

Determinants of QRIS Adoption Among Generation Z Consumers: The Role of Financial Literacy and Behavioral Control

Jovannia Grisella Eka Putri ¹, Julius Sutrisno ²

¹Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Bunda Mulia

Jalan Lodan Raya, Jakarta 14430, Indonesia

Correspondence E-mail: s35220080@student.ubm.ac.id

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan menganalisis determinan perilaku penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada konsumen Generasi Z di ritel modern Super Indo Jakarta, dengan menguji pengaruh Financial Literacy (FL), Subjective Norms (SN), dan Perceived Behavioral Control (PBC) terhadap QRIS Usage Behavior (QUB), serta peran mediasi Intention to Use (I) dalam kerangka Theory of Planned Behavior (TPB). Pendekatan penelitian menggunakan metode kuantitatif melalui survei daring kepada 270 responden pengguna QRIS di Super Indo wilayah DKI Jakarta dengan rentang usia 17–28 tahun, menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan PLS-SEM melalui perangkat lunak SmartPLS 4.1.1.6, mencakup evaluasi outer model, inner model, dan pengujian hipotesis (direct effect dan specific indirect effect). Hasil menunjukkan bahwa Financial Literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intention ($\beta=0,374$; $p<0,001$) dan Usage Behavior ($\beta=0,270$; $p<0,001$). Subjective Norms tidak berpengaruh signifikan terhadap Intention ($p=0,051$) maupun Usage Behavior ($p=0,194$), mengindikasikan keputusan penggunaan QRIS pada Gen Z lebih bersifat otonom daripada dipengaruhi tekanan sosial. PBC berpengaruh signifikan terhadap Intention ($\beta=0,275$; $p=0,001$) namun tidak signifikan secara langsung terhadap Usage Behavior ($p=0,088$), tetapi berpengaruh melalui mediasi Intention ($\beta_{\text{indirect}}=0,102$; $p=0,011$). Selain itu, Intention terbukti menjadi prediktor kuat perilaku penggunaan QRIS ($\beta=0,371$; $p<0,001$). Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan edukasi literasi keuangan dan kesiapan infrastruktur transaksi ritel untuk mendorong adopsi pembayaran digital yang konsisten pada Generasi Z.

Article Information

Riwayat Artikel:

Diterima 15 Januari 2026

Direvisi 18 Januari 2026

Diterbitkan 22 Januari 2026

Tersedia Online 22 Januari 2026

Publikasi 22 Januari 2026

Keyword:

Financial Literacy, Generasi Z, Intention to Use, Perceived Behavioral Control, QRIS Usage Behavior, Subjective Norms.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan sistem pembayaran digital di Indonesia mengalami akselerasi yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Transformasi ini didorong oleh kemajuan financial technology (fintech) (Muat et al., 2025) serta kebijakan pemerintah melalui Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) yang diinisiasi oleh Bank Indonesia (Yudha et al., 2025). Salah satu inovasi penting yang memperkuat ekosistem transaksi digital adalah penerapan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai sistem pembayaran universal lintas penyedia jasa keuangan (Yasin et al., 2025). Sejak diperkenalkan secara nasional pada tahun 2020, QRIS menjadi instrumen yang mendukung efisiensi transaksi, mendorong inklusi keuangan, serta memperkuat digitalisasi sektor ritel di Indonesia (Majidi Asaif et al., 2025); (Utomo et al., 2024; Yanti et al., 2025).

Kenaikan volume transaksi QRIS yang digambarkan pada skripsi ini menunjukkan bahwa adopsi QRIS berkembang sangat cepat, terutama pada periode 2022 hingga kuartal II 2025. Pertumbuhan tersebut menandakan bahwa QRIS semakin diterima sebagai metode pembayaran yang praktis dan relevan untuk kebutuhan transaksi sehari-hari. Di Jakarta, tren pembayaran non-tunai juga semakin kuat, di mana persepsi terhadap kemudahan, keamanan, dan manfaat menjadi pertimbangan utama masyarakat saat memilih platform pembayaran digital (Santoso et al., 2024). Perubahan ini berdampak langsung pada industri ritel, khususnya supermarket, yang semakin kompetitif dalam mengadopsi sistem pembayaran digital demi menghadirkan pengalaman berbelanja yang lebih praktis, aman, dan efisien (Alemayehu Tegegn, 2024).

Dalam konteks ritel modern, Super Indo menjadi konteks penelitian yang relevan karena termasuk jaringan supermarket yang aktif mengintegrasikan layanan digital dalam operasional transaksi konsumen. Hal ini juga terlihat dari daya saing merek Super Indo pada kategori supermarket: berdasarkan Top Brand Award 2025, Super Indo berada di posisi kedua dengan persentase 23,00%. Implementasi pembayaran digital di Super Indo sejalan dengan upaya membangun ekosistem cashless retail, dan penerapan QRIS di gerai dapat mempercepat transaksi di kasir tanpa ketergantungan pada uang tunai (Ferdinan et al., 2024). Penelitian terdahulu juga menegaskan bahwa integrasi QRIS di sektor ritel berdampak positif terhadap efisiensi transaksi dan kepuasan pelanggan (Ferdinan et al., 2024; Yasin et al., 2025).

Dari sisi demografi, salah satu kelompok yang berperan penting dalam akselerasi transaksi digital adalah Generasi Z, yaitu individu yang lahir pada 1997–2012 dan dikenal adaptif terhadap teknologi. Berdasarkan data BPS DKI Jakarta (2025) pada skripsi ini, populasi Generasi Z di Jakarta mencapai lebih dari 1,6 juta jiwa. Kelompok ini memiliki penetrasi teknologi tinggi serta preferensi terhadap transaksi digital yang cepat, mudah, dan terintegrasi dengan gaya hidup urban. Temuan (Mashitoh & Octafian, 2025) menguatkan bahwa Generasi Z merupakan segmen utama dalam peralihan metode pembayaran dari konvensional ke digital di Indonesia. Selain itu, penelitian (Putra & Valencia, 2025; Salsa Filiya et al., 2025) menegaskan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup digital menjadi pendorong penting dalam keputusan Generasi Z menggunakan QRIS.

Untuk memahami faktor yang mendorong penggunaan QRIS, penelitian ini mengacu pada kajian berbasis Theory of Planned Behavior (TPB). Sejumlah studi menunjukkan bahwa perilaku adopsi pembayaran digital dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial seperti financial literacy, subjective norms, dan perceived behavioral control (Ashour et al., 2023; Sihotang et al., 2025; Usman et al., 2025). Financial literacy meningkatkan keyakinan pengguna dalam mengelola transaksi digital, subjective norms merepresentasikan dorongan sosial terhadap perilaku, sedangkan perceived behavioral control terkait sejauh mana

individu merasa mampu mengendalikan perilaku finansialnya saat menggunakan layanan seperti QRIS (Tian et al., 2023). Pada Generasi Z, literasi keuangan yang baik juga terbukti dapat meningkatkan niat dan perilaku penggunaan sistem pembayaran digital (Berlianawati et al., 2024; Mishra et al., 2024).

Walaupun demikian, skripsi ini juga menggarisbawahi kebutuhan untuk memperkuat pemahaman empiris mengenai faktor psikologis dan finansial yang mendorong perilaku penggunaan QRIS pada konteks ritel modern. Hal ini penting karena meningkatnya jumlah pengguna QRIS tidak selalu identik dengan perilaku transaksi aktual yang konsisten; artinya, ada ruang untuk menganalisis lebih dalam determinan yang membentuk niat dan perilaku penggunaan QRIS secara nyata (Fathi & Wandebori, 2024; Paramita & Cahyadi, 2024). Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan analisis pada pengaruh financial literacy, subjective norms, dan perceived behavioral control terhadap QRIS usage behavior, dengan intention sebagai variabel mediasi pada konsumen Generasi Z pengguna QRIS di Super Indo Jakarta.

1.1 Financial Literacy

Financial literacy merujuk pada tingkat pemahaman individu terhadap konsep keuangan dasar serta kemampuan dalam mengelola keputusan keuangan secara rasional dan bertanggung jawab. Dalam konteks pembayaran digital, literasi keuangan tidak hanya mencakup pengetahuan mengenai manfaat transaksi non-tunai, tetapi juga pemahaman terhadap risiko, keamanan, dan efisiensi penggunaan sistem pembayaran digital seperti QRIS (Ashour et al., 2023; Berlianawati et al., 2024). Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi pembayaran digital karena mampu menilai manfaat dan konsekuensi dari setiap transaksi yang dilakukan.

Pada Generasi Z, financial literacy menjadi faktor penting karena kelompok ini memiliki intensitas penggunaan teknologi yang tinggi namun tidak selalu diimbangi dengan pemahaman keuangan yang memadai. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan dalam membentuk niat dan perilaku penggunaan layanan keuangan digital, termasuk QRIS, karena individu yang memahami sistem keuangan dengan baik lebih mampu mengadopsi inovasi pembayaran secara berkelanjutan (Mashitoh & Octafian, 2025; Mishra et al., 2024). Dalam skripsi ini, financial literacy diposisikan sebagai determinan kognitif yang memengaruhi intention dan QRIS usage behavior pada konsumen Generasi Z di Super Indo Jakarta.

1.2 Subjective Norms

Subjective norms didefinisikan sebagai persepsi individu mengenai tekanan sosial yang dirasakan dari orang-orang penting di sekitarnya, seperti keluarga, teman, atau lingkungan sosial, untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu. Dalam konteks pembayaran digital, subjective norms mencerminkan sejauh mana individu terdorong menggunakan QRIS karena pengaruh atau ekspektasi sosial (Sihotang et al., 2025; Usman et al., 2025).

Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa subjective norms memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan sistem pembayaran digital, terutama pada masyarakat yang memiliki ketergantungan tinggi terhadap opini sosial (Nattassha et al., 2024). Namun, pada Generasi Z, pengaruh norma subjektif sering kali menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Hal ini disebabkan oleh karakter Gen Z yang lebih mandiri, terbiasa mengambil keputusan berdasarkan preferensi pribadi, serta memiliki tingkat kepercayaan diri tinggi

dalam menggunakan teknologi (Fathi & Wandebori, 2024). Oleh karena itu, penelitian ini menguji kembali peran subjective norms dalam membentuk intention dan QRIS usage behavior pada Generasi Z di konteks ritel modern.

1.3 Perceived Behavioral Control

Perceived behavioral control (PBC) menggambarkan sejauh mana individu merasa memiliki kemampuan, sumber daya, dan kendali untuk melakukan suatu perilaku. Dalam penggunaan QRIS, PBC berkaitan dengan persepsi kemudahan penggunaan, ketersediaan fasilitas pendukung, serta keyakinan individu dalam menyelesaikan transaksi secara mandiri tanpa hambatan teknis (Tian et al., 2023).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa PBC memiliki peran penting dalam membentuk niat penggunaan teknologi, khususnya ketika individu merasa mampu mengendalikan proses transaksi. Namun, pengaruh PBC terhadap perilaku penggunaan aktual sering kali bersifat tidak langsung dan dimediasi oleh intention (Paramita & Cahyadi, 2024). Dalam skripsi ini, perceived behavioral control diuji baik sebagai prediktor langsung maupun tidak langsung terhadap QRIS usage behavior, guna memahami mekanisme pengaruhnya pada konsumen Generasi Z.

1.4 Intention to Use QRIS

Intention merupakan kesiapan atau kecenderungan individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu dan menjadi prediktor utama perilaku aktual. Dalam kerangka Theory of Planned Behavior, intention dipengaruhi oleh faktor kognitif dan sosial, serta berfungsi sebagai penghubung antara sikap dan perilaku (Ashour et al., 2023).

Dalam konteks QRIS, intention mencerminkan niat konsumen untuk terus menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran saat bertransaksi di Super Indo. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa niat penggunaan yang kuat akan meningkatkan kemungkinan individu untuk secara konsisten menggunakan sistem pembayaran digital dalam kehidupan sehari-hari (Salsa Filiya et al., 2025). Oleh karena itu, penelitian ini menempatkan intention sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh financial literacy, subjective norms, dan perceived behavioral control terhadap QRIS usage behavior.

1.5 QRIS Usage Behavior

QRIS usage behavior mengacu pada perilaku aktual individu dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran saat melakukan transaksi. Berbeda dengan niat, perilaku penggunaan mencerminkan realisasi nyata dari keputusan konsumen dalam konteks transaksi sehari-hari (Utomo et al., 2024).

Fokus pada perilaku penggunaan aktual menjadi penting karena tingginya tingkat adopsi teknologi tidak selalu diikuti oleh konsistensi penggunaan. Dalam konteks ritel modern seperti Super Indo, penggunaan QRIS dipengaruhi oleh kebiasaan belanja, kemudahan proses di kasir, serta kesiapan sistem pembayaran. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan QRIS usage behavior sebagai variabel dependen utama untuk memahami keberlanjutan adopsi pembayaran digital pada Generasi Z di Jakarta.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh financial literacy, subjective norms, dan perceived behavioral control terhadap QRIS usage behavior pada konsumen

Generasi Z pengguna QRIS di Super Indo Jakarta, dengan intention to use sebagai variabel mediasi. Berdasarkan paradigma penelitian, yang dapat dilihat pada Gambar 1, dan jalur hubungan antar variabel yang diuji, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *QRIS Usage Behavior*.

H2: *Subjective Norms* berpengaruh terhadap *QRIS Usage Behavior*.

H3: *Perceived Behavioral Control* berpengaruh terhadap *QRIS Usage Behavior*.

H4: *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Intention to Use*.

H5: *Subjective Norms* berpengaruh terhadap *Intention to Use*.

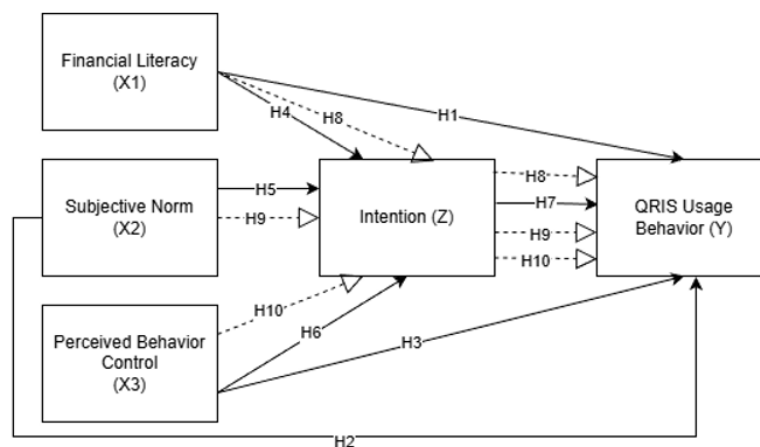
H6: *Perceived Behavioral Control* berpengaruh terhadap *Intention to Use*.

H7: *Intention to Use* berpengaruh terhadap *QRIS Usage Behavior*.

H8: *Intention to Use* memediasi hubungan antara *Financial Literacy* dan *QRIS Usage Behavior*.

H9: *Intention to Use* memediasi hubungan antara *Subjective Norms* dan *QRIS Usage Behavior*.

H10: *Intention to Use* memediasi hubungan antara *Perceived Behavioral Control* dan *QRIS Usage Behavior*.



Gambar 1 Paradigma Penelitian diadopsi dari Usman et al. (2025)

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi niat dan perilaku penggunaan QRIS pada konsumen Super Indo di Jakarta dengan mengacu pada kerangka Theory of Planned Behavior (TPB). Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner untuk mengukur pengaruh financial literacy, subjective norms, dan perceived behavioral control terhadap intention dan QRIS usage behavior, kemudian data dianalisis menggunakan alat pengolahan statistik. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen Generasi Z berusia 17–28 tahun yang pernah melakukan transaksi menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) di gerai-gerai Super Indo yang tersebar di wilayah DKI Jakarta. Definisi populasi mengacu pada pengertian populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek dengan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2023). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Subjek penelitian ditetapkan sebagai konsumen Generasi Z (17–28 tahun) yang memiliki pengalaman menggunakan QRIS untuk transaksi pembelian produk di Super Indo Jakarta. Penetapan subjek dan objek penelitian mengacu pada definisi subjek dan objek penelitian menurut (Sugiyono, 2023).

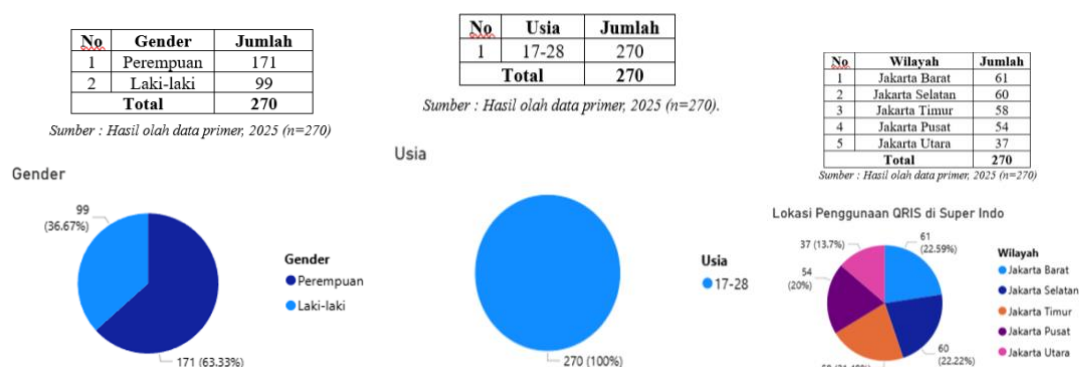
Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama. Kuesioner dipahami sebagai teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk memperoleh informasi tentang pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian, dan perilaku responden (Sugiyono, 2023). Kuesioner disebarakan melalui Google Form dan didistribusikan melalui berbagai media sosial pada periode 14 Oktober 2025 hingga 1 Desember 2025. Pengukuran dilakukan menggunakan skala Likert 5 poin, dari “Sangat Tidak Setuju” hingga “Sangat Setuju” (Sugiyono, 2023). Pemilihan skala Likert 5 poin dilakukan karena memungkinkan pengukuran sikap, persepsi, dan perilaku responden secara kuantitatif, serta digunakan dengan mengacu pada jurnal acuan (Usman et al., 2025). Untuk analisis data, penelitian ini menggunakan Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS 4.1.1.6. Penentuan ukuran minimum sampel mengacu pada pedoman (Hair et al., 2022) untuk analisis PLS-SEM. Tahapan analisis mengikuti evaluasi outer model (validitas dan reliabilitas) dan inner model (hubungan struktural), serta pengujian hipotesis menggunakan bootstrapping 5.000 subsample untuk menilai signifikansi path coefficient, t-statistic, dan p-value.

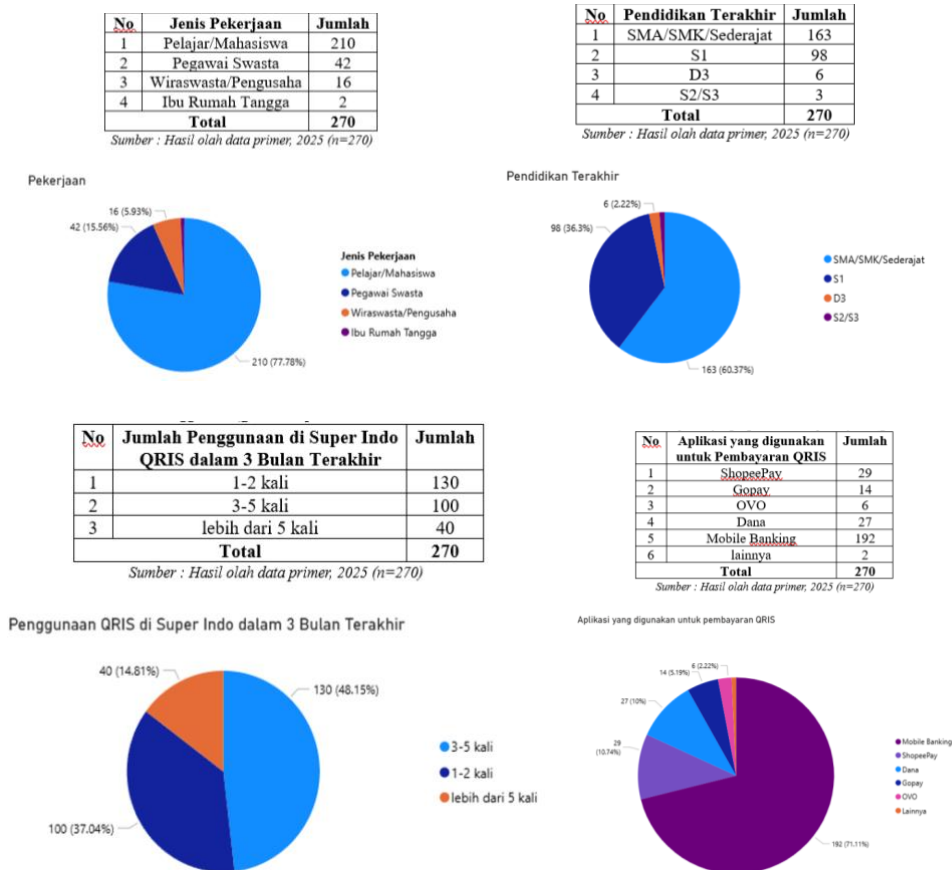
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner daring (Google Forms) pada konsumen Generasi Z (usia 17–28 tahun) yang pernah menggunakan QRIS di Super Indo Jakarta. Dari total 335 respons yang terkumpul, dilakukan penyaringan data berdasarkan kriteria penelitian sehingga diperoleh 270 responden yang layak dianalisis menggunakan SmartPLS versi 4.1.1.6.

Berdasarkan karakteristik responden pada Gambar 2, mayoritas responden adalah perempuan (63,33%), dengan rentang usia 17–28 tahun yang merepresentasikan Generasi Z. Sebaran wilayah responden relatif merata di seluruh wilayah DKI Jakarta, dengan dominasi responden dari Jakarta Barat, Jakarta Selatan, dan Jakarta Timur. Dari sisi pekerjaan, sebagian besar responden merupakan pelajar/mahasiswa, yang mencerminkan karakteristik utama Generasi Z dalam penelitian ini. Mayoritas responden menggunakan QRIS di Super Indo sebanyak 1–2 kali dalam tiga bulan terakhir, dan aplikasi pembayaran yang paling banyak digunakan adalah *mobile banking*.





Gambar 2 Karakteristik Responden

Evaluasi model struktural dilakukan untuk menilai kemampuan model dalam menjelaskan variabel endogen. Berdasarkan Gambar 3 Nilai R-square untuk variabel Intention to Use sebesar 0,420, sedangkan nilai R-square untuk variabel QRIS Usage Behavior sebesar 0,471, yang menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam model memiliki kemampuan penjelasan pada tingkat moderat.

Variabel	R-square	R-square Adjusted
Intention to Use	0.420	0.413
QRIS Usage Behavior	0.471	0.463

Gambar 3 Nilai R-square dan R-square Adjusted

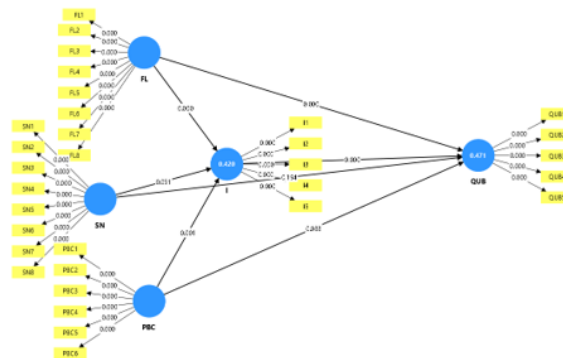
Kelayakan model juga dievaluasi menggunakan indikator model fit. Berdasarkan Gambar 4, hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) sebesar 0,059, yang mengindikasikan bahwa model penelitian memiliki tingkat kecocokan yang baik.

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.059	0.059

Gambar 4 Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan teknik bootstrapping untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel. Hasil analisis berdasarkan Gambar 5

menunjukkan bahwa financial literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap QRIS usage behavior dan intention to use. Sebaliknya, subjective norms tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan baik terhadap niat maupun perilaku penggunaan QRIS. Perceived behavioral control berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan QRIS, namun tidak berpengaruh langsung terhadap perilaku penggunaan. Selain itu, intention to use terbukti berpengaruh signifikan terhadap QRIS usage behavior.



	No.	Path	Path Coefficient (O)	T Statistics	P Values	Keterangan
Direct Effect	H1	FL → QUB	0.270	3.742	0.000	Signifikan
	H2	SN → QUB	0.081	1.299	0.194	Tidak Signifikan
	H3	PBC → QUB	0.109	1.708	0.088	Tidak Signifikan
	H4	FL → I	0.374	4.574	0.000	Signifikan
	H5	SN → I	0.134	1.951	0.051	Tidak Signifikan
	H6	PBC → I	0.275	3.311	0.001	Signifikan
	H7	I → QUB	0.371	4.525	0.000	Signifikan
Specific Indirect Effect	H8	FL → I → QUB	0.139	3.197	0.001	Signifikan
	H9	SN → I → QUB	0.050	1.509	0.131	Tidak Signifikan
	H10	PBC → I → QUB	0.102	2.550	0.011	Signifikan

Gambar 5 Path Coefficient

Secara keseluruhan, hasil pengujian menunjukkan bahwa intention to use memediasi pengaruh financial literacy dan perceived behavioral control terhadap QRIS usage behavior, sedangkan mediasi pada hubungan subjective norms dan QRIS usage behavior tidak terbukti signifikan.

3.2 Pembahasan

Hasil penelitian ini memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku penggunaan QRIS pada konsumen Generasi Z di Super Indo Jakarta. Secara umum, temuan menunjukkan bahwa financial literacy dan perceived behavioral control memiliki peran penting dalam membentuk intention to use, yang selanjutnya mendorong QRIS usage behavior. Sebaliknya, subjective norms tidak terbukti berpengaruh signifikan baik terhadap niat maupun perilaku penggunaan QRIS.

Pengaruh positif dan signifikan financial literacy terhadap intention dan QRIS usage behavior menunjukkan bahwa pemahaman keuangan menjadi fondasi penting dalam adopsi pembayaran digital (Santoso et al., 2024). Konsumen Generasi Z yang memiliki pemahaman yang baik mengenai manfaat, risiko, serta mekanisme transaksi QRIS cenderung memiliki keyakinan lebih tinggi untuk menggunakan QRIS secara konsisten. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa literasi keuangan meningkatkan

kepercayaan dan kesiapan individu dalam menggunakan layanan keuangan digital. Dalam konteks ritel modern seperti Super Indo, literasi keuangan membantu konsumen merasa lebih aman dan nyaman dalam melakukan transaksi non-tunai, sehingga mendorong penggunaan QRIS secara aktual.

Berbeda dengan financial literacy, subjective norms tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap intention maupun QRIS usage behavior. Hasil ini mengindikasikan bahwa keputusan Generasi Z dalam menggunakan QRIS tidak banyak dipengaruhi oleh tekanan sosial atau opini dari lingkungan sekitar, seperti teman atau keluarga. Temuan ini dapat dijelaskan oleh karakteristik Generasi Z yang cenderung mandiri, terbiasa mengambil keputusan berdasarkan preferensi pribadi, serta memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi dalam menggunakan teknologi. Dalam konteks transaksi rutin di supermarket, penggunaan QRIS lebih dipandang sebagai keputusan praktis individual, bukan sebagai bentuk kepatuhan terhadap norma sosial.

Selanjutnya, perceived behavioral control terbukti berpengaruh signifikan terhadap intention, namun tidak berpengaruh langsung terhadap QRIS usage behavior. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemampuan dan kemudahan menggunakan QRIS lebih dahulu membentuk niat sebelum akhirnya diwujudkan dalam perilaku aktual. Konsumen yang merasa mampu menggunakan QRIS, memahami alur transaksi, dan tidak mengalami hambatan teknis akan memiliki niat yang lebih kuat untuk menggunakan QRIS. Namun, tanpa adanya niat yang kuat, persepsi kontrol tersebut belum tentu langsung mendorong perilaku penggunaan. Temuan ini memperkuat peran intention sebagai mekanisme psikologis utama dalam menjembatani faktor kognitif dan perilaku aktual.

Peran intention to use sebagai prediktor utama QRIS usage behavior juga ditegaskan dalam penelitian ini. Intention terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan QRIS, yang berarti bahwa semakin kuat niat konsumen untuk menggunakan QRIS, semakin besar kemungkinan mereka untuk benar-benar menggunakan QRIS saat bertransaksi di Super Indo. Temuan ini konsisten dengan kerangka Theory of Planned Behavior yang menempatkan intention sebagai determinan langsung perilaku.

Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa intention memediasi pengaruh financial literacy dan perceived behavioral control terhadap QRIS usage behavior, sementara mediasi pada hubungan subjective norms tidak terbukti signifikan. Mediasi parsial pada financial literacy mengindikasikan bahwa pemahaman keuangan tidak hanya memengaruhi perilaku secara langsung, tetapi juga memperkuat niat yang kemudian mendorong perilaku penggunaan. Sementara itu, mediasi penuh pada perceived behavioral control menunjukkan bahwa rasa mampu dan kendali diri baru akan berdampak pada perilaku penggunaan QRIS jika terlebih dahulu membentuk niat penggunaan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa penggunaan QRIS pada Generasi Z di ritel modern lebih didorong oleh faktor internal individu—seperti literasi keuangan dan persepsi kemampuan—dibandingkan faktor sosial. Temuan ini memberikan implikasi bahwa strategi peningkatan adopsi QRIS di ritel modern sebaiknya difokuskan pada edukasi keuangan, penyederhanaan proses transaksi, serta peningkatan pengalaman pengguna di kasir, daripada mengandalkan pendekatan berbasis tekanan atau pengaruh sosial.

3.2.1 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian, upaya meningkatkan penggunaan QRIS di Super Indo Jakarta lebih efektif jika fokus pada faktor internal konsumen (financial literacy dan perceived behavioral control) serta mendorong niat penggunaan (intention). Sementara itu, pendekatan yang hanya mengandalkan “ikut-ikutan teman” atau tekanan sosial (subjective norms) kurang kuat pengaruhnya pada Generasi Z. Karena itu, implikasi yang paling relevan untuk manajemen Super Indo adalah sebagai berikut:

1. Perkuat edukasi yang sederhana dan cepat dipahami di titik transaksi. Karena financial literacy terbukti mendorong niat dan perilaku penggunaan, Super Indo dapat menempatkan informasi ringkas di area kasir dan antrean seperti “cara bayar QRIS 3 langkah”, “tips aman transaksi QRIS”, serta pengingat sederhana untuk mengecek nominal sebelum bayar. Bentuknya tidak perlu panjang—cukup visual yang jelas dan praktis, karena Gen Z cenderung responsif pada informasi yang cepat dan langsung.
2. Buat pengalaman pembayaran QRIS terasa “pasti bisa” (menaikkan perceived behavioral control). Temuan menunjukkan PBC tidak langsung menggerakkan perilaku, tetapi bekerja kuat melalui intention. Artinya, Super Indo perlu memastikan konsumen merasa proses QRIS mudah, lancar, dan minim hambatan. Caranya: QR stand yang mudah dipindai (tidak silau/terhalang), posisi QR code konsisten di semua kasir, serta SOP kasir untuk membantu jika terjadi kendala (misalnya jaringan lambat, aplikasi error, atau konsumen bingung langkah pembayaran).
3. Standarisasi bantuan kasir dengan pendekatan yang tidak menggurui. Karena subjective norms tidak signifikan, dorongan sosial bukan kunci. Namun, kasir tetap bisa mempengaruhi keputusan secara halus lewat “nudge” yang berbasis kemudahan, misalnya: “Kalau mau lebih cepat, bisa pakai QRIS ya—scan di sini.” Kalimatnya cukup informatif, tidak memaksa, sehingga cocok untuk karakter Gen Z yang cenderung mandiri.
4. Optimalkan kanal yang paling sering dipakai konsumen. Data karakteristik responden menunjukkan penggunaan QRIS banyak melalui mobile banking, sehingga materi edukasi dan komunikasi di toko sebaiknya menyesuaikan: misalnya contoh tampilan “scan QRIS” pada mobile banking (secara umum) dan langkah standar yang sama. Ini membantu mengurangi kebingungan, meningkatkan rasa mampu, lalu memperkuat niat penggunaan.
5. Dorong pembentukan kebiasaan melalui insentif yang simpel dan konsisten. Karena mayoritas responden menggunakan QRIS hanya 1–2 kali dalam tiga bulan terakhir, program yang mendorong “ulang pakai” akan lebih efektif daripada kampanye besar. Super Indo bisa menerapkan insentif ringan seperti promo bertahap (misalnya setelah beberapa kali transaksi QRIS) atau benefit yang langsung terasa. Tujuannya bukan semata diskon, tapi membangun pola “QRIS itu default”.

Strategi manajerial yang paling cocok dari hasil penelitian ini adalah:

- (1) edukasi mikro yang praktis (financial literacy)
- (2) pengalaman transaksi yang bebas hambatan (perceived behavioral control)
- (3) nudge ringan untuk menguatkan intention, bukan strategi yang menekan dari sisi sosial.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi perilaku penggunaan QRIS pada konsumen Generasi Z di Super Indo Jakarta dengan menggunakan kerangka Theory of Planned Behavior (TPB) dan menempatkan intention to use sebagai variabel mediasi. Berdasarkan hasil analisis menggunakan PLS-SEM, penelitian ini menunjukkan bahwa tidak semua faktor dalam TPB memiliki peran yang sama dalam membentuk perilaku penggunaan QRIS pada konteks ritel modern.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa financial literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap intention dan QRIS usage behavior. Temuan ini menegaskan bahwa pemahaman keuangan yang baik mendorong konsumen Generasi Z untuk lebih yakin dan konsisten menggunakan QRIS dalam transaksi sehari-hari. Selain itu, perceived behavioral control terbukti berpengaruh signifikan terhadap intention, namun tidak berpengaruh langsung terhadap perilaku penggunaan QRIS. Pengaruh perceived behavioral control terhadap perilaku terjadi melalui intention, yang menegaskan peran niat sebagai mekanisme psikologis utama dalam mewujudkan perilaku penggunaan QRIS.

Sebaliknya, subjective norms tidak berpengaruh signifikan baik terhadap intention maupun QRIS usage behavior. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan Generasi Z dalam menggunakan QRIS lebih didasarkan pada pertimbangan internal dibandingkan dorongan sosial dari lingkungan sekitar. Dengan demikian, penggunaan QRIS pada konteks transaksi ritel kebutuhan harian bersifat lebih individual dan pragmatis.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa intention to use merupakan faktor kunci yang menjembatani pengaruh financial literacy dan perceived behavioral control terhadap QRIS usage behavior. Temuan ini memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan literatur TPB dalam konteks pembayaran digital ritel, khususnya pada Generasi Z di lingkungan urban. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pelaku ritel untuk merancang strategi adopsi QRIS yang berfokus pada peningkatan literasi keuangan dan kemudahan penggunaan guna mendorong perilaku transaksi non-tunai yang berkelanjutan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Alemayehu Tegegn, D. (2024). The role of science and technology in reconstructing human social history: effect of technology change on society. In *Cogent Social Sciences* (Vol. 10, Issue 1). Cogent OA. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2356916>
- Ashour, M. L., Allan, M. S., & Al-Adayleh, M. M. (2023). Consumer Adoption of e-Payment Services Using the Theory of Planned Behavior. In S. G. Yaseen (Ed.), *Cutting-Edge*

- Berlianawati, D. I., Nurabiah, N., & Ridhawati, R. (2024). Exploring The Mind of Gen Z: Deciphering E-wallet Adoption Through The Lens of TPB Theory. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 19(1), 133. <https://doi.org/10.24843/jiab.2024.v19.i01.p09>
- Fathi, K. A., & Wandebori, H. (2024). INVESTIGATION OF BEHAVIORAL INTENTION TO USE DIGITAL PAYMENT SYSTEM IN INDONESIA FROM MERCHANT AND CONSUMER PERSPECTIVE (CASE STUDY: QRIS). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 12(2), 309–325.
- Ferdinan, G., Christy Arviana Montana, A., Valentina Tamrin, C., Gede Wisnu Satria Chandra Putra, dan I., & Studi, P. (2024). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN QRIS SEBAGAI SISTEM PEMBAYARAN PADA BISNIS RETAIL SUPERINDO Analysis Of Factors Affecting The Internet In Using QRIS As Payment System In Superindo Retail Business. *Jurnal Digismantech*, 4(2), 58–84.
<https://doi.org/10.30813/digismantech.v4i2.7605>
- Majidi Asaif, J., Bagus Wardianto, K., Wulandari, J., & Lampung, U. (2025). The Influence of Digital Financial Literacy, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Social and Political on The Intention and Use Behavior of Using QRIS as a Payment System in Traditional Retail. *The Eastasouth Journal of Social Science and Humanities*, 2(03), 302–312. <https://doi.org/10.58812/esssh.v2i03>
- Mashitoh, I., & Octafian, R. (2025). The Trend of Payment Method Shifts Among Gen Z from Traditional to Modern. *International Journal of Applied Economics, Accounting and Management (IJAEAM)*, 3(3), 181–192. <https://doi.org/10.59890/ijaeam.v3i3.21>
- Mishra, D., Agarwal, N., Sharahiley, S., & Kandpal, V. (2024). Digital Financial Literacy and Its Impact on Financial Decision-Making of Women: Evidence from India. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(10). <https://doi.org/10.3390/jrfm17100468>
- Muat, S., Shahnaz Mahdzan, N., Edil Abdul Sukor, M., & Sari, N. (2025). The role of financial inclusion, financial literacy and digital payment adoption in Indonesian millennials' financial well-being. *Journal of Science and Technology Policy Management*.
<https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2024-0022>
- Nattassha, R., Roshni, & Viviana. (2024). PENGARUH KESADARAN DAN PENGETAHUAN TERKAIT KEAMANAN PRODUK TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN DAN PERAWATAN KULIT DI MASYARAKAT JABODETABEK. *Journal of Management Small and Medium Enterprises(SME's)*.
- Paramita, E. D., & Cahyadi, E. R. (2024). The Determinants of Behavioral Intention and Use Behavior of QRIS as Digital Payment Method Using Extended UTAUT Model. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.17358/ijbe.10.1.132>
- Putra, I. G. W. S. C., & Valencia, S. A. (2025). The Effect of Security Perception, Financial Literacy and Content Marketing on Mutual Fund Purchase Decisions on The Bibit Application with Trust As A Mediation. *Proceedings of the 5th International Conference on Entrepreneurship (IConEnt)*, 5.

- Salsa Filiya, Dwi Eko, Dian Prawitasari, & Rudi Kurniawan. (2025). Gen Z's Intention to Use QRIS in Semarang: The Moderating Role of Financial Literacy. *International Journal of Economics and Management Research*, 4(2), 633–645.
<https://doi.org/10.55606/ijemr.v4i2.440>
- Santoso, I. C., Kembau, A. S., & Sutrisno, J. (2024). "Mengapa Pengguna Memilih Dompet Digital GoPay? Studi. *Jurnal Digismantech*, 4(1), p-ISSN.
<https://doi.org/10.30813/digismantech.v4i1.5937.g2956>
- Sihotang, D. S., Suhud, U., & Rizan, M. (2025). Evaluating the Application of the Theory of Planned Behavior in Predicting QRIS Adoption Among Indonesian University Students. *Global Journal of Information Technology and Management*, 3(2), 55–67.
<https://doi.org/10.38035/gijtm.v3i2>
- Tian, Y., Chan, T. J., Suki, N. M., & Kasim, M. A. (2023). Moderating Role of Perceived Trust and Perceived Service Quality on Consumers' Use Behavior of Alipay e-wallet System: The Perspectives of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2023.
<https://doi.org/10.1155/2023/5276406>
- Usman, B., Rianto, H., & Aujiropngpan, S. (2025). Digital payment adoption: A revisit on the theory of planned behavior among the young generation. *International Journal of Information Management Data Insights*, 5(1).
<https://doi.org/10.1016/j.jjime.2025.100319>
- Utomo, R. G., Yasirandi, R., & Suwastika, N. A. (2024). Adoption Dynamics of Digital Payments: An Urban Case Study on E-Money Using the Technology Acceptance Model. *JURNAL INFOTEL*, 16(3). <https://doi.org/10.20895/infotel.v16i3.1174>
- Yanti, L., Nuramelia, A., Ridayanti, H., & Rosnidah, I. (2025). The Effect of Financial Literacy, Risk of Use and Benefit on Interest in Transactions Using QRIS in Generation Z. *Journal of Accounting and Finance Management*. <https://doi.org/10.38035/jafm.v6i1>
- Yasin, A., Masrizal, , & Rusanti, E. (2025). Modelling the adoption of QRIS payment method usage among young adults in Indonesia. *Journal of Science and Technology Policy Management*. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-09-2024-0364>
- Yudha, A. T. R. C., Atiya, N., Faidah, A. R., Febriyanti, N., & Masrufah, N. (2025). Masalah value optimization in exploring Muslim consumption behavior: a study of impulse buying on ewallet users in East Java, Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*.
<https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2024-0118>