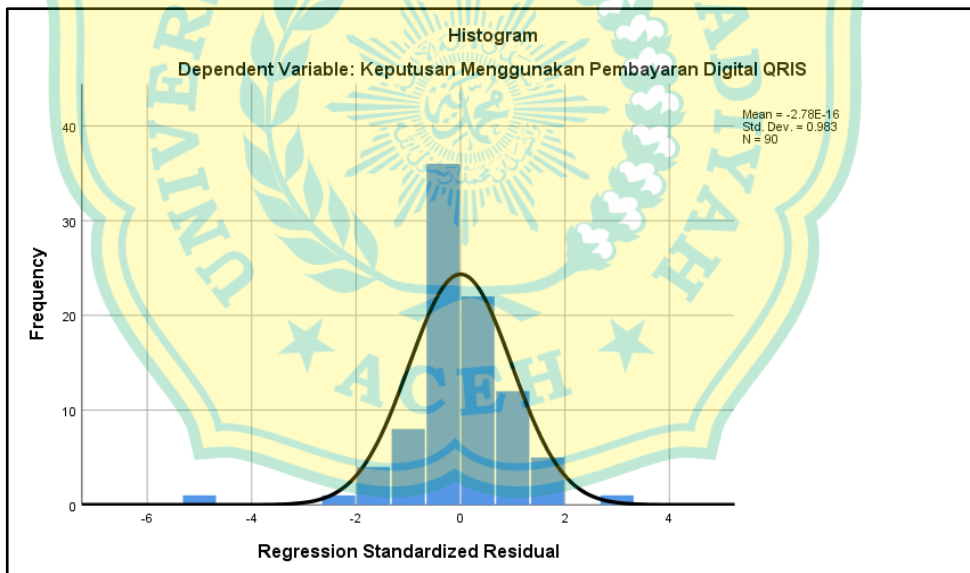
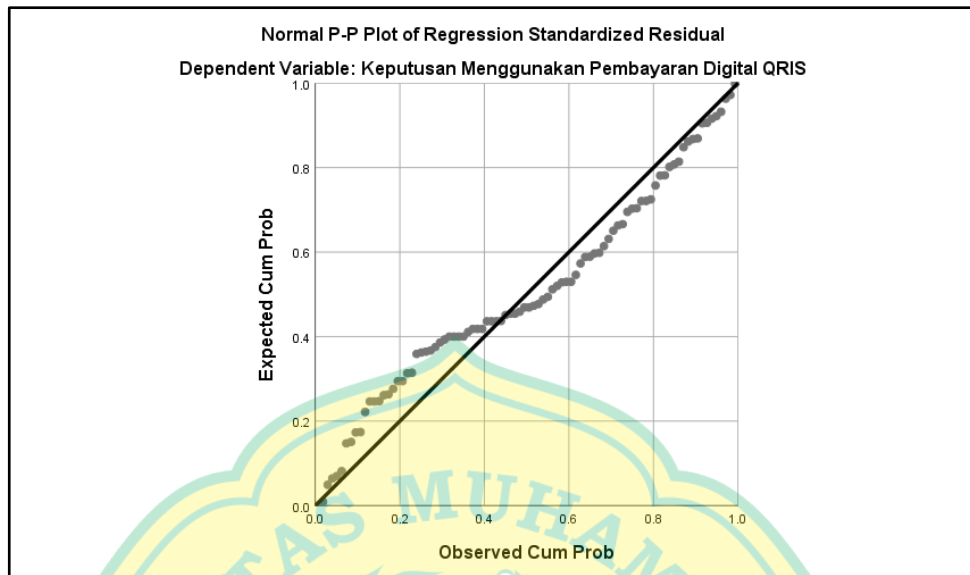
Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	90	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.894	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	15.44	9.890	.739	.871
X3.2	15.31	10.284	.756	.867
X3.3	15.19	10.132	.808	.856
X3.4	15.80	10.184	.688	.882
X3.5	15.54	10.138	.715	.876

Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas



Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	.050	1.333		.037	.970		
Cashless Society	.357	.110	.382	3.250	.002	.229	4.368
Preferensi Konsumen	.249	.109	.266	2.282	.025	.233	4.296
Perceived Effectiveness	.295	.104	.265	2.832	.006	.360	2.775

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1230.218	3	410.073	76.636	.000 ^b
	Residual	460.182	86	5.351		
	Total	1690.400	89			

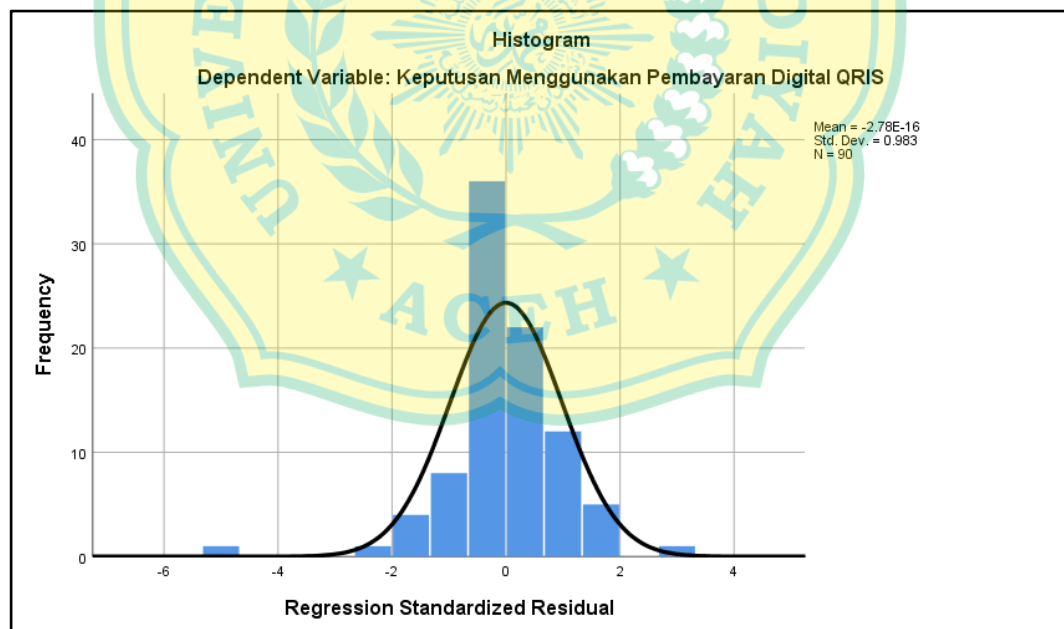
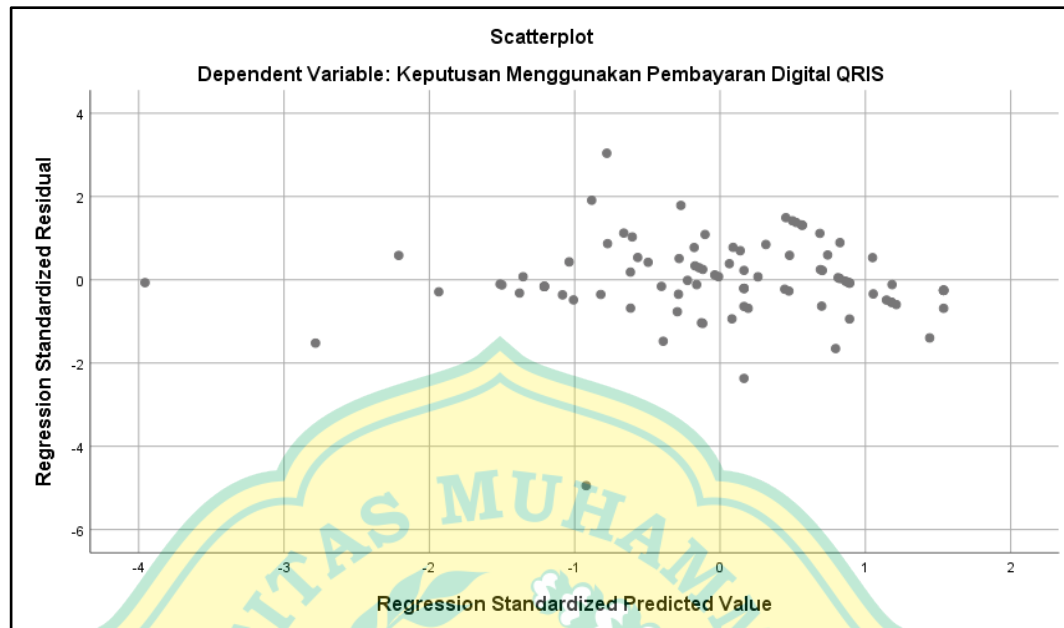
a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS

b. Predictors: (Constant), Perceived Effectiveness, Preferensi Konsumen, Cashless Society

Collinearity Diagnostics ^a							
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Cashless Society	Preferensi Konsumen	Perceived Effectiveness
1	1	3.959	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.025	12.523	1.00	.03	.03	.04
	3	.010	19.900	.00	.13	.15	.96
	4	.005	27.340	.00	.83	.82	.00

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS

Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 9 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.853 ^a	.728	.718	2.313

a. Predictors: (Constant), Perceived Effectiveness, Preferensi Konsumen, Cashless_society

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1230.218	3	410.073	76.636	.000 ^b
	Residual	460.182	86	5.351		
	Total	1690.400	89			

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS

b. Predictors: (Constant), Perceived Effectiveness, Preferensi Konsumen, Cashless_society

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.050	1.333		.037	.970
	Cashless_society	.357	.110	.382	3.250	.002
	Preferensi Konsumen	.249	.109	.266	2.282	.025
	Perceived Effectiveness	.295	.104	.265	2.832	.006

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS

Lampiran 10 Tabel r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 11 Tabel t

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

Lampiran 12 Tabel f

$\alpha = 0,05$	$df_1=(k-1)$							
$df_2=(n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
81	3.959	3.109	2.717	2.484	2.327	2.213	2.125	2.055
82	3.957	3.108	2.716	2.483	2.326	2.211	2.123	2.053
83	3.956	3.107	2.715	2.482	2.324	2.210	2.122	2.052
84	3.955	3.105	2.713	2.480	2.323	2.209	2.121	2.051
85	3.953	3.104	2.712	2.479	2.322	2.207	2.119	2.049
86	3.952	3.103	2.711	2.478	2.321	2.206	2.118	2.048
87	3.951	3.101	2.709	2.476	2.319	2.205	2.117	2.047
88	3.949	3.100	2.708	2.475	2.318	2.203	2.115	2.045
89	3.948	3.099	2.707	2.474	2.317	2.202	2.114	2.044
90	3.947	3.098	2.706	2.473	2.316	2.201	2.113	2.043
91	3.946	3.097	2.705	2.472	2.315	2.200	2.112	2.042
92	3.945	3.095	2.704	2.471	2.313	2.199	2.111	2.041
93	3.943	3.094	2.703	2.470	2.312	2.198	2.110	2.040
94	3.942	3.093	2.701	2.469	2.311	2.197	2.109	2.038
95	3.941	3.092	2.700	2.467	2.310	2.196	2.108	2.037
96	3.940	3.091	2.699	2.466	2.309	2.195	2.106	2.036
97	3.939	3.090	2.698	2.465	2.308	2.194	2.105	2.035
98	3.938	3.089	2.697	2.465	2.307	2.193	2.104	2.034
99	3.937	3.088	2.696	2.464	2.306	2.192	2.103	2.033
100	3.936	3.087	2.696	2.463	2.305	2.191	2.103	2.032

Lampiran 13 Surat Izin Penelitian dan Pengambilan Data



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

JALAN MUHAMMADIYAH NO.91 BATOH LUENG BATA

TELP. (0651) 21024 FAKS. 21024

BANDA ACEH 23245

email : rektorat@unmuha.ac.id

Nomor : 580/UM.M2.1/F/2025
Lamp : -
Hal : Izin Penelitian

Banda Aceh, 23 Muharram 1447 H
18 Juli 2025 M

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Aceh
di
Banda Aceh

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

1. Salam sejahtera, kami sampaikan semoga kita senantiasa dalam lindungan rahmat dan karunia Allah SWT.
2. Sehubungan dengan surat Saudara, Nomor : 819/UM.M7.FE/B/2025, tanggal 11 Juli 2025, tentang Permohonan Izin Penelitian Dan Pengambilan Data untuk Penyusunan Skripsi, atas nama :

Nama : **Devy Fitria**
NIM : 2302110085
Program Studi : Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh *Cashless Society*, Preferensi Konsumen, dan *Perceived Effectiveness* terhadap Keputusan Menggunakan Pembayaran Digital QRIS"

pada prinsipnya kami memberikan izin penelitian dan pengambilan data yang diperlukan bagi penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di Universitas Muhammadiyah Aceh

3. Demikian surat ini kami sampaikan, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Kepala Biro Administrasi Umum,


Haru Firdaus, S.E.

Tembusan :

- Rektor Unmuha sebagai laporan
- Biro Administrasi Akademik Unmuha
- Saudari Devy Fitria