

Preferensi Generasi Milenial dalam Menggunakan QRIS sebagai Alat Pembayaran Digital

Mitra Sami Gultom^{1*}, Huda Salsabila², Andi Amri³

¹Universitas Muhammadiyah Prof DR HAMKA, Jakarta

*Corresponding author, e-mail: mitragultom@uhamka.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.24036/011194030>

Diterima: 11-04-2023

Revisi: 14-05-2023

Available Online: 29-05-2023

KEYWORD

QRIS, millennial generation, preferences

A B S T R A C T

The understanding of the millennial generation in using and utilizing QRIS is still low, even though Bank Indonesia and OJK have supported the implementation of QRIS in finance. This study aims to determine the preferences of Indonesian Islamic Bank customers, especially the Millennial Generation in Using Digital Payment Instruments, namely QRIS in DKI Jakarta. The type of research used is a quantitative method with the population is the millennial generation who live in the province of DKI Jakarta. The sample obtained was 100 respondents using purposive sampling technique. The data analysis technique used is multiple linear regression with the help of SPSS software. The findings obtained are partially usefulness perception and trust perception have a positive and significant effect on preferences in using QRIS. Meanwhile, the perceived convenience and risk perception variables have a negative and insignificant effect on customer preferences. Simultaneously, these factors have an influence on the preferences of Indonesian Islamic Bank customers.



This is an open access article distributed under the [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). Some rights reserved

PENDAHULUAN

Transaksi uang elektronik di Indonesia terus menggambarkan kenaikan dari tahun ke tahun. Hal ini memperlihatkan bahwa minat yang besar dalam masyarakat Indonesia khususnya Generasi Milenial yang mayoritas menggunakan transaksi uang elektronik ataupun pembayaran digital. Walaupun belum dipakai sebagai alat pembayaran utama, uang digital elektronik berpotensi menjadi alternatif alat pembayaran dari uang tunai. Berkenaan perihal tersebut pemerintah berusaha meningkatkan penggunaan metode pembayaran elektronik dengan memantau perkembangan yang terjadi melalui *stakeholder* terkait yaitu Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Bank Indonesia saat ini sudah mengeluarkan QR Code nasional yang dikenal dengan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) pada 17 Agustus 2019 dan menerapkan dari QRIS secara nasional efektif pada 1 Januari 2020. Tujuannya tentu untuk mempermudah transaksi keuangan digital elektronik (Kurniawati et al., 2021; Natalina et al., 2021; Sihaloho et al., 2020).

QRIS adalah standar QR Code untuk pembayaran lewat aplikasi uang elektronik berbasis *server*, dompet elektronik, ataupun *mobile banking*. QRIS merupakan gagasan lahirnya ide pembayaran digital yang mudah,

cepat, aman dan nyaman bagi nasabah untuk memenuhi transaksinya, mulai dari manfaat dan kemudahan yang didapatkan dalam menggunakan QRIS (Kristanti & Marta, 2021; Mayanti, 2020; Sekarsari et al., 2021). Meskipun Bank Indonesia telah berupaya untuk meningkatkan minat pemakaian dan pemanfaatan sistem pembayaran digital berbasis QR code, akan tetapi tingkat pemahaman masyarakat atau nasabah khususnya Generasi Milenial tentang QRIS yang masih rendah. Hal ini juga tidak diiringi dengan pemahaman yang baik tentang industri jasa keuangan dan turunannya.

Pendapat diatas tentu bukan sekedar asumsi. Hal ini juga didukung oleh Bank Indonesia dan OJK dalam acara IFS (*Indonesia Fintech Summit*) tahun 2020 yang menjelaskan bahwasanya literasi keuangan digital di Indonesia masih terbilang rendah yaitu sebesar 35,5%, sedangkan yang telah menggunakan layanan digital hanya sebesar 31,26%. Sementara 8% rata-rata lebih tertarik menggunakan e-money (Amri & Ramadhi, 2021; Pikahulan, 2020; Ramdani et al., 2021). Padahal saat ini industri keuangan telah bermigrasi kearah digital, yang notabenehnya sangat diharuskan untuk meningkatkan literasi keuangan digital agar masyarakat dapat menetapkan produk dan jasa yang sesuai keperluan dan dapat mengerti dengan betul keuntungan dan risikonya.

Fenomena diatas tentu terkait dengan preferensi konsumen. Menurut Kotler & Armstrong (2016) preferensi konsumen menunjukkan selera pengguna dari beragam opsi produk jasa yang ada. Sementara menurut Chrysanthini et al (2018); Permadi & Wilandari (2021); Wardhani et al (2015) suatu konsep preferensi terjadi apabila individu lebih menyukai produk jasa A dibandingkan dengan produk jasa B. Hal ini berarti seluruh kondisi yang dimiliki produk jasa akan lebih disenangi dibandingkan dengan kondisi produk jasa B. Hubungan yang terjadi ini menciptakan 3 premis dasar dalam preferensi konsumen, yaitu: 1) Kelengkapan (*Completeness*) dimana kelengkapan yang dimiliki memiliki makna bahwa jika produk jasa A dan B mempunyai kondisi tertentu, maka setiap orang harus melakukan pengkhususan dalam artian menyenangi antara produk jasa A atau B atau sama-sama menyenangi 2 produk jasa tersebut. 2) Transitivitas (*Transitivity*) mempunyai arti jika individu lebih menyenangi produk jasa A dibandingkan produk jasa B, dan atau menyenangi produk jasa B dibandingkan produk jasa C, maka dari dugaan dasar tersebut individu tidak bisa mengeluarkan preferensi yang saling bertentangan. 3) Kontinuitas (*Continuity*), memiliki makna apabila individu mengutarakan dan mengungkapkan lebih menyenangi produk jasa A dibandingkan produk jasa B. Hal ini berarti seluruh kondisi dibawah opsi produk jasa A tersebut akan disenangi dibandingkan kondisi dibawah opsi produk jasa B.

Preferensi konsumen tidak bisa berdiri sendiri, biasanya akan melibatkan perilaku. Dalam penelitian ini, perilaku yang timbul adalah perilaku konsumen. Perilaku secara definisi adalah suatu wujud kepribadian yang dapat dimaknai sebagai rupa watak yang terdapat didalam diri manusia, yang ditetapkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal tersebut meliputi motivasi, penalaran, emosi, dan IQ, sementara faktor eksternal itu meliputi lingkungan fisik, lingkungan alam, sekolah, keluarga, dan masyarakat (Rahardjo, 2016; Setiadi, 2019). Sehingga dari definisi perilaku itu lahirlah definisi perilaku konsumen. Menurut Utami (2017), perilaku konsumen ialah analisis yang menggambarkan suatu individu, kelompok, dan atau organisasi yang melaksanakan proses pemilihan, pengamanan, pemakaian, dan penghentian atas barang dan jasa, serta pengalaman yang lahir dari ide untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen atau dengan kata lain pembeli dan masyarakat.

Adapun faktor-faktor yang ikut mempengaruhi perilaku konsumen itu sangat banyak. Menurut Ramdani et al (2022), ada 4 faktor utama yang terlibat, yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Faktor budaya berisikan pada budaya-budaya leluhur Indonesia yang sudah mengakar hingga sekarang, didalamnya ada subbudaya dan kelas sosial. Selanjutnya ada faktor sosial, berisikan akan kelompok-kelompok acuan, keluarga dan juga berisikan akan peran dan status sosial yang ada. Faktor pribadi, meliputi tahap siklus hidup manusia hingga umur, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, dan juga yang tidak pernah dilupakan adalah gaya hidup, kepribadian serta konsep diri. Terakhir adalah faktor psikologis, didalamnya berisikan akan motivasi, keyakinan, sikap, persepsi dan pembelajaran. Inilah faktor utama yang ada dalam perilaku konsumen.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan objek kajian adalah generasi milenial yang berada pada rentang kelahiran 1980 sampai 2000. Berbagai pendapat mengenai rentang umur generasi milenial ini. Namun penulis merujuk kepada Ali & Lilik (2017), yang mengemukakan dalam buku fenomenalnya berjudul "Millennial Nusantara". Isi tulisan beliau mengungkapkan bahwa generasi milenial itu berada pada tahun 1981

sampai 2000. Inilah yang menjadi landasan penulis. Selain itu, alasan utama penulis mengambil objek ini dikarenakan generasi milenial adalah generasi yang muncul ketika teknologi mengalami perkembangan. Mulai dari adanya inovasi tv berwarna, *handphone* yang memiliki berbagai bentuk dan jenis, dan berbagai teknologi digital lainnya yang sudah dipromosikan dengan gencarnya.

Oleh karena itu, generasi ini dipandang sebagai generasi yang istimewa karena mempunyai ciri khas berbeda dari angkatan-angkatan sebelumnya. Milenial mempunyai sensitivitas lebih tinggi terhadap teknologi dan membuat angkatan ini mahir dan cakap menggunakannya. Generasi milenial mampu menjalankan segala sesuatu dengan mudah dan lebih cepat tanggap dalam merealisasikan sesuatu. Selain itu, generasi ini memiliki atensi terhadap gaya yang sedang *trend* saat ini. Salah satunya dalam menggunakan QRIS untuk memudahkan bertransaksi keuangan.

Merujuk kepada teori-teori yang sudah dijelaskan, sehingga penelitian ini secara umum untuk melihat preferensi atau ketertarikan Generasi Milenial dalam melakukan *digital payment* dengan preferensi/ketertarikan terhadap pemakaian kode QR. Secara spesifik adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi alasan ketertarikan nasabah generasi milenial dalam menggunakan QRIS. Faktor-faktor tersebut meliputi persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi kepercayaan dan persepsi terhadap risiko yang dapat mempengaruhi minat keputusan nasabah menggunakan teknologi. Selain itu, faktor risiko keamanan perlu diperhatikan dari PJSP (Perusahaan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran) untuk meminimalisir persepsi nasabah akan risiko transaksi yang mungkin terjadi, serta dapat mempengaruhi kepercayaan nasabah (Nofita & Sebastian, 2022; Rad et al., 2022). Penelitian ini tentu tidak berdiri sendiri, sehingga berlandaskan kepada teori penerimaan teknologi yang disebut dengan TAM (*Technology Acceptance Model*) yaitu kemudahan, kemanfaatan, kepercayaan serta risiko sebagai variabel bebas, akan diamati yang paling berpengaruh terhadap preferensi penggunaan QRIS pada Generasi Milenial khususnya di provinsi DKI Jakarta.

Berlandaskan penelitian sebelumnya, diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pemakaian alat pembayaran digital telah dilaksanakan oleh beberapa penelitian. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Rahardjo (2016), diperoleh temuan persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik metode pembayaran berbentuk kode QR (QRIS). Hasil yang sama juga dilakukan oleh Taan (2021) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan. Namun hasil berbeda yang diungkapkan oleh beberapa peneliti seperti (Aditya & Mahyuni, 2022; Afolo & Dewi, 2022) yang diperoleh temuan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko sama sekali tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan aplikasi tertentu yang diteliti. Selain itu, yang menjadi *research gap* penelitian ini adalah generasi milenial yang memang sudah paham penggunaan teknologi informasi dalam mempermudah kehidupannya, terutama dalam menjalankan transaksi-transaksi keuangan yang lebih mudah dan cepat. Makanya dalam penelitian terdahulu melihat dari sudut pandang milenial belum ada. Melalui penelitian ini akan terlihat jelas pengguna generasi terdahulu dengan generasi milenial. Berdasarkan uraian tersebut, dengan ketidakkonsistenan hasil-hasil penelitian terdahulu serta masih sedikit penelitian yang meneliti tingkat preferensi generasi milenial dalam menggunakan QRIS sebagai pembayaran digital, maka peneliti tertarik untuk mengungkapkan lebih dalam penelitian ini

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis regresi linear berganda dan dibantu dengan *software* SPSS. Populasi penelitian adalah seluruh generasi milenial yang berdomisili di provinsi DKI Jakarta, sementara sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan memenuhi kriteria sebagai berikut: 1) Generasi milenial yang lahir dari tahun 1980 sampai dengan tahun 2000 atau berada pada rentang usia 20 sampai 40 tahun, 2) Generasi milenial yang berdomisili di provinsi DKI Jakarta, 3) Generasi milenial yang aktif menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Penetapan jumlah sampel penelitian memakai rumus Lameshow karena jumlah populasi tidak diketahui (Arikunto, 2019). Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan teknik pengumpulan data dilakukan menyebarkan langsung kuesioner. Dalam penelitian ini penulis menggunakan 2 variabel, yaitu variabel dependen

menggunakan preferensi nasabah dan variabel independen menggunakan persepsi kemudahan penggunaan (X1), persepsi kemanfaatan (X2), persepsi kepercayaan (X3), dan persepsi risiko (X4). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, namun sebelumnya dilakukan telah dilakukan uji instrumen penelitian dengan hasil validitas dan realibilitas yang sesuai standar. Setelah itu baru dilakukan analisis asumsi klasik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Peneliti sudah melakukan penyebaran instrumen penelitian kepada generasi milenial yang menggunakan QRIS pada Bank Syariah Indonesia. Peneliti menyajikan tabel 1 responden penelitian yang terlibat sebagai berikut:

Tabel 1. Responden Penelitian

	Keterangan Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	25	25%
2	Perempuan	75	75%
Pekerjaan			
1	Pelajar/Mahasiswa	70	70%
2	Karyawan/Pegawai Swasta	25	25%
3	Aparatur Sipil Negara	0	0%
4	Ibu Rumah Tangga	3	3%
5	Wiraswasta	1	1%
6	Lainnya	1	1%
Usia			
1	20-25 tahun	81	81%
2	26-30 tahun	16	16%
3	31-35 tahun	3	3%
4	>36 tahun	0	0%
Domisili			
1	Jakarta Selatan	44	44%
2	Jakarta Barat	26	26%
3	Jakarta Timur	17	17%
4	Jakarta Pusat	9	9%
5	Jakarta Utara	4	4%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 1 diatas, dapat disimpulkan responden penelitian didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebesar 75% atau sebanyak 75 orang dan terkecil adalah responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 25% atau 25 orang. Selanjutnya untuk pekerjaan didominasi oleh mahasiswa dan pelajar sebanyak 70 orang atau 70%, lalu disusul oleh karyawan/pegawai swasta sebanyak 25% atau 25 orang responden, dan posisi ketiga didominasi oleh ibu rumah tangga sebanyak 3 orang. Sementara yang sama sekali tidak ada yang mengisi responden adalah dari pekerjaan aparaturn sipil negara. Kemudian untuk usia. Usia yang mengisi didominasi oleh generasi yang berumur 20 sampai 25 tahun sebanyak 81 orang atau 81%, disusul generasi yang berumur 26-30 tahun sebanyak 16 orang atau 16% dan posisi ketiga berumur 31 tahun sampai 35 tahun sebanyak 3 orang atau 3%. Terakhir adalah pengelompokan responden menurut domisili. Terlihat dari tabel masih didominasi oleh responden yang berasal dari Jakarta Selatan sebanyak 44 orang atau 44% sementara yang paling sedikit berasal dari Jakarta Utara sebanyak 4 orang atau 4%.

Uji Instrumen Penelitian

Penelitian yang baik adalah penelitian yang sudah melalui tahapan-tahapan penelitian yang sudah diakui. Salah satu tahapan yang tidak pernah lepas dalam akademisi adalah melakukan uji instrumen penelitian untuk yang menggunakan data primer. Uji instrumen penelitian ini dengan bahasa yang lebih sederhana dikenal dengan uji coba penelitian. Uji coba penelitian ini dapat dilihat dari uji validitas dan uji reliabilitas. Berikut ini,

peneliti sajikan hasil uji validitas dalam artikel ini:

Tabel 2. Uji Validitas Variabel

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	1	0,855	Sahih
	2	0,875	Sahih
	3	0,817	Sahih
Persepsi Kemanfaatan (X2)	1	0,826	Sahih
	2	0,729	Sahih
	3	0,681	Sahih
	4	0,708	Sahih
	5	0,722	Sahih
	6	0,736	Sahih
Persepsi Kepercayaan (X3)	1	0,835	Sahih
	2	0,840	Sahih
	3	0,775	Sahih
	4	0,779	Sahih
Persepsi Risiko (X4)	1	0,854	Sahih
	2	0,797	Sahih
	3	0,743	Sahih
Preferensi Nasabah (Y)	1	0,734	Sahih
	2	0,813	Sahih
	3	0,749	Sahih

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel diatas menunjukkan hasil uji validitas variabel yang hasilnya sudah valid, artinya pertanyaan-pertanyaan yang ada didalam kuesioner sudah siap untuk dilakukan penelitian yang sebenarnya.

Adapun reliabilitas untuk masing-masing variabel hasilnya disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Uji Reliabilitas Variabel

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Kesimpulan
1	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	0,803	<i>Reliable</i>
2	Persepsi Kemanfaatan (X2)	0,824	<i>Reliable</i>
3	Persepsi Kepercayaan (X3)	0,814	<i>Reliable</i>
4	Persepsi Risiko (X4)	0,708	<i>Reliable</i>
5	Preferensi Nasabah (Y)	0,646	<i>Reliable</i>

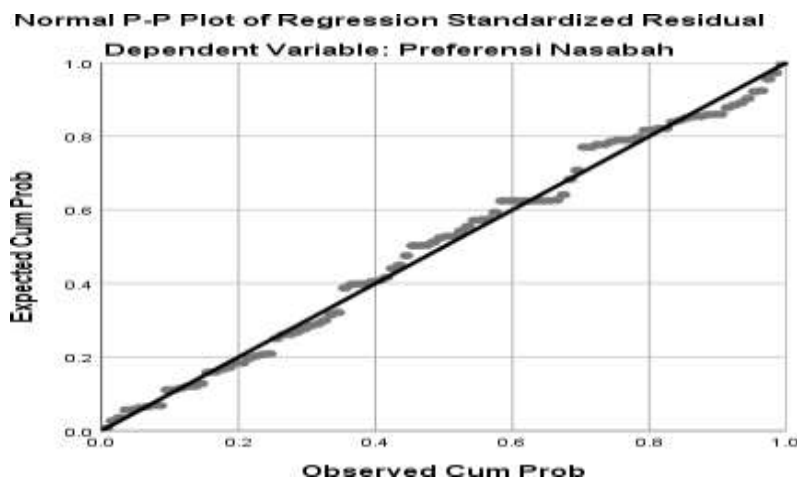
Sumber: Data diolah (2021)

Hasil uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa semua variabel yang dilibatkan dalam artikel ini yang terdapat dalam pertanyaan di kuesioner sudah layak untuk lanjutkan dalam penelitian yang sebenarnya, sehingga hasilnya dapat dipertanggungjawabkan.

Hasil Penelitian

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas menggunakan grafik dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Secara Grafik

Berdasarkan gambar diatas terlihat jika titik-titik yang menebar di dekat garis diagonal dan penebaran titik-titik data mengarah pada garis diagonal ini. Hal ini berarti data penelitian sudah berdistribusi normal. Selain menggunakan grafik, uji normalitas juga dapat menggunakan *kolmogrov-smirnov*. Hasil yang diperoleh juga berdistribusi normal karena ketika dilihat dari tabel *statistic one sample kolmogrov Smirnov test* diperoleh *asym.sig (2-tailed)* sebesar 0,179. Artinya 0,179 lebih besar dari pada 0,05. Selanjutnya uji multikolinearitas untuk melihat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Hasil statistiknya sebagai berikut:

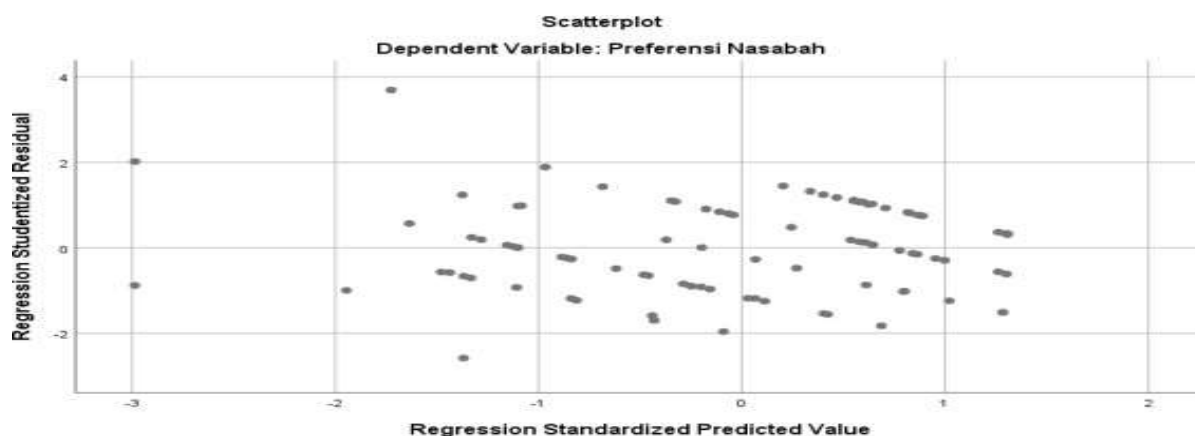
Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	0,508	1.968	Tidak Terjadi Multikolonearitas
Persepsi Kemanfaatan (X2)	0,399	2.508	Tidak Terjadi Multikolonearitas
Persepsi Kepercayaan (X3)	0,463	2.158	Tidak Terjadi Multikolonearitas
Persepsi Risiko (X4)	0,618	1.618	Tidak Terjadi Multikolonearitas

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4, diperoleh uji *Variance Inflation Factor (VIF)* tabel *coefficient* tiap- tiap variabel bebas mempunyai *VIF* dengan skor < 10 yaitu variabel persepsi kemudahan penggunaan sebesar 1,968, variabel persepsi kemanfaatan yaitu 2,508, variabel persepsi kepercayaan yaitu 2,158, variabel persepsi risiko 1,618, maka dapat diamati tidak terjadi multikolinearitas. Sementara itu skor *Tolerance* > 0,10 Maka dinyatakan tidak ditemukan multikolinearitas dari desain regresi linier berganda ini antara variabel terikat dengan variabel bebas yang lain dan dapat dipakai didalam penelitian. Terakhir adalah uji heteroskedastisitas. Uji ini untuk melihat ketidaksamaan variansi dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji ini dapat dilihat secara sederhana melalui grafik yang ditampilkan pada gambar 2.

Hasil pada gambar 2 terlihat bahwa titik-titik yang terdapat dalam grafik sudah menyebar secara acak, dan tentunya tidak membentuk pola tertentu. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas dalam penelitian ini.



Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas Secara Grafik

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara positif dan negatif atau sama sekali tidak berpengaruh. Berikut ini hasil pengolahan SPSS untuk penelitian ini:

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients B</i>	Sig
<i>Constant</i>	2.793	0.010
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.002	0.979
Persepsi Kemanfaatan	0.267	0.000
Persepsi Kepercayaan	0.172	0.019
Persepsi Risiko	0.025	0.720

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan uji analisis regresi linier berganda pada tabel 5 diatas maka dapat dibuat persamaan statistika berikut ini:

$$Y = 2,793 + 0,002 X_1 + 0,267 X_2 + 0,172 X_3 + 0,025 X_4 + e$$

Hasil persamaan regresi dapat dianalisis sebagai berikut: Konstanta (α) sebesar 2,793 menunjukkan besar nilai Variabel Preferensi Nasabah (Y) jika Variabel Bebasnya yaitu Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1), Persepsi Kemanfaatan (X2), Persepsi Kepercayaan (X3), Persepsi Risiko (X4) dianggap nol (0), artinya tidak dipengaruhi oleh Variabel Bebas maka besarnya Preferensi Nasabah Generasi Milenial menggunakan QRIS sebesar 2,793. Koefisien Variabel persepsi kemudahan Penggunaan ditambahkan 1% maka Preferensi Nasabah Generasi Milenial menggunakan QRIS akan meningkat sebesar 0,2% atau 0,002. Selain itu, koefisien Variabel Persepsi Kemanfaatan (X2) sebesar 0,267 menyatakan bahwa apabila Variabel Persepsi Kemanfaatan ditambahkan 1% maka Preferensi Nasabah Generasi Milenial menggunakan QRIS akan meningkat sebesar 26,7% atau 0,267. Kemudian koefisien Variabel Persepsi Kepercayaan (X3) sebesar 0,172 menyatakan bahwa apabila Variabel Persepsi Kepercayaan ditambahkan 1% maka Preferensi Nasabah Generasi Milenial menggunakan QRIS akan meningkat sebesar 17,2% atau 0,172. Terakhir, koefisien Variabel Persepsi Risiko (X4) sebesar 0,025 menyatakan bahwa apabila Variabel Persepsi Risiko ditambahkan 1% maka Preferensi Nasabah Generasi Milenial menggunakan QRIS akan meningkat sebesar 2,5% atau 0,025.

Uji Hipotesis

Hasil uji koefisien determinasi disajikan pada tabel 6. Berdasarkan uji koefisien determinasi pada tabel 6 diperoleh skor *Adjusted R Square* yaitu 0,495 atau 49,5%. Memiliki makna dimanapun kemampuan variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi kepercayaan, dan persepsi risiko memiliki pengaruh terhadap preferensi generasi milenial dalam menggunakan QRIS sebesar 49,5%, sedangkan sisanya

sebesar 50,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak bisa dijelaskan dalam penelitian ini. Tentu ini menjadi tantangan untuk peneliti selanjutnya.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.515	.495	1.09384

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel 7. Hasil Uji t

Variabel	t	Sig
<i>Constant</i>	2.643	0.010
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.027	0.979
Persepsi Kemanfaatan	4.459	0.000
Persepsi Kepercayaan	2.389	0.019
Persepsi Risiko	0.360	0.720

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji t diatas dapat dideskripsikan dengan tingkat signifikansi 0,05 dan t tabel 1,985 sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan penggunaan (X1) dengan t hitung dan t tabel sebesar $0,027 < 1,985$ dan signifikansinya $0,979 > 0,05$, maka dapat disimpulkan persepsi kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh terhadap preferensi nasabah generasi milenial dalam menggunakan QRIS
2. Persepsi kemanfaatan (X2) dengan t hitung dan t tabel sebesar $4,459 > 1,985$ dan signifikansinya $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah generasi milenial dalam menggunakan QRIS
3. Persepsi kepercayaan (X3) dengan t hitung dan t tabel sebesar $2,389 > 1,985$ dan signifikansinya $0,019 < 0,05$, maka dapat disimpulkan persepsi kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah generasi milenial dalam menggunakan QRIS
4. Persepsi risiko penggunaan (X4) dengan t hitung dan t tabel sebesar $0,360 < 1,985$ dan signifikansinya $0,720 > 0,05$, maka dapat disimpulkan persepsi risiko penggunaan tidak memiliki pengaruh terhadap preferensi nasabah generasi milenial dalam menggunakan QRIS

Selanjutnya adalah untuk uji simultan atau uji F diperoleh dari perhitungan statistik, f hitung dengan f tabel sebesar $25,266 > 2,47$ dengan skor signifikan yaitu 0,000 sementara nilai signifikan kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi kepercayaan, dan persepsi risiko secara simultan memiliki pengaruh terhadap preferensi nasabah generasi milenial dalam menggunakan QRIS.

Pembahasan

Berdasarkan hasil hipotesis yang telah diolah menggunakan SPSS sehingga dapat dibahas sebagai berikut:

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Preferensi Nasabah
 Penelitian ini menghasilkan temuan tidak adanya pengaruh signifikan persepsi kemudahan penggunaan terhadap preferensi nasabah generasi milenial menggunakan QRIS. Hal ini tentu sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Atieq & Nurpiani (2022); Rodiah & Melati (2020) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki sama sekali tidak memiliki pengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih menggunakan QRIS. Artinya kemudahan yang dimiliki oleh QRIS belum tentu membuat generasi milenial memilih untuk menggunakan aplikasi tersebut, karena generasi milenial mungkin saja belum merasakan manfaat besar dengan adanya menggunakan QRIS tersebut. Tentu ini perlu adanya sosialisasi dan edukasi dari pihak terkait untuk meningkatkan daya minat menggunakan QRIS.

2. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Preferensi Nasabah
 Penelitian ini menghasilkan temuan adanya pengaruh signifikan persepsi kemudahan terhadap preferensi nasabah generasi milenial dalam menggunakan QRIS. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hutagalung (2017); Shita (2020) yang menjelaskan persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah. Artinya generasi milenial sudah merasakan manfaat yang dirasakan dengan adanya keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh QRIS baik dari segi administrasi maupun fitur-fitur yang terdapat didalamnya.
3. Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Preferensi Nasabah
 Penelitian ini menghasilkan temuan adanya pengaruh yang signifikan pengaruh persepsi kepercayaan secara positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah generasi milenial menggunakan QRIS. Hal ini tentu sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Andespa (2018) yang menyatakan memang ada pengaruh persepsi kepercayaan terhadap preferensi nasabah. Pengaruhnya itu bernilai positif. Artinya kepercayaan-kepercayaan yang diberikan baik itu aplikasi QRIS maupun pihak yang terlibat yaitu pegawai Bank Syariah Indonesia mampu memberikan kepercayaan penuh dan membuat generasi milenial provinsi DKI Jakarta merasa percaya dan setia dalam menggunakan QRIS sebagai media dalam keuangan.
4. Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Preferensi Nasabah
 Penelitian ini menghasilkan temuan tidak adanya pengaruh yang signifikan dari persepsi risiko penggunaan terhadap preferensi nasabah generasi milenial menggunakan QRIS. Hal ini tentu sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunawan & Ramli (2019) yang menyatakan bahwa persepsi risiko tidak memiliki pengaruh terhadap preferensi nasabah. Artinya selama ini nasabah generasi milenial masih mempertanyakan keamanan yang dimiliki oleh aplikasi QRIS, karena risiko-risiko yang mungkin saja terjadi apabila tidak segera diatasi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dikemukakan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: 1) Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Risiko memiliki Pengaruh yang Signifikan secara Simultan atau Secara Bersama-sama terhadap Preferensi Nasabah Bank Syariah Indonesia di kalangan Generasi Milenial dalam menggunakan QRIS di DKI Jakarta. 2) secara parsial Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kepercayaan mendapatkan hasil berpengaruh signifikan sedangkan Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko didapatkan hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Nasabah Bank Syariah Indonesia di kalangan Generasi Milenial dalam menggunakan QRIS di DKI Jakarta.

Adapun saran-saran yang dapat diberikan yaitu: 1) Bagi pihak Bank Syariah Indonesia yaitu sistem keamanan lebih ditingkatkan pada mobile banking, sehingga tidak ada terjadinya gangguan/error saat nasabah melakukan transaksi pembayaran menggunakan fitur QRIS dan tentunya pihak bank dapat memenuhi jaminan keamanan bahwa data pribadi Nasabah tidak akan dipakai oleh pihak lain. Selain itu dengan banyaknya keuntungan penggunaan dari fitur QRIS dan tidak terjadi gangguan/error menjadikan Nasabah Generasi Milenial lebih menyukai pembayaran berbasis digital, dan juga bekerja sama terhadap lebih banyak *merchant* (Penjual) agar Nasabah dapat mudah melakukan transaksi pembayaran menggunakan QRIS di berbagai tempat dan dapat meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan QRIS. 2) Bagi nasabah generasi milenial agar lebih memahami mekanisme penggunaan QRIS dengan baik dan benar, sehingga dapat membantu kegiatan yang dibutuhkan sehari-hari. Terakhir 3) Bagi akademisi yang berminat mengembsngkan penelitian ini diharapkan dapat mencari determinat lain yang dapat preferensi nasabah dalam menggunakan QRIS.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 24(2), 245–258.

- Afolo, S. C. M., & Dewi, N. N. S. R. T. (2022). Minat mahasiswa akuntansi untrim sebagai pengguna e-wallet dengan mempertimbangkan persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 267–277. <https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022.267-277>
- Ali, H., & Lilik, P. (2017). *Milenial Nusantara*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Amri, A., & Ramadhi, R. (2021). Mediasi Kepuasan Kerja: Komunikasi, Komitmen Dan Disiplin Kerja Serta Dampaknya Pada Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada Radio Republik Indonesia (RRI) Padang). *Strategic: Journal of Management Sciences*, 1(3), 94. <https://doi.org/10.37403/strategic.v1i3.21>
- Andespa, R. (2018). Perbedaan persepsi, kepercayaan dan loyalitas nasabah dalam industri perbankan. *Imara: JURNAL RISET EKONOMI ISLAM*, 2(1). <https://doi.org/10.31958/imara.v2i1.996>
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta.
- Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking bank syariah. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(10), 23.
- Chrysanthini, B., Sumarwan, U., & Rifin, A. (2018). Preferensi Konsumen terhadap Produk Sayuran Organik (Studi Kasus Konsumen UD Fabela-Myfarm) di Bogor Jawa Barat. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 12(2), 151. <https://doi.org/10.29244/mikm.12.2.151-160>
- Gunawan, E., & Ramli, M. R. (2019). Analysis of the Effectiveness and Prospects of Micro Credit of Baitul Qiradh in Banda Aceh City. *Jurnal EMT KITA*, 3(1), 16. <https://doi.org/10.35870/emt.v3i1.91>
- Hutagalung, M. A. K. (2017). Pengaruh pengetahuan dan sikap terhadap minat masyarakat pada bank syariah. *Jurnal Al-Qasd*, 1(2), 12.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran* (13th ed., Vol. 1). Erlangga.
- Kristanti, E., & Marta, R. F. (2021). Persuasive and educative advertising content of quick response code indonesian standard in pandemic era. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2), 301. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.34474>
- Kurniawati, E. T., Zuhroh, I., & Malik, N. (2021). Literasi dan Edukasi Pembayaran Non Tunai Melalui Aplikasi QR Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Kelompok Milenial. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 5(1), 23–30.
- Mayanti, R. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan user terhadap penerapan quick response indonesia standard sebagai teknologi pembayaran pada dompet digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 123–135. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i2.2413>
- Natalina, S. A., Zunaidi, A., & Rahmah, R. (2021). QUICK RESPONSE CODE INDONESIA STANDARD (QRIS) SEBAGAI STRATEGI SURVIVE USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI MASA PANDEMI DI KOTA KEDIRI. *Istithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 5(2). <https://doi.org/10.30762/istithmar.v5i2.85>
- Nofita, M., & Sebastian, D. (2022). Technology Acceptance Models pada Teknologi Digital: Survey Paper. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi*, 2(2). <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v2i2.5347>
- Permadi, Y. A., & Wilandari, A. (2021). Preferences of Using Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Among Students as a Means of Digital Payment. *Journal of Enterprise and Development*, 03(01), 11.
- Pikahulan, R. M. (2020). Implementasi Fungsi Pengaturan serta Pengawasan pada Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terhadap Perbankan. *Jurnal Penegakan Hukum dan Keadilan*, 1(1). <https://doi.org/10.18196/jphk.1103>
- Rad, D., Egerau, A., Roman, A., Dughi, T., Balas, E., Maier, R., Ignat, S., & Rad, G. (2022). A Preliminary Investigation of the Technology Acceptance Model (TAM) in Early Childhood Education and Care. *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*, 13(1), 518–533. <https://doi.org/10.18662/brain/13.1/297>
- Rahardjo, C. R. (2016). Faktor yang menjadi preferensi konsumen dalam membeli produk frozen food. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 12.

- Ramdani, Z., Amri, A., Hadiana, D., Warsihna, J., Anas, Z., & Susanti, S. (2022). *Students Diversity and the Implementation of Adaptive Learning and Assessment: A Systematic Literature Review*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220203.025>
- Ramdani, Z., Amri, A., & Warsihna, J. (2021). Perilaku manajemen keuangan karyawan selama pandemi covid-19: Sebuah studi awal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 170–179.
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>
- Sekarsari, K. A. D., Indrawati, C. D. S., & Subarno, A. (2021). Optimalisasi penerapan quick response code indonesia standard (qris) pada merchant di wilayah surakarta. *Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran*, 5(2), 42–57.
- Setiadi, N. J. (n.d.). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen (Ketiga)*. Prenadamedia Group.
- Shita, R. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Mandiri E-Money Bank Mandiri. *JURNAL ILMU EKONOMI (MANAJEMEN PERUSAHAAN) DAN BISNIS*, 4(02), 39–48. <https://doi.org/10.51512/jimb.v4i02.56>
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 287. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i2.2384>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Taan, H. (2021). Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 8(1), 89. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v8i1.19502>
- Utami, I. W. (2017). *Perilaku Konsumen Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan pembelian*. CV Pustaka Bengawan.
- Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2015). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 1, 19.