



Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, dan Program Promosi Cashback dalam Penggunaan QRIS terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z di Kabupaten Tasikmalaya

Via Apriani^{1*}, Aldy Agustian²

¹⁻²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Cipasung, Tasikmalaya, Indonesia

Email: viaapriani725@gmail.com, aldyaigustiain@uncip.aic.id

*Penulis korespondensi: viaapriani725@gmail.com

Abstract. *The rapid growth of QRIS transactions (148.54% in 2025) among Generation Z contrasts with poor personal financial management, especially in poor regions like Tasikmalaya Regency (poverty rate 10.15%). This study aims to analyze the effect of trust, perceived ease of use, and cashback promotion programs on personal financial management of Generation Z in Tasikmalaya Regency. A quantitative causal-associative approach was used with 120 respondents selected by purposive sampling. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS. The results show that trust, ease of use, and cashback simultaneously and partially have a positive and significant effect on personal financial management. Ease of use gives the highest contribution ($\beta=0.338$), followed by cashback ($\beta=0.230$) and trust ($\beta=0.219$). The adjusted R-squared is 0.428, meaning 42.8% of the variance in personal financial management is explained by the three variables. This study extends the Technology Acceptance Model (TAM) by linking adoption factors to long-term financial behavior in a low-income rural context and provides implications for financial literacy policy development*

Keywords: *cashback; ease of use; personal financial management; QRIS; trust.*

Abstrak. Pertumbuhan pesat transaksi QRIS (148,54% pada tahun 2025) di kalangan Generasi Z berbanding terbalik dengan rendahnya pengelolaan keuangan pribadi, terutama di wilayah miskin seperti Kabupaten Tasikmalaya (tingkat kemiskinan 10,15%). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan program promosi cashback terhadap pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z di Kabupaten Tasikmalaya. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif kausal-asosiatif dengan 120 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan cashback secara simultan maupun parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Kemudahan penggunaan memberikan kontribusi tertinggi ($\beta=0,338$), diikuti oleh cashback ($\beta=0,230$) dan kepercayaan ($\beta=0,219$). Nilai adjusted R-squared sebesar 0,428 menunjukkan bahwa 42,8% variasi dalam pengelolaan keuangan pribadi dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Penelitian ini memperluas Technology Acceptance Model (TAM) dengan mengaitkan faktor adopsi teknologi terhadap perilaku keuangan jangka panjang dalam konteks pedesaan berpendapatan rendah serta memberikan implikasi bagi pengembangan kebijakan literasi keuangan.

Kata kunci: cashback; kepercayaan; kemudahan penggunaan; pengelolaan keuangan pribadi; QRIS

1. LATAR BELAKANG

Volume transaksi *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) pada tahun 2025 mencapai 15,51 miliar transaksi atau melonjak 148,54% dibanding tahun sebelumnya Bank Indonesia, (2025). Generasi Z berkontribusi sebesar 27,94% sebagai pengguna aktif terbesar kedua. Survei Populix (2024) menemukan bahwa 49% pengguna QRIS beralasan karena kemudahan, 42% karena kecepatan, dan 33% karena cashback. Kemudahan penggunaan merupakan faktor sentral dalam penerimaan teknologi Davis, (1989), sementara cashback terbukti mendorong frekuensi transaksi Alamsyah & Saino, (2021). Di sisi lain, Otoritas Jasa

Keuangan (2025) mencatat kelompok usia 19–34 tahun mendominasi pinjaman fintech sebesar 51,25%, sementara tingkat pemahaman investasi dasar pada generasi yang sama hanya 34% Populix (2024). Badan Pusat Statistik (2025) mencatat Kabupaten Tasikmalaya memiliki tingkat kemiskinan 10,15% atau sekitar 185.990 jiwa, lebih tinggi dari rata-rata Jawa Barat (7,02%). Tiga fakta ini-ledakan QRIS pada Gen Z, tingginya pinjaman daring pada usia muda, dan tekanan kemiskinan di Tasikmalaya-membentuk fenomena yang membutuhkan kajian segera.

Idealnya, akses terhadap sistem pembayaran digital seperti QRIS akan meningkatkan pengelolaan keuangan pribadi karena setiap transaksi tercatat Agustian et al. (2025). Cashback seharusnya memberikan nilai tambah tanpa mendorong pembelian berlebihan. Namun aktualnya, kemudahan transaksi justru mengurangi kesadaran akan pengeluaran sehingga individu cenderung lebih impulsif Amalia et al. (2025). Di Kabupaten Tasikmalaya, idealnya tingkat kemiskinan yang tinggi seharusnya membuat Generasi Z lebih hemat, namun tekanan ekonomi justru memicu pengambilan keputusan jangka pendek yang berisiko. Terjadi kesenjangan antara potensi positif teknologi digital dengan realitas memburuknya disiplin finansial pada kelompok muda di daerah miskin.

Penelitian sebelumnya tentang QRIS hampir seluruhnya berfokus pada adopsi dan minat penggunaan, menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) Surbakti, 2024; Yuliani (2025). Belum ada studi yang secara spesifik menguji pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan cashback terhadap pengelolaan keuangan pribadi sebagai variabel dependen Triwahyudi & Yuhertiana (2024). Selain itu, penelitian QRIS didominasi kota besar seperti Jakarta dan Solo Raya, sementara wilayah kabupaten dengan kemiskinan tinggi seperti Tasikmalaya belum pernah dijadikan lokus. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan program promosi cashback dalam penggunaan QRIS terhadap pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z di Kabupaten Tasikmalaya.

2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini dilandasi oleh Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989). TAM menjelaskan bahwa penerimaan individu terhadap suatu teknologi ditentukan oleh dua konstruk utama, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*). Dalam konteks QRIS, kepercayaan (*trust*) juga berperan penting karena menyangkut keamanan data dan risiko finansial Karahanna (2003). Program promosi cashback merupakan stimulus eksternal yang dapat memengaruhi

motivasi pengguna Alamsyah & Saino (2021). Pengelolaan keuangan pribadi mencakup empat indikator: konsumsi, manajemen kas, manajemen utang, serta tabungan dan investasi Yuliyanti & Muntashofi (2025). Berdasarkan kerangka tersebut, hipotesis yang diajukan adalah: (H1) kepercayaan berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi; (H2) kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi; (H3) program promosi cashback berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal (Sugiyono 2019). Populasi adalah seluruh Generasi Z di Kabupaten Tasikmalaya yang aktif menggunakan QRIS. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: berdomisili di Kabupaten Tasikmalaya, pengguna aktif QRIS (minimal 3-5 kali transaksi dalam sebulan terakhir), dan memiliki aplikasi dompet digital atau *mobile banking* yang mendukung QRIS. Jumlah sampel yang terkumpul sebanyak 120 responden.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert 1–5. Instrumen penelitian diuji validitas dengan metode *corrected item-total correlation* (Hair, 2010) dan reliabilitas dengan Cronbach's Alpha Ghozali (2021). Hasil uji validitas menunjukkan semua item memiliki *corrected correlation* > 0,30 (rentang 0,571–0,835), dan uji reliabilitas menghasilkan Cronbach's Alpha berkisar 0,922–0,937 (>0,60). Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS, setelah terlebih dahulu memenuhi uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, dan linearitas).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 120 responden Generasi Z di Kabupaten Tasikmalaya yang dipilih secara *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner digital pada bulan Mei 2026. Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden berusia 22-25 tahun (54 orang, 45,0%), diikuti usia 17-22 tahun (43 orang, 35,8%) dan 26-29 tahun (23 orang, 19,2%). Seluruh responden (100%) berdomisili di Kabupaten Tasikmalaya dan merupakan pengguna aktif QRIS dalam tiga bulan terakhir.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
17- 22 Tahun	43	35,8%
22 – 25 Tahun	54	44,0%
26 – 29 Tahun	23	19,2%
Total	120	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas menggunakan metode *corrected item-total correlation* Hair (2010) dengan kriteria $\geq 0,30$. Seluruh item pernyataan untuk variabel kepercayaan (X1), kemudahan penggunaan (X2), program cashback (X3), dan pengelolaan keuangan pribadi (Y) memiliki nilai *corrected correlation* antara 0,571 hingga 0,835, sehingga semua item dinyatakan valid.

Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Nilai Cronbach's Alpha untuk X1 = 0,934, X2 = 0,937, X3 = 0,930, dan Y = 0,922. Seluruh nilai tersebut $> 0,60$ (Ghozali, 2016), sehingga semua instrumen dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi residual sebesar 0,200 ($> 0,05$), yang berarti residual model regresi berdistribusi normal. Asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Multikolinieritas

Nilai tolerance untuk X1 = 0,999, X2 = 0,997, X3 = 0,998 (semua $> 0,10$) dan VIF untuk X1 = 1,001, X2 = 1,003, X3 = 1,002 (semua < 10). Hal ini mengindikasikan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Glejser menghasilkan nilai signifikansi X1 = 0,850, X2 = 0,468, X3 = 0,512 (semua $> 0,05$), sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Varians residual bersifat homogen.

Uji Autokorelasi

Nilai Durbin-Watson sebesar 2,029 berada pada rentang -2 hingga +2, sehingga tidak terjadi autokorelasi antar residual.

Uji Linieritas

Berdasarkan uji *deviation from linearity*, nilai signifikansi untuk hubungan Y dengan X1 = 0,166, Y dengan X2 = 0,677, Y dengan X3 = 0,238 (semua > 0,05). Dengan demikian, hubungan antara setiap variabel independen dengan variabel dependen bersifat linear.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Hasil Regresi Linier Berganda.

Variabel	Koefisien (B)	Std.Error	Beta (β)	t-hitung	Sig.
Konstanta	0,486	1,851	-	0,262	0,794
Kepercayaan (X1)	0,543	0,203	0,219	2,677	0,001
Kemudahan Penggunaan (X2)	0,785	0,190	0,338	2,139	0,043
Program Promosi/Cashback(X3)	0,577	0,205	0,230	2,812	0,001

Sumber: Data primer diolah, 2026

Persamaan regresi yang diperoleh: $Y = 0,486 + 0,543 X1 + 0,785 X2 + 0,577 X3$.

Tabel 3. Hasil Uji F dan Koefisien Determinasi.

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F-hitung	Sig.
Regression	1326,719	3	442,240	16,404	0,000
Residual	4498,277	116	38,778		
Total	5824,997	119			

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2026

Nilai F-hitung = 16,404 (sig. 0,000) menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap Y. Nilai R Square = 0,428 berarti 42,8% variasi pengelolaan keuangan pribadi dijelaskan oleh ketiga variabel independen.

Pengujian Hipotesis

Pengaruh Kepercayaan (X1) terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)

Nilai t-hitung = 2,677 (sig. 0,001 < 0,05) dengan koefisien positif 0,543. Artinya, kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengelolaan keuangan pribadi. H1 diterima.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)

Nilai t-hitung = 2,139 (sig. 0,043 < 0,05) dengan koefisien positif 0,785 (nilai tertinggi). Artinya, kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengelolaan keuangan pribadi. H2 diterima.

Pengaruh Program Promosi Cashback terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)

Nilai t-hitung = 2,812 (sig. 0,001 < 0,05) dengan koefisien positif 0,577. Artinya, program cashback berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengelolaan keuangan pribadi. H3 diterima.

Pembahasan

Pengaruh Kepercayaan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Temuan ini sejalan dengan Santoso & Rahayu, (2024) dan Bakhitah et al. (2023) yang menyatakan kepercayaan sebagai fondasi penting dalam penggunaan layanan keuangan digital secara teratur. Di Kabupaten Tasikmalaya dengan tingkat kemiskinan 10,15%, rasa aman finansial menjadi prioritas utama, sehingga kepercayaan yang tinggi mendorong individu lebih bertanggung jawab dalam mencatat arus kas dan menghindari belanja impulsif.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi

Kemudahan penggunaan memberikan kontribusi terbesar (koefisien 0,785). Hasil ini mendukung Rahmawati & Fahrullah (2024) dan (Anggraini et al. 2025) bahwa sistem pembayaran digital yang mudah dioperasikan membantu monitoring keuangan. Bagi Generasi Z di Tasikmalaya yang memiliki keterbatasan akses edukasi keuangan formal, kemudahan teknis QRIS berperan sebagai alat bantu praktis untuk melihat pola pengeluaran tanpa keahlian akuntansi yang rumit.

Pengaruh Program Promosi Cashback terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi

Program cashback berpengaruh positif dan signifikan (koefisien 0,577). Hasil ini konsisten dengan Randi (2022) dan Alamsyah & Saino (2021) bahwa insentif finansial mendorong efisiensi belanja. Namun berbeda dengan Amalia et al. (2025) di kota besar yang menemukan cashback memicu pemborosan. Perbedaan ini dijelaskan oleh konteks wilayah; pendapatan riil yang terbatas membuat Generasi Z di Tasikmalaya lebih selektif dan rasional dalam merespon promo, memanfaatkan cashback sebagai mekanisme penghematan pasif (misalnya ditabung atau dialokasikan untuk kebutuhan darurat).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini membuktikan bahwa kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan program promosi cashback secara parsial maupun bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z di Kabupaten Tasikmalaya, dengan kemudahan penggunaan memberikan kontribusi terbesar, disusul cashback dan kepercayaan, serta ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 42,8% variasi pengelolaan keuangan pribadi. Secara teoretis, penelitian ini memperluas TAM dengan menghubungkan faktor adopsi teknologi dengan perilaku finansial jangka panjang dalam konteks daerah miskin, sementara secara praktis penyedia layanan QRIS perlu meningkatkan fitur manajemen keuangan

terintegrasi, dan pemerintah daerah perlu mengintegrasikan edukasi literasi keuangan digital dengan kampanye QRIS. Bagi Generasi Z di Kabupaten Tasikmalaya, disarankan untuk lebih disiplin memanfaatkan fitur riwayat transaksi QRIS sebagai alat pencatatan pengeluaran harian, membatasi frekuensi transaksi yang hanya didorong oleh godaan cashback, serta mengalokasikan setiap cashback yang diperoleh ke dalam tabungan atau dana darurat sebelum digunakan untuk konsumsi lainnya.

DAFTAR REFERENSI

- Agustian, A., Aidah, R. N., Ridwan, R., & Rachmanda, Y. S. (2025). Peran financial technology dalam manajemen keuangan. *Corporate Sustainability: A New Paradigm*, 32(3), 56–71. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v5i4.7208>
- Alamsyah, N., & Saino. (2021). Pengaruh fitur produk dan promosi cashback terhadap keputusan pembelian. *Akuntabel*, 18(4), 624–634. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9888>
- Amalia, V., Suratno, & Eriyani. (2025). Cashback and discounts in promoting sustainable digital transactions among students: A QRIS case study. *Journal of Economic Education*, 14(1), 15–29. <https://doi.org/10.15294/jeec.v14i1.24227>
- Anggraini, A. N., Aslamah, A. N., Usman, O., & Parlyna, R. (2025). The effect of perceived ease of use and perceived usefulness on MyBCA's intention to use in Gen Z. *Journal of Digital Business and Global Economy*, 1(5). <https://doi.org/10.64243/jodigbi.01.5.08>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tasikmalaya. (2025). *Data tingkat kemiskinan Kabupaten Tasikmalaya tahun 2025*. <https://tasikmalayakab.bps.go.id>
- Bakhithah, A., Indra, R., Halim, W., Ferbian, V., & Hidayat, Z. (2023). QRIS as a driver of product distribution flows in Indonesia: Factors of consumer purchasing behavior in the use of fintech payments. *Journal of Distribution Science*, 21(12), 59–69. <https://doi.org/10.15722/jds.21.12.202312.59>
- Bank Indonesia. (2025). *Laporan volume transaksi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) tahun 2025*. <https://www.bi.go.id>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- Karahanna, E. (2003). Trust TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90. <https://doi.org/10.2307/30036519>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Statistik fintech lending: Dominasi pinjaman kelompok usia 19–34 tahun*. <https://www.ojk.go.id>
- Populix. (2024). *Survei perilaku pengguna pembayaran digital dan tingkat pemahaman investasi dasar Generasi Z*. <https://info.populix.co>

- Rahmawati, & Fahrullah. (2024). Pengaruh promosi dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran QRIS pada Generasi Z Bojonegoro. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 7, 135–146.
- Randi, H. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan, promosi cashback dan e-service quality terhadap keputusan penggunaan Go-Pay. *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Eksakta*, 2, 9–20. <https://doi.org/10.47134/trilogi.v2i1.28>
- Santoso, B., & Rahayu, J. (2024). Kepercayaan sebagai jembatan: Menggali hubungan antara kemudahan penggunaan dan keamanan dalam niat menggunakan. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 14(4), 1074–1095. <https://doi.org/10.22219/jrak.v14i4.35661>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Surbakti, L. M. C., Tumbel, A. L., & Tumbuan, W. J. F. A. (2024). Unlocking the QRIS impact: An analysis of mobile payment among MSMEs using Technology Acceptance Model (TAM). 9(2), 793–803.
- Triwahyudi, F. A., & Yuhertiana, I. (2024). The use of Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) as a digital payment system: A bibliometric analysis. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 7(4), 7334–7346. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.10274>
- Yuliyanti, L., & Muntashofi, B. (2025). Adoption of QRIS payment system by Generation Z: Technology Acceptance Model (TAM) approach. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 8(8), 5818–5824. <https://doi.org/10.47191/jefms/v8-i8-74>
- Agustian, A., Aidah, R. N., Ridwan, R., & Rachmanda, Y. S. (2025). Peran financial technology dalam manajemen keuangan. *Corporate Sustainability: A New Paradigm*, 32(3), 56–71. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v5i4.7208>
- Alamsyah, N., & Saino. (2021). Pengaruh fitur produk dan promosi cashback terhadap keputusan pembelian. *Akuntabel*, 18(4), 624–634. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9888>
- Amalia, V., Suratno, & Eriyani. (2025). Cashback and discounts in promoting sustainable digital transactions among students: A QRIS case study. *Journal of Economic Education*, 14(1), 15–29. <https://doi.org/10.15294/jeec.v14i1.24227>
- Anggraini, A. N., Aslamah, A. N., Usman, O., & Parlyna, R. (2025). The effect of perceived ease of use and perceived usefulness on MyBCA's intention to use in Gen Z. *Journal of Digital Business and Global Economy*, 1(5). <https://doi.org/10.64243/jodigbi.01.5.08>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tasikmalaya. (2025). *Data tingkat kemiskinan Kabupaten Tasikmalaya tahun 2025*. <https://tasikmalayakab.bps.go.id>
- Bakhitah, A., Indra, R., Halim, W., Ferbian, V., & Hidayat, Z. (2023). QRIS as a driver of product distribution flows in Indonesia: Factors of consumer purchasing behavior in the use of fintech payments. *Journal of Distribution Science*, 21(12), 59–69. <https://doi.org/10.15722/jds.21.12.202312.59>
- Bank Indonesia. (2025). *Laporan volume transaksi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) tahun 2025*. <https://www.bi.go.id>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>

- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- Karahanna, E. (2003). Trust TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90. <https://doi.org/10.2307/30036519>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Statistik fintech lending: Dominasi pinjaman kelompok usia 19–34 tahun*. <https://www.ojk.go.id>
- Populix. (2024). *Survei perilaku pengguna pembayaran digital dan tingkat pemahaman investasi dasar Generasi Z*. <https://info.populix.co>
- Rahmawati, & Fahrullah. (2024). Pengaruh promosi dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran QRIS pada Generasi Z Bojonegoro. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 7, 135–146.
- Randi, H. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan, promosi cashback dan e-service quality terhadap keputusan penggunaan Go-Pay. *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Eksakta*, 2, 9–20. <https://doi.org/10.47134/trilogi.v2i1.28>
- Santoso, B., & Rahayu, J. (2024). Kepercayaan sebagai jembatan: Menggali hubungan antara kemudahan penggunaan dan keamanan dalam niat menggunakan. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 14(4), 1074–1095. <https://doi.org/10.22219/jrak.v14i4.35661>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Surbakti, L. M. C., Tumbel, A. L., & Tumbuan, W. J. F. A. (2024). Unlocking the QRIS impact: An analysis of mobile payment among MSMEs using Technology Acceptance Model (TAM). 9(2), 793–803.
- Triwahyudi, F. A., & Yuhertiana, I. (2024). The use of Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) as a digital payment system: A bibliometric analysis. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 7(4), 7334–7346. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.10274>
- Yuliyanti, L., & Muntashofi, B. (2025). Adoption of QRIS payment system by Generation Z: Technology Acceptance Model (TAM) approach. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 8(8), 5818–5824. <https://doi.org/10.47191/jefms/v8-i8-74>
- Agustian, A., Aidah, R. N., Ridwan, R., & Rachmanda, Y. S. (2025). Peran financial technology dalam manajemen keuangan. *Corporate Sustainability: A New Paradigm*, 32(3), 56–71. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v5i4.7208>