

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *DIGITAL PROMOTION*, DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP
USAGE DECISION QRIS PADA GENERASI Z DI
JABODETABEK**



Intelligentia - Dignitas

Oleh:

MUHAMMAD RAIHAN RAFIQ HERMANSYAH

NIM : 1707622077

Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi Pendidikan Bisnis Pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

**S1 PENDIDIKAN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2026

***THE INFLUENCE OF PERCEIVED EASE OF USE, DIGITAL
PROMOTION, AND SOCIAL INFLUENCE ON QRIS USAGE
DECISIONS AMONG GENERATION Z IN JABODETABEK***



Intelligentia - Dignitas

By:

MUHAMMAD RAIHAN RAFIQ HERMANSYAH

Student ID :1707622077

*This thesis is submitted as one of the requirements to obtain a
Bachelor's degree in the Business Education Study Program at the
Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta*

**BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227
Laman unj.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING TUGAS AKHIR BENTUK: SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhammad Raihan Rafiq Hermansyah
NIM : 1707622077
Judul Penelitian : *Pengaruh Perceived Ease Of Use, Digital Promotion, dan Social Influence Terhadap Usage Decision QRIS Pada Generasi Z Di Jabodetabek.*

ini telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan dalam ujian tugas akhir.

Jakarta, 11 Agustus 2026
Pembimbing I

Nadya Fadillah Fidhyallah, M.Pd.
NIDN/NUPTK. 0020029302

Pembimbing II

Prima Andriani, S.E., M.Sc.
NIDN/NUPTK. 0439772673230292

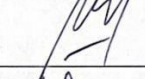
LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR BENTUK : SKRIPSI

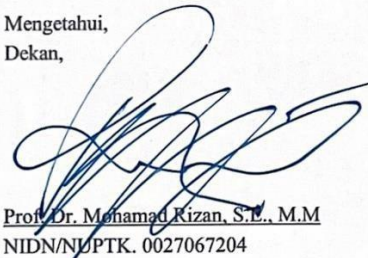
Nama Mahasiswa : Muhammad Raihan Rafiq Hermansyah
NIM : 1707622077
Program Studi/Fakultas : S1 Pendidikan Bisnis/ Ekonomi dan Bisnis
Judul Penelitian : Pengaruh *Perceived Ease Of Use, Digital Promotion, Dan Social Influence Terhadap Usage Decision QRIS* Pada Generasi Z Di Jabodetabek.

Ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan *Lulus/Tidak Lulus* *Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 15 Juli 2026

Tim Penguji,

Ketua	Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D	
	NIP. 198209082010122004	
Sekretaris	Dr. Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd	
	NIP. 198802142022032001	
Penguji Ahli	Bagus Kharismawan, S.Si., M.A.B	
	NIP. 199110212024061001	
Pembimbing 1	Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd	
	NIP. 199302202019032022	
Pembimbing 2	Prima Andriani, S.E., M.Sc	
	NIP. 199401072024062001	

Mengetahui,
Dekan,


Prof. Dr. Mohammad Rizan, S.E., M.M
NIDN/NUPTK. 0027067204

Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis,


Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D
NIDN/NUPTK. 0008098205

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Nama Mahasiswa : Muhammad Raihan Rafiq Hermansyah
NIM : 1707622077
Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Judul TA : Pengaruh *Perceived Ease Of Use, Digital Promotion, Dan Social Influence*
Terhadap *Usage Decision QRIS* Pada Generasi Z Di Jabodetabek.

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya tulis ilmiah ini.

Jakarta, 21 Agustus 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Raihan Rafiq Hermansyah
NIM. 1707622077

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini,

saya: Nama : Muhammad Raihan Rafiq Hermansyah
NIM : 1707622077
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis / S1 Pendidikan Bisnis
Alamat email : mrailhanrafiq03@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain(.....)
yang berjudul :

Pengaruh Perceived Ease Of Use, Digital Promotion, Dan Social Influence Terhadap Usage Decision QRIS Pada Generasi Z Di Jabodetabek.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 11 Agustus 2026

Penulis

(Muhammad Raihan Rafiq Hermansyah)

ABSTRAK

Muhammad Raihan Rafiq Hermansyah. Pengaruh Perceived Ease Of Use, Digital Promotion, Dan Social Influence Terhadap Usage Decision Oris Pada Generasi Z Di Jabodetabek. Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use*, *digital promotion*, dan *social influence* terhadap *usage decision Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* pada Generasi Z di Jabodetabek. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal yang melibatkan 257 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan IBM SPSS 31 dengan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use*, *digital promotion*, dan *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *usage decision* secara parsial maupun simultan. *Digital promotion* terbukti menjadi variabel paling dominan dalam memengaruhi *usage decision*, diikuti oleh *social influence* dan *perceived ease of use*. Koefisien determinasi ($\text{Adjusted } R^2$) menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan 86,5% variasi *usage decision*, sedangkan sisanya 13,5% dijelaskan oleh faktor lain di luar model seperti *perceived security* dan *trust*. Temuan ini mendukung *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*, yang mengindikasikan bahwa keputusan penggunaan QRIS pada Generasi Z tidak hanya didorong oleh kemudahan penggunaan, tetapi juga oleh stimulus promosi dan norma sosial. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman perilaku konsumen dalam konteks sistem pembayaran digital serta memberikan implikasi praktis bagi penyedia layanan pembayaran dan regulator dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk mendorong adopsi QRIS secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Perceived Ease Of Use, Digital Promotion, Social Influence, Usage Decision, QRIS, Generasi Z.*

ABSTRACT

Muhammad Raihan Rafiq Hermansyah. The Influence Of Perceived Ease Of Use, Digital Promotion, And Social Influence On Qris Usage Decisions Among Generation Z In Jabodetabek. Undergraduate Thesis, Jakarta: Undergraduate Business Education Study Program, Faculty Of Economics And Business, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

This study aims to analyze the influence of perceived ease of use, digital promotion, and social influence on the decision to use the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) among Generation Z in the Jabodetabek area. A quantitative approach with a causal design was employed, involving 257 respondents selected through purposive sampling. Data were collected via online questionnaires and analyzed using IBM SPSS 31, incorporating tests for validity, reliability, classical assumptions, multiple linear regression, and hypothesis testing. The results indicate that perceived ease of use, digital promotion, and social influence have a positive and significant effect on the usage decision, both individually and simultaneously. Digital promotion emerged as the most dominant variable influencing the usage decision, followed by social influence and perceived ease of use. The coefficient of determination (Adjusted R^2) reveals that the three independent variables collectively explain 86.5% of the variation in usage decisions, while the remaining 13.5% is attributed to factors outside the model, such as perceived security and trust. These findings support the Technology Acceptance Model (TAM) and the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), indicating that the decision to use QRIS among Generation Z is driven not only by ease of use but also by promotional stimuli and social norms. This research contributes to the understanding of consumer behavior within the context of digital payment systems and offers practical implications for payment service providers and regulators in designing more effective strategies to foster sustainable QRIS adoption.

Keywords: Perceived Ease Of Use, Digital Promotion, Social Influence, Usage Decision, QRIS, Generasi Z.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Penyusunan Skripsi yang berjudul ***“Pengaruh Perceived ease of use, Digital Promotion, dan Social Influence terhadap Usage Decision QRIS Pada Generasi Z di Jabodetabek”***. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.) pada Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Penyusunan skripsi ini merupakan perjalanan yang penuh dengan tantangan, pengorbanan, dan pembelajaran. Prosesnya tidak selalu mudah, namun setiap hambatan yang dihadapi telah menjadi bagian penting dari pengalaman akademik yang membentuk kedewasaan serta ketekunan penulis. Berkat doa, dukungan, dan bantuan dari banyak pihak, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, yang telah memberikan fasilitas dan dukungan selama masa studi.
2. Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D. selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, yang telah memberikan motivasi, bimbingan administratif dan arahan akademik selama proses penyusunan skripsi.
3. Nadya Fadillah Fidhyallah, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, masukan yang konstruktif, serta motivasi yang sangat berarti dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Prima Andriani, S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing II, yang telah dengan sabar membimbing dan memberikan banyak masukan berharga

serta dalam arahannya yang sangat membantu kelancaran penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen dan Tenaga Kependidikan Program Studi S1 Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan wawasan selama masa studi penulis.
6. Kedua orang tua tercinta, Ayah dan Mama, atas segala cinta, doa, pengorbanan, dan dukungan moral maupun material yang tidak pernah berhenti mengalir kepada penulis dari pertama hingga saat ini.
7. Seluruh rekan mahasiswa S1 Pendidikan Bisnis angkatan 2022 yang telah menjadi teman seperjuangan, sumber inspirasi, dan penyemangat dalam proses perkuliahan dan penyelesaian proposal skripsi ini.
8. Seluruh responden Generasi Z pengguna QRIS di Jabodetabek yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi yang sangat berharga untuk kepentingan penelitian ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah turut berkontribusi dalam penyelesaian proposal skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna dan memiliki berbagai keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari semua pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan dan penyempurnaan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pendidikan bisnis dan perilaku konsumen digital, serta menjadi referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya.

Jakarta, 08 Juli 2026

Penulis,

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
BAB II LANDASAN TEORI.....	19
2.1 Kajian Teori.....	19
2.1.1 Grand Theory (Teori Utama).....	19
2.1.2 Usage Decision (Y)	23
2.1.3 Percieved Ease Of Use (X_1).....	28
2.1.4 Digital Promotion (X_2)	33
2.1.5 Social Influence (X_3)	38

2.2	Penelitian Terdahulu.....	44
2.3	Hipotesis Penelitian	50
2.4	Kerangka Konseptual	59
BAB III METODE PENELITIAN.....		62
3.1	Waktu dan Tempat Peneltian.....	62
3.2	Desain Penelitian	64
3.3	Populasi dan Sampel	65
3.3.1	Populasi	65
3.3.2	Sampel.....	66
3.4	Pengembangan Instrumen	71
3.5	Teknik Pengumpulan Data	79
3.6	Teknik Analisis Data	81
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	81
3.6.2	Pengujian Instrumen.....	82
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	84
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	88
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		92
4.1	Deskripsi Data	92
4.1.1	Profil Responden	92
4.2	Profil Data	103
4.3	Hasil Analisis Data	113
4.2.1	Uji Validitas	113
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	115
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	116
4.2.4	Uji Regresi Linier Berganda.....	126

4.4	Pembahasan	136
4.3.1	Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Usage Decision	136
4.3.2	Pengaruh Digital Promotion terhadap Usage Decision	138
4.3.3	Pengaruh Social Influence terhadap Usage Decision	141
4.3.4	Pengaruh Perceived Ease Of Use, Digital Promotion, Social Influence terhadap Usage Decision.....	144
BAB V PENUTUP		147
5.1	Kesimpulan.....	147
5.2	Implikasi.....	148
5.2.1	Implikasi Teoritis.....	148
5.2.2	Implikasi Praktis.....	149
5.3	Keterbatasan Penelitian	151
5.4	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	152
DAFTAR PUSTAKA.....		154
DAFTAR LAMPIRAN.....		170

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nominal Transaksi QRIS 2022 – 2025.....	2
Gambar 1. 2 Merchant Terdaftar QRIS 2022 – 2025	3
Gambar 1. 3 Volume Transaksi QRIS 2022 – 2025	4
Gambar 1. 4 Volume Transaksi Per Merchant QRIS 2022 – 2025	5
Gambar 1. 5 Pengguna Aktif QRIS 2022 – 2025	6
Gambar 1. 6 Profil Rata-rata usia pada Pra-Riset.....	10
Gambar 1. 7 Hasil Pra-Riset.....	11
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	61
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normal P-P Plot	118
Gambar 4. 2 Hasil Uji Histogram.....	119
Gambar 4. 3 Hasil Uji Scatterplot	120



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel 3. 1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	63
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	75
Tabel 3. 3 Penelitian Skala Likert	78
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal.....	93
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	95
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	96
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Status/Pekerjaan	97
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku per Bulan	99
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan QRIS.....	100
Tabel 4. 7 Profil Responden Berdasarkan E-Wallet/Aplikasi Mobile Banking yang Paling Sering Digunakan untuk Transaksi QRIS	102
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif <i>Usage Decision</i> (Y).....	104
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif <i>Perceived Ease of Use</i> (X1)	106
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif <i>Digital Promotion</i> (X2).....	108
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif <i>Social Influence</i> (X3)	111
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Sampel Pilot - Test	114
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Pilot - Test.....	116
Tabel 4. 16 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	117
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas	121
Tabel 4. 18 Hasil Uji Linearitas Y * X1.....	123
Tabel 4. 19 Hasil Uji Linearitas Y * X2.....	124
Tabel 4. 20 Hasil Uji Linearitas Y * X3.....	125
Tabel 4. 21 Hasil Uji Regresi Linier Berganda (Coefficients)	127
Tabel 4. 22 Hasil Uji F (ANOVA).....	132
Tabel 4. 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	134
Tabel 4. 24 Hasil Keputusan Hipotesis	135

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Persetujuan Sidang Skripsi	170
Lampiran 2. Surat Persetujuan Seminar Proposal Skripsi	170
Lampiran 3. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi	171
Lampiran 4. Kartu Konsultasi Bimbingan Seminar Proposal Skripsi	171
Lampiran 5. Saran dan Perbaikan Sidang Skripsi	171
Lampiran 6. Saran dan Perbaikan Seminar Proposal Skripsi	172
Lampiran 7. LoA Bukti Penerbitan Artikel Ilmiah.....	173
Lampiran 8. Kuesioner Penelitian	173
Lampiran 9. Tabulasi Data Jawaban Penelitian.....	183
Lampiran 10. Hasil Turnitin.....	203
Lampiran 11. Riwayat Hidup Penulis	204

