



Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda

¹Dina Ramadhan,²Hendri Rahmayani Asri, ³Hantoro Arief Gisijanto, ⁴Nenik Diah Hartanti, ⁵Ekaning Setyarini

^{1,2,3,4,5}Universitas Gunadarma

*Email : dinaramadhan94@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi terutama di bidang keuangan telah merubah kebiasaan masyarakat pada proses transaksi tunai menjadi non tunai. Pemerintahpun melakukan kampanye Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dengan menciptakan budaya *less cash society*. Salah satunya dengan menciptakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, gaya hidup, dan literasi keuangan digital terhadap keputusan penggunaan QRIS pada generasi muda di Jabodetabek. Data primer digunakan dalam penelitian ini adalah data yang dikumpulkan dari 115 orang responden yaitu masyarakat yang pernah atau masih menggunakan QRIS. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan alat bantu pengujian yaitu SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS.

Kata Kunci: gaya hidup, literasi keuangan digital, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, keputusan penggunaan.

Pendahuluan

Regulasi Gerbang Pembayaran Nasional (GPN) berkaitan dengan standar Kode Nasional atau QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) merupakan jawaban atas kebutuhan akan inovasi dalam digital payment yang bertujuan untuk mempermudah transaksi uang elektronik (Saputri, 2020). Berdasarkan ketentuan Bank Indonesia dalam PADG No. 21/18/2019 tentang Implementasi Standar Nasional *Quick Response Code* untuk pembayaran, menyatakan bahwa seluruh penyedia Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang berbasis *QR Code* wajib menggunakan QRIS. QRIS telah didukung oleh 71 Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang terdiri dari 42 bank, 25 non bank, dan 4 lembaga *switching*. Hal ini dilakukan agar transaksi pembayaran lebih terjangkau atau efisien, mempercepat inklusi keuangan Indonesia, memajukan UMKM, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi (Bank Indonesia, 2019).

Peluang digital bagi perbankan di era revolusi industri 4.0 ini sangat besar. Hal ini didukung oleh beberapa fakta dimana Indonesia memiliki potensi demografis dimana Indonesia merupakan negara dengan populasi penduduk terbesar keempat di dunia. Berdasarkan data Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, jumlah penduduk Indonesia mencapai 275,36 juta jiwa pada Juni 2022. Dari jumlah tersebut, lebih dari 70% populasi penduduk Indonesia berada di rentang usia produktif (15 hingga 64 tahun) dan bisa dikatakan bahwa rentang usia ini adaptif terhadap teknologi. Didukung dengan penetrasi penggunaan internet mencapai 213 juta orang per

Januari 2023 hal ini menunjukkan semakin tingginya tingkat pemanfaatan dan penggunaan internet, maka potensi ekonomi digital RI akan semakin tumbuh. Menurut Bain, Google, dan Temasek (2020), Indonesia berpeluang menjadi negara dengan perkembangan ekonomi digital terbesar di kawasan Asia Tenggara. Nilai transaksi ekonomi digital Indonesia merupakan yang tertinggi di kawasan ASEAN, yakni mencapai US\$44 miliar. Nilai ekonomi digital RI diprediksi akan mencapai US\$124 miliar pada tahun 2025. Berdasarkan data Bank Indonesia (BI) transaksi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) mencapai Rp 18,33 triliun pada Agustus 2023. Nilai tersebut tumbuh sebesar 89,64% jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya. Dari jumlah pengguna 37 juta dan jumlah merchant 26,7 juta yang sebagian besar UMKM (CNBC, 2023)

Di era yang serba digital, dimana mayoritas masyarakat sudah memiliki smartphone maka kecepatan dan kemudahan pembayaran digital memiliki daya tarik yang lebih besar, baik itu melalui dompet digital, QR, hingga kartu kredit *contactless*. Gaya hidup masyarakatpun mengalami perubahan dimana pembayaran konvensional sedikit demi sedikit berubah menjadi pembayaran digital dan menjadi bagian dari gaya hidup bagi sebagian masyarakat. (Assael, 2005). Menurut (Dayan, 2020) bahwa gaya hidup memiliki pengaruh pada minat menggunakan internet, dan lifestyle memiliki pengaruh pada keputusan menggunakan aplikasi pembayaran digital.

Teknologi digital sudah menjadi bagian penting dari industri jasa keuangan. Penawaran, pembukaan rekening, ataupun pembelian produk dan jasa keuangan dapat dilakukan secara digital. Hal ini tentunya memiliki dampak positif bagi masyarakat maupun perekonomian negara. Namun, perkembangan teknologi digital ini dapat menimbulkan dampak negatif bagi pengguna teknologi seperti kemungkinan terjadi *abuse opportunity* yang mengarah pada kejahatan kriminal di dunia digital. Oleh karena itu, seseorang perlu punya bekal pengetahuan dan keterampilan memadai dalam menggunakan teknologi digital secara tepat, benar, dan aman. Pengetahuan dan keterampilan mengenai produk dan layanan jasa keuangan digital perlu dimiliki agar dapat memahami manfaat dan risiko dari produk dan jasa keuangan tersebut. Literasi keuangan digital yang baik sehingga dapat meminimalisir risiko penipuan ataupun tindakan kejahatan lain yang mungkin terjadi. Tingkat literasi keuangan digital mempunyai peranan penting dalam menentukan frekuensi penggunaan *financial technology*, individu merasa tidak percaya diri untuk menggunakan layanan teknologi keuangan tersebut karena kurangnya keterampilan dan pengetahuan mengenai keuangan dan digital. Asosiasi Fintech Indonesia (Aftech) menyatakan bahwa angka literasi keuangan digital masyarakat Indonesia pada tahun 2023 masih berada pada angka 25 persen. Hal tersebut berbanding jauh jika dikomparasikan dengan angka inklusivitas keuangan masyarakat Indonesia yang mencapai 85 persen.

Pemanfaatan teknologi informasi dalam bentuk aplikasi pembayaran digital tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan dari sisi pengguna, penyedia aplikasi dan dari aplikasinya itu sendiri. Menurut Davis (1989) adopsi pengguna teknologi informasi ditentukan oleh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat. Penggunaan teori TAM dikembangkan dengan menambahkan berbagai variabel eksternal pada model TAM. Berbagai variabel eksternal yang ditambahkan tersebut, secara garis besar dapat dikategorikan sebagai variabel-variabel individual, organisasi, kultur dan karakteristik-karakteristik tugas (Jogiyanto, 2007) TAM tumbuh menjadi salah satu model yang dianggap sangat berpengaruh dan sering digunakan untuk menjelaskan serta memprediksi penggunaan sistem atau teknologi informasi.



Metode

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi muda yang berusia 17 – 35 tahun sebagai pengguna QRIS di Jabodetabek. Hal ini dilandasi bahwa generasi muda atau Generasi Z (1997-2010) merupakan generasi pertama yang terhubung dengan teknologi dan digital dari sejak dilahirkan. Objek dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan, persepsi manfaat, gaya hidup, literasi dan keputusan penggunaan QRIS. Pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 115.

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Persepsi Kemudahan	PK 1	0,639	0,1832	Valid
		PK 2	0,621	0,1832	Valid
		PK 3	0,692	0,1832	Valid
		PK 4	0,649	0,1832	Valid
		PK 5	0,587	0,1832	Valid
		PK 6	0,702	0,1832	Valid
		PK 7	0,572	0,1832	Valid
2	Persepsi Manfaat	PM 1	0,592	0,1832	Valid
		PM 2	0,546	0,1832	Valid
		PM 3	0,676	0,1832	Valid
		PM 4	0,556	0,1832	Valid
		PM 5	0,581	0,1832	Valid
		PM 6	0,594	0,1832	Valid
3	Gaya Hidup	GH 1	0,704	0,1832	Valid
		GH 2	0,640	0,1832	Valid
		GH 3	0,828	0,1832	Valid
		GH 4	0,729	0,1832	Valid
		GH 5	0,707	0,1832	Valid
		GH 6	0,626	0,1832	Valid
4	Literasi Keuangan Digital	LK 1	0,615	0,1832	Valid
		LK 2	0,665	0,1832	Valid
		LK 3	0,571	0,1832	Valid
		LK 4	0,700	0,1832	Valid
		LK 5	0,608	0,1832	Valid
		LK 6	0,548	0,1832	Valid
5	Keputusan Penggunaan	KP 1	0,675	0,1832	Valid
		KP 2	0,678	0,1832	Valid
		KP 3	0,680	0,1832	Valid
		KP 4	0,646	0,1832	Valid
		KP 5	0,738	0,1832	Valid

Sumber : Data diolah, 2023

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang. Jawaban responden terhadap pertanyaan dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten, dengan syarat yaitu nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas 115 Responden

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Reliabel	Keterangan
1	Persepsi Kemudahan	0,894	0,60	Reliabel
2	Persepsi Manfaat	0,776	0,60	Reliabel
3	Gaya Hidup	0,852	0,60	Reliabel
4	Literasi Keuangan Digital	0,811	0,60	Reliabel
5	Keputusan Penggunaan	0,848	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah ,2023

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi adalah koefisien yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	Adjusted R Square
1	0,732

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,732 atau 73,2%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, gaya hidup, dan literasi keuangan mempunyai pengaruh terhadap keputusan penggunaan sebesar 73,2%, sedangkan sisanya sebesar 26,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Dasar pengambilan keputusan uji t dengan melihat t tabel *coefficients* dan membandingkan besarnya *p-value* pada kolom Sig. Apabila tingkat signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti secara parsial tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen begitupun sebaliknya apabila tingkat signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti secara parsial terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. Hasil Uji t

Model	t	Sig.	Keterangan
(Constant)	1.027	.307	
Persepsi Kemudahan	2.059	.042	Berpengaruh
Persepsi Manfaat	2.223	.028	Berpengaruh
Gaya Hidup	3.592	.000	Berpengaruh
Literasi Keuangan Digital	5.355	.000	Berpengaruh

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh hasil analisis regresi keempat variabel independen signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian diperoleh hipotesis yang menjelaskan hal tersebut, dimana semua hipotesis yang diterima.

Persepsi kemudahan dapat mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS. Berdasar teori TAM, kemudahan penggunaan teknologi (*Perceived Ease of Use*) alasan dalam memutuskan untuk menggunakan suatu teknologi karena adanya kemudahan penggunaan. Seseorang yang merasa bahwa menggunakan QRIS mudah, maka ada kecenderungan untuk menggunakan QRIS sebagai alternative. Munculnya perasaan positif bahwa menggunakan QRIS itu mudah dapat meningkatkan tingkat penggunaan di kalangan masyarakat. Merekapun akan mengintegrasikannya ke dalam transaksi keuangan sehari-hari. Sehingga semakin tinggi tingkat kemudahan yang ditimbulkan oleh penggunaan teknologi, semakin mempengaruhi keputusan dalam menggunakan teknologi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Altwairesh, R., & Aloud, M. (2021), Ugur (2016), Adinda (2022), Tenggino dan Mauritsius (2022) dan Wardhani, Arkeman & Ermawati (2023) yang mengatakan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS.

Persepsi manfaat dapat mempengaruhi keputusan penggunaan jika manfaat menggunakan QRIS mampu dirasakan oleh penggunanya. Berdasarkan teori TAM, manfaat penggunaan teknologi (*Perceived Usefulness*) salah satu alasan pengguna dalam memutuskan menggunakan suatu teknologi adalah karena adanya manfaat dari penggunaan teknologi tersebut. QRIS dapat mempercepat proses bertransaksi, tidak perlu lagi menggunakan uang tunai dalam transaksi. Penggunaan QRIS yang *contactless* memungkinkan konsumen membayar hanya dengan sekali tap saat melakukan pembayaran. QRIS menggunakan teknologi enkripsi yang tinggi sehingga data pribadi lebih aman dari potensi pencurian atau penipuan. Selain itu ada fitur keamanan tambahan seperti PIN atau autentikasi sidik jari yang bisa digunakan untuk konfirmasi pembayaran. QRIS cukup fleksibel pengguna dapat memilih lebih banyak jenis pembayaran elektronik. Jika lupa bawa uang tunai tapi memiliki saldo di dompet digital, maka bisa scan kode QR, dan pembayaran langsung terproses. Hal ini menjadikan lebih mudah dan praktis. Dengan QRIS, bisa dilihat riwayat transaksi dengan mudah. Setiap dilakukan pembayaran menggunakan QRIS, detail transaksi akan tercatat. Dan bisa diakses kapan saja lewat aplikasi dompet digital, ha ini sangat membantu dalam mengelola keuangan pribadi. Penggunaan QRIS juga memberikan dampak positif pada lingkungan. Penggunaan uang tunai dan kertas dalam transaksi fisik berdampak negatif pada lingkungan karena proses pencetakan uang dan penggunaan kertas yang besar. Dengan semakin banyaknya pengguna QRIS, maka pengguna QRIS ikut serta dalam mengurangi penggunaan uang fisik dan kertas. Ini berarti juga mengurangi jejak karbon dan dampak lingkungan lainnya. Dengan adanya manfaat QRIS yang cukup banyak maka keputusan untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran akan menjadi lebih kuat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tenggino dan Mauritsius (2022) Rismalia dan Sugiyanto (2022) ; Pratama dan Suputra (2019); Najib & Fatma (2022) dan Wardhani, Arkeman & Ermawati (2023) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS.

Teknologi internet dan media sosial lekat dengan generasi muda, teknologi internet dan media social sudah menjadi bagian yang tak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari-hari. Hal ini yang menjadikan generasi muda tumbuh menjadi generasi yang memiliki gaya hidup serba digital termasuk dalam kebiasaan berbelanja dan melakukan pembayaran. Studi *Consumer Payment Attitudes* menyatakan teknologi digital berkembang di banyak aspek kehidupan,

generasi muda berada di garis depan menuju *cashless society*. Kenyamanan, kecepatan, dan keamanan menjadi faktor-faktor terbesar yang mendorong adopsi pembayaran digital.. Penggunaan QRIS meningkat terutama pada generasi yang menganut gaya hidup efisien, berorientasi teknologi, terbiasa dengan pembayaran non tunai, dan memiliki lingkungan sosial yang mendukung adopsi teknologi baru. Budaya digital disebut juga sebagai "dunianya anak muda". Hal ini dikarenakan bahwa menurutnya generasi muda lebih terampil, lebih gesit, dan lebih cepat dalam persoalan teknologi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Seputri & Yafiz, 2022 ; Alfiana, Harmanto, & Anggrainie, 2022 ; Dayan, 2020) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

Literasi Keuangan Digital merupakan pengetahuan, keterampilan, keyakinan, serta kompetensi dalam memanfaatkan produk dan layanan keuangan digital dengan rasa aman untuk membuat keputusan keuangan yang baik. Di masa mendatang diperkirakan semua transaksi keuangan akan beralih ke teknologi digital dan menuju *cashless transactions*. Kemudahan transaksi keuangan secara digital perlu diiringi dengan pemahaman akan adanya risiko keamanan data pribadi. Data pribadi yang harus benar-benar dijaga adalah Nomor Induk Kependudukan (NIK), nama ibu kandung, tempat tanggal lahir, kode *Personal Identification Number* (PIN), kode *On Time Password* (OTP), nomor kartu kredit, nomor *Card Verivication Value* (CVV), *username*, *password*, dan informasi pribadi lainnya. Untuk itu upaya perlindungan data pribadi konsumen merupakan prioritas utama yang harus dijaga, baik oleh konsumen maupun lembaga jasa keuangan. Data pribadi yang tersebar dapat dimanfaatkan oleh oknum tidak bertanggung jawab untuk melakukan transaksi yang merugikan bahkan dapat disalah gunakan untuk tindak kejahatan. Individu dengan literasi keuangan digital yang baik akan mampu menggunakan QRIS dengan baik, mampu menjaga keamanan data pribadi sehingga terhindar dari tindakan penyalah gunaan data pribadi yang berujung pada tindakan kejahatan. Kemampuan literasi keuangan digital yang memadai akan membuat hidup seseorang semakin nyaman karena semua transaksi keuangan menjadi mudah, menghemat biaya tidak dibatasi oleh waktu dan, terhindar dari adanya tindakan kejahatan. Hasil peneltian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Adinda, 2022 ; Palupi, Hartati, & Sofa, 2022), Noor, Fourqoniah, & Aransyah, (2020) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Aulia, Rahayu & Bahari (2023) yang menyatakan bahwa literasi kaungan digital mempengaruhi perilaku dalam keuangan .

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi adalah koefisien yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada Tabel 5.

Model	Adjusted R Square
1	0,732

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,732 atau 73,2%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, gaya hidup, dan literasi keuangan mempunyai pengaruh terhadap keputusan penggunaan sebesar 73,2%, sedangkan sisanya sebesar 26,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Kriteria pengujiannya adalah nilai signifikansinya $< 0,05$ menunjukkan bahwa uji model ini layak untuk digunakan pada penelitian. Nilai signifikansinya $> 0,05$ menunjukkan bahwa uji model ini tidak layak untuk digunakan pada penelitian.

Tabel 6. Hasil Uji F

Model	F	Sig
Regression	74.951	0,000

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel di atas dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa $p\ value < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa uji model ini layak untuk digunakan pada penelitian.

Kesimpulan

Persepsi kemudahan yang dirasakan, persepsi manfaat dari penggunaan QRIS, gaya hidup dan literasi keuangan digital promosi, mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan QRIS sebagai teknologi pembayaran. Oleh karena itu, berbagai kegunaan dan manfaat yang didapat akan mendorong peningkatan penggunaan QRIS sebagai teknologi pembayaran digital di Indonesia. Gaya hidup generasi muda yang update pada teknologi baru dan menginginkan kepraktisan mendorong meningkatnya pemanfaat QRIS sebagai teknologi pembayaran digital di Indonesia Literasi keuangan digital yang baik dan pemahaman yang kuat akan manfaat dan risiko dalam menggunakan financial teknologi akan mendorong meningkatnya pemanfaat QRIS sebagai teknologi pembayaran digital di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Adinda., M. (2022).). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gen-Z Dalam Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Sebagai Teknologi Pembayaran Digital., *Contemporary Studies in Economic, Finance and Banking*, 1(1).
- Al-Dmour, R., Dawood, A. E., Al-Dmour, H., & Masa'deh, R. (2020). The effect of customer lifestyle patterns on the use of mobile banking applications in Jordan *International Journal of Electronic marketing and Retailing*. 11(3), 239-258.
- Altwaresh, R., & Aloud, M. (2021). Mobile payments from merchants' perspective: An empirical study using the TAM model in Saudi Arabia. *International Journal of Computer Science and Network Security*, 21 (8), 317-326.
- Assael. (2005). *Consument Behavior and Marketing Action*, 3th edision. Boston Massachuset, AS: kent Publishing Company.
- Aulia, A., Rahayu, R., & Bahari, A. (2023). The Influence Of Digital Financial Literacy On Financial Well-Being With Financial Behavior As A Moderation Variable:

- Communities In West Sumatra ., *Jurnal Akuntansi*, 13 (2) June,ISSN 2303-0356,<https://doi.org/10.33369/jakuntansi.13.2.>, 141-149.
- Cole, S., Sampson, T., & Zia, B. (2011). Prices or Knowledge? What drives demand for Financial Services in Emerging market? *Journal of Finance*, vol.66 (6),DOI: 10.1111/j.1540-6261.2011.01696.x , 1933-1967.
- Dayan, M. T. (2020). Pengaruh persepsi Konsumen, Gaya Hidup, dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital . *TRANSAKSI*, vol. 12 (1), 40-50.
- de Luna, F. I., Liebiana-Cabbianials, F., Sanchez-Fernandez, J., & Munoz-Leiva, F. (2019). Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied. *Technological Forecasting and Social Change* 146, 931-944.
- Eyuboglu, K., & Ugur, S. (2016). Determinant Of Concumers' Adoption To Shopping With QR code In Turkey., *The Journal of International Social Research*, 9 (43), 1830-1830.
- Gao, S., & Guo, H. (2021). An empirical study on users' continuous usage intention of QR code mobile payment services in China. *International Journal of E_Adoption (IJE)*, vol. 10 (1), 18-33.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan, edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Najib, M., & Fahma, F. (2020). Investigating the adoption of digital payment system through an extended technology acceptance model: An insight from the Indonesian small and medium enterprises,. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 10(4), 1702-1708.
- Noor, M., Fourqoniah, F., & Aransyah, M. (2020). The Investigation of financial inclusions, financial literacy, and financial technology in Indonesia. *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*, 8 (3).
- Poi Mun, Y., Khalid, H., & Nadarajah, D. (2017). Millennials' Perception on Mobile Payment Services in Malaysia. *Procedia Computer Science*, 124. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.170>, 397-404.
- Rismalia, R., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Dana Di Universitas Esa Unggul. *Jurnal SINOMIKA: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(3), 561-588.
- Tenggingo, D., & Mauritsius, T. (2022). Evaluation Of Factors Affecting Intention To Use QRIS Payment. *ICIC Express Letters International*, 16 (4), 343-349.
- Tew, T. H., Tan, M. X., Loh, -H. V., Lee, -L. W., & Ooi, -B. K. (2021). Tapping the Next Purchase: Embracing the Wave of Mobile Payment. *Journal of Computer Information Systems*, 62 (3), 527-535.
- User behaviour in QR mobile payment system : The QR Payment Acceptance model. (2015). *Technology Analysis & Strategy Management*, 27 (9), 1031-1049.
- Van Rooij, Lusardi, M., & Alessie, R. (2012). Finacial Leteracy, Retirement Planning and Household Wealth. *The Economic Journals*, 122 (560),DOI: 10.1111/j.1468-0297.2012.02501 , 449-478.
- Wardhani, R., Arkeman, Y., & Ermawati, W. (2023). The Impact of Quick Response Adoption of Payment Code on MSMEs' Financial Performance in Indonesia. *International of Social Service and Research (IJSR)*, 3 (3), 869–878.

- Yan, -Y. L., Tan, -H. G., Loh, X. M., Hew, -J. J., & Ooi, -B. K. (2021). QR code and mobile payment: The disruptive forces in retail. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 1-9.
- Yu., C. (2015). Using E-Lifestyle to Analyze Mobile Banking Adopters and Non-Adopters. *Jpurnal of Global Information technology management*, 18 issue 3, 188-213.
- Zottel, S., Perotti, V., & Bolaji-Adio, A. (2013). Financial capability surveys around the World: Why financial capability is important and how surveys can help. *The Word Bank no.80767*, 1-8.