E-ISSN: 3025-0994
Halaman 4728-4737
Volume 4 Nomor 2 Tahun 2026

Pengaruh Pembayaran QRIS, Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderasi

Abrar Abdul Aziz[1], **Arifah Hidayati**[2], **Veny Puspita**[3]

[1,2,3] Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH, Bengkulu
e-mail: abrarabdulaziz13@gmail.com[1], myclass.arreefa@gmail.com[2], venypus88@gmail.com[3]

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pembayaran QRIS, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi. Latar belakang penelitian ini berangkat dari pesatnya adopsi sistem pembayaran digital di kalangan mahasiswa yang berpotensi memengaruhi pola konsumsi. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei menggunakan kuesioner. Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif pengguna QRIS, dengan teknik purposive sampling menghasilkan 176 responden. Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembayaran QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (koefisien = 0,700; T-statistik = 9,840; p = 0,000). Persepsi manfaat juga berpengaruh positif dan signifikan (koefisien = 0,510; T-statistik = 4,716; p = 0,000). Sementara itu, persepsi kemudahan berpengaruh positif namun tidak signifikan (koefisien = 0,171; T-statistik = 1,062; p = 0,144). Kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi tidak terbukti memperkuat atau memperlemah secara signifikan hubungan antara variabel independen dan perilaku konsumtif. Nilai R^2 sebesar 0,806 menunjukkan kemampuan model yang kuat dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pembayaran QRIS dan persepsi manfaat merupakan faktor dominan yang mendorong perilaku konsumtif mahasiswa di era digital.

Kata Kunci: Pembayaran QRIS, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Perilaku Konsumtif, Kepuasan Pengguna

Abstract

This study aimed to analyze the influence of QRIS payment, perceived usefulness, and perceived ease of use on students' consumptive behavior with user satisfaction as a moderating variable. This research was motivated by the rapid adoption of digital payment systems among university students that potentially affects consumption patterns. A quantitative approach with survey method was employed using a questionnaire instrument. The study population consisted of active students who used QRIS, and a purposive sampling technique was applied, resulting in 176 respondents. Data analysis was conducted using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) through SmartPLS 4 software. The results revealed that QRIS payment had a positive and significant effect on students' consumptive behavior (coefficient = 0.700; T-statistic = 9.840; p = 0.000). Perceived usefulness also exhibited a positive and significant effect (coefficient = 0.510; T-statistic = 4.716; p = 0.000). Meanwhile, perceived ease of use showed a positive but insignificant effect

(coefficient = 0.171; T-statistic = 1.062; p = 0.144). User satisfaction as a moderating variable was not proven to significantly strengthen or weaken the relationships between independent variables and consumptive behavior. The R^2 value of 0.806 indicated a strong model in explaining variations in students' consumptive behavior. This study concluded that QRIS payment and perceived usefulness were the dominant factors driving students' consumptive behavior in the digital era.

Keywords: QRIS Payment, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Consumptive Behavior, User Satisfaction

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat telah mendorong transformasi digital di berbagai sektor kehidupan, tidak terkecuali dalam sistem pembayaran. Digitalisasi pembayaran menjadi salah satu inovasi utama yang mengubah cara individu melakukan transaksi keuangan secara fundamental. Sistem pembayaran non-tunai dinilai lebih praktis, efisien, dan aman dibandingkan pembayaran tunai konvensional, sehingga penerapannya terus meningkat baik di tingkat global maupun nasional. Studi internasional yang dilakukan oleh Ozili (2018) dan Dahlberg et al. (2019) menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital mampu meningkatkan efisiensi transaksi, mengurangi biaya operasional, serta mempercepat perputaran ekonomi.

Di Indonesia, salah satu bentuk digitalisasi pembayaran yang berkembang pesat adalah Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), yakni standar pembayaran nasional berbasis kode QR yang dirancang untuk mengintegrasikan berbagai layanan pembayaran digital dalam satu sistem yang seragam, mudah, dan aman (Kang, 2018). Implementasi pembayaran berbasis QR code secara luas terbukti meningkatkan inklusi keuangan serta mendorong masyarakat beralih ke transaksi non-tunai (Liébana-Cabanillas et al., 2020). QRIS telah banyak digunakan di berbagai merchant di sekitar kawasan perguruan tinggi, termasuk kantin mahasiswa, kafe, minimarket, dan jasa transportasi online.

Mahasiswa merupakan kelompok masyarakat yang memiliki tingkat adaptasi tinggi terhadap teknologi digital. Penelitian oleh Yang et al. (2021) dan Singh & Sinha (2020) menunjukkan bahwa generasi muda, khususnya mahasiswa, memiliki kecenderungan lebih tinggi dalam mengadopsi sistem pembayaran digital karena kebiasaan menggunakan ponsel pintar serta kemudahan akses teknologi. Kemudahan transaksi melalui QRIS berpotensi memengaruhi pola pengeluaran mahasiswa. Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa transaksi non-tunai dapat mengurangi rasa kehilangan uang secara psikologis (Soman et al., 2020; Shah et al., 2021), sehingga individu cenderung kurang menyadari besarnya pengeluaran yang dilakukan. Fenomena ini secara langsung berkaitan dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian secara berlebihan yang lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan rasional. Liu et al. (2021) dan Leong et al. (2020) menunjukkan bahwa kemudahan sistem pembayaran digital memiliki hubungan positif dengan pembelian impulsif dan peningkatan pengeluaran, khususnya pada kelompok usia muda. Selain pembayaran QRIS, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan juga menjadi faktor penting yang memengaruhi intensitas penggunaan sistem pembayaran digital. Persepsi manfaat merujuk pada sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989), sementara persepsi kemudahan berkaitan dengan keyakinan bahwa sistem dapat digunakan tanpa usaha berarti.

Pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap perilaku konsumtif mahasiswa tidak dapat dilepaskan dari peran kepuasan pengguna. Kepuasan pengguna merupakan evaluasi menyeluruh terhadap pengalaman penggunaan suatu sistem berdasarkan kesesuaian antara harapan dan kinerja aktual. Penelitian Zhou et al. (2018) dan Nguyen et al. (2020) menunjukkan bahwa kepuasan pengguna berperan penting dalam memperkuat penggunaan berkelanjutan dan intensitas transaksi. Dalam penelitian ini, kepuasan pengguna diposisikan

sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan perilaku konsumtif mahasiswa.

Kajian empiris yang secara spesifik membahas pengaruh pembayaran QRIS, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada adopsi dan niat penggunaan teknologi pembayaran digital, tanpa menyentuh dampaknya terhadap perilaku konsumsi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis secara empiris keenam hubungan tersebut, serta memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi mahasiswa, perguruan tinggi, penyedia layanan digital, dan peneliti selanjutnya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif bersifat eksplanatori-verifikatif, yakni penelitian yang bertujuan menjelaskan hubungan kausal antarvariabel melalui pengujian hipotesis. Objek penelitian adalah mahasiswa aktif yang menggunakan QRIS dalam transaksi sehari-hari.

Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa aktif yang pernah dan masih menggunakan sistem pembayaran QRIS dalam aktivitas transaksi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria: (1) mahasiswa aktif di perguruan tinggi; (2) pernah dan masih menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran; (3) menggunakan QRIS minimal satu kali dalam satu bulan terakhir; dan (4) bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Berdasarkan pedoman Hair et al. (2019) yang menyarankan ukuran sampel minimum 5–10 kali jumlah indikator dalam penelitian PLS-SEM, dengan 22 indikator utama penelitian ini menggunakan 176 responden (22 × 8 = 176).

Pengumpulan data primer dilakukan melalui kuesioner terstruktur yang disebarkan secara daring menggunakan Google Form. Instrumen kuesioner mengukur lima variabel utama, yaitu: Pembayaran QRIS (X1) dengan 10 indikator berdasarkan Suyanto & Kurniawan (2020); Persepsi Manfaat (X2) dengan 10 indikator berdasarkan Venkatesh et al. (2018); Persepsi Kemudahan (X3) dengan 8 indikator berdasarkan Dwivedi et al. (2019); Kepuasan Pengguna (M) dengan 8 indikator berdasarkan Soman et al. (2020); dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y) dengan 8 indikator berdasarkan Tam et al. (2020). Seluruh item pertanyaan menggunakan skala Likert lima poin dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS 4. Metode ini dipilih karena mampu menangani model yang kompleks dengan hubungan moderasi, bekerja optimal dengan sampel sedang, dan tidak mengharuskan asumsi normalitas multivariat (Hair et al., 2019). Pengujian meliputi dua tahap: (1) evaluasi outer model mencakup convergent validity (loading factor > 0,70; AVE > 0,50), discriminant validity (cross loading), dan construct reliability (Cronbach's Alpha > 0,70); serta (2) evaluasi inner model mencakup R-Square, Effect Size (F^2), uji model fit, dan pengujian hipotesis melalui bootstrapping dengan kriteria signifikansi T-statistik > 1,96 dan p-value < 0,05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 176 responden mahasiswa aktif pengguna QRIS. Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh perempuan sebanyak 107 orang (60,8%) dan laki-laki sebanyak 69 orang (39,2%). Distribusi usia menunjukkan bahwa kelompok usia 21–23 tahun merupakan yang terbesar dengan 112 responden (63,6%), diikuti usia 18–20 tahun sebanyak 51 orang (29%), dan usia di atas 23 tahun sebanyak 13 orang (7,4%). Ditinjau dari semester perkuliahan, mayoritas responden berada pada semester di atas 7 sebanyak 88 orang (50%), semester 5–6 sebanyak 67 orang (38,1%), semester 3–4 sebanyak 18 orang (10,2%), dan semester 1–2 sebanyak 3 orang (1,7%). Responden berasal

dari berbagai perguruan tinggi dengan dominasi dari Universitas Bengkulu (40 orang), Universitas Muhammadiyah Bengkulu (39 orang), Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno (39 orang), dan Institut Agama Islam Negeri Curup (38 orang). Aplikasi QRIS yang paling banyak digunakan adalah DANA (48,3%), diikuti aplikasi lainnya (39,8%), ShopeePay (5,7%), GOPAY (4,5%), dan OVO (1,7%).

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	107	60,8
	Laki-laki	69	39,2
Usia	18–20 tahun	51	29,0
	21–23 tahun	112	63,6
	> 23 tahun	13	7,4
Semester	1–2	3	1,7
	3–4	18	10,2
	5–6	67	38,1
	> 7	88	50,0
Aplikasi QRIS	DANA	85	48,3
	Lainnya	70	39,8
	ShopeePay	10	5,7
	GOPAY	8	4,5
	OVO	3	1,7
Total		176	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2026

Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui distribusi tanggapan responden terhadap setiap variabel penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang sangat tinggi terhadap variabel pembayaran QRIS (X1), yakni sebanyak 124 responden (70,45%), diikuti kategori tinggi 41 responden (23,30%), sedang 10 responden (5,68%), dan rendah 1 responden (0,57%). Pada variabel persepsi manfaat (X2), dominasi jawaban sangat tinggi dicapai oleh 117 responden (66,48%), kategori tinggi 50 responden (28,41%), sedang 8 responden (4,55%), dan rendah 1 responden (0,57%). Variabel persepsi kemudahan (X3) menunjukkan pola serupa dengan 118 responden (67,05%) masuk kategori sangat tinggi, tinggi 51 orang (28,98%), sedang 6 orang (3,41%), dan rendah 1 orang (0,57%).

Untuk variabel kepuasan pengguna (M), sebanyak 121 responden (68,75%) berada pada kategori sangat tinggi, tinggi 48 orang (27,27%), sedang 6 orang (3,41%), dan rendah 1 orang (0,57%). Sementara itu, variabel perilaku konsumtif mahasiswa (Y) menunjukkan distribusi yang lebih merata: sangat tinggi 83 responden (47,16%), tinggi 50 orang (28,41%), sedang 30 orang (17,05%), dan rendah 13 orang (7,38%). Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif mengindikasikan tingginya penggunaan QRIS dan persepsi positif mahasiswa terhadap sistem pembayaran digital.

Evaluasi Outer Model (Model Pengukuran)

Evaluasi outer model dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran memiliki validitas dan reliabilitas yang memadai. Pengujian convergent validity tahap pertama mengidentifikasi tiga indikator yang tidak memenuhi kriteria loading factor > 0,70, yaitu KPP1 (0,619), KPP8 (0,671), dan KM1 (0,674), sehingga ketiga indikator tersebut dieliminasi. Setelah pengujian ulang (tahap 2), seluruh indikator yang tersisa memiliki nilai loading factor > 0,70, menandakan validitas konvergen yang baik.

Tabel 2. Hasil Average Variance Extracted (AVE) dan Cronbach's Alpha

Variabel	AVE	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pembayaran QRIS	0,801	0,953	Valid & Reliabel
Persepsi Manfaat	0,764	0,893	Valid & Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,728	0,951	Valid & Reliabel
Kepuasan Pengguna	0,648	0,858	Valid & Reliabel
Perilaku Konsumtif Mahasiswa	0,805	0,824	Valid & Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 4, 2026

Hasil uji AVE seluruh variabel menunjukkan nilai di atas 0,50 (Tabel 2), dengan nilai tertinggi pada variabel perilaku konsumtif mahasiswa (0,805) dan terendah pada kepuasan pengguna (0,648). Discriminant validity yang diuji melalui cross loading juga menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai korelasi lebih tinggi terhadap variabelnya sendiri dibandingkan variabel lain, kecuali KM8 yang kemudian dieliminasi. Reliabilitas konstruk yang diuji melalui Cronbach's Alpha seluruhnya di atas 0,70, mulai dari 0,824 (perilaku konsumtif) hingga 0,953 (pembayaran QRIS).

Uji Model Fit

Parameter	Rule of Thumb	Nilai	Keterangan
SRMR	< 0,10	0,082	Fit
Chi-Square	χ^2 statistik > χ^2 tabel	692,849 > 406,5	Fit
NFI	Mendekati 1	0,681	Cukup Fit
GoF	> 0,36 (kuat)	0,662	Fit Kuat
Q^2 Perilaku Konsumtif	$Q^2 > 0$	0,744	Predictive Relevance Kuat

Tabel 3. Hasil Uji Model Fit

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 4, 2026

Tabel 3 menunjukkan bahwa model penelitian secara keseluruhan dinyatakan fit. Nilai SRMR sebesar 0,082 berada di bawah batas 0,10, yang mengindikasikan kesesuaian antara data observasi dan model yang dihipotesiskan. Nilai Chi-Square sebesar 692,849 lebih besar dari nilai tabel 406,5, membuktikan signifikansi model. Nilai GoF sebesar 0,662 melampaui ambang batas kuat (0,36), mengindikasikan kemampuan model yang sangat baik dalam menjelaskan hubungan antarvariabel laten. Nilai Q^2 sebesar 0,744 menunjukkan predictive relevance yang sangat kuat.

Evaluasi Inner Model

Variabel Dependen	R-Square	R-Square Adjusted
Perilaku Konsumtif Mahasiswa	0,806	0,791

Tabel 4. Hasil Uji R-Square (R^2)
Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 4, 2026

Nilai R^2 sebesar 0,806 menunjukkan bahwa 80,6% variasi pada variabel perilaku konsumtif mahasiswa mampu dijelaskan oleh variabel independen (pembayaran QRIS, persepsi manfaat, persepsi kemudahan) dan variabel moderasi (kepuasan pengguna) dalam model. Nilai ini tergolong kuat menurut kriteria Hair et al. (2019) yang menetapkan nilai $R^2 > 0,75$ sebagai model kuat.

Hubungan Antarvariabel	F^2	Kategori Efek
Persepsi Manfaat → Perilaku Konsumtif	1,839	Sangat Besar
Pembayaran QRIS → Perilaku Konsumtif	0,331	Sedang
Kepuasan Pengguna → Perilaku Konsumtif	0,048	Kecil
KP x QRIS → Perilaku Konsumtif	0,006	Dapat Diabaikan
KP x Persepsi Manfaat → Perilaku Konsumtif	0,034	Kecil
KP x Persepsi Kemudahan → Perilaku Konsumtif	0,000	Dapat Diabaikan
Persepsi Kemudahan → Perilaku Konsumtif	0,000	Dapat Diabaikan

Tabel 5. Hasil Uji Effect Size (F^2)
Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 4, 2026

Pengujian Hipotesis (Bootstrapping)

Hipotesis	Koefisien Jalur (β)	T-Statistik	P-Value	Keterangan
H1: QRIS → Perilaku Konsumtif	0,700	9,840	0,000	Diterima
H2: Persepsi Manfaat → Perilaku Konsumtif	0,510	4,716	0,000	Diterima
H3: Persepsi Kemudahan → Perilaku Konsumtif	0,171	1,062	0,144	Ditolak
H4: KP × QRIS → Perilaku Konsumtif	-0,185	1,263	0,103	Ditolak
H5: KP × Persepsi Manfaat → Perilaku Konsumtif	0,112	0,562	0,287	Ditolak
H6: KP × Persepsi Kemudahan → Perilaku Konsumtif	0,052	0,321	0,452	Ditolak

Tabel 6. Hasil Path Coefficient Bootstrapping
Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 4, 2026

Pengaruh Pembayaran QRIS terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) membuktikan bahwa pembayaran QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (β = 0,700; T-statistik = 9,840 > 1,96; p = 0,000 < 0,05). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan QRIS, semakin meningkat pula kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa. Nilai effect size F^2 = 0,331 mengindikasikan bahwa pembayaran QRIS memberikan kontribusi efek sedang dalam model penelitian ini.

Pengaruh ini dapat dipahami melalui mekanisme psikologis yang dikenal sebagai pain of paying. Soman et al. (2020) menjelaskan bahwa pembayaran non-tunai mengurangi rasa kehilangan uang secara nyata dibandingkan pembayaran tunai, sehingga individu cenderung lebih mudah mengeluarkan uang dalam jumlah yang lebih besar. Kemudahan akses QRIS melalui smartphone, kecepatan transaksi, kepraktisan tanpa uang tunai, tingginya frekuensi penggunaan, serta luasnya ketersediaan di berbagai merchant turut memperkuat kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian secara spontan. Temuan ini konsisten dengan penelitian Suhartanto et al. (2019) yang menyatakan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital berhubungan positif dengan perilaku pembelian impulsif pada konsumen muda, serta sejalan dengan Liu et al. (2021) yang menemukan bahwa digitalisasi pembayaran berpengaruh positif terhadap peningkatan frekuensi pengeluaran.

Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Hipotesis kedua (H2) terbukti diterima, dengan persepsi manfaat berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (β = 0,510; T-statistik = 4,716 > 1,96; p = 0,000 < 0,05). Nilai F^2 = 1,839 menempatkan persepsi manfaat sebagai variabel dengan efek paling dominan dalam model, bahkan jauh melampaui ambang batas efek besar (0,35). Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor terkuat yang mendorong perilaku konsumtif mahasiswa pengguna QRIS.

Persepsi manfaat yang mencakup efisiensi waktu, kemudahan transaksi, kenyamanan pembayaran, keuntungan berupa promo dan cashback, serta efektivitas pengelolaan keuangan terbukti memengaruhi frekuensi dan intensitas transaksi mahasiswa. Chawla & Joshi (2019) menegaskan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan sistem pembayaran digital. Yang et al. (2021) juga menemukan bahwa persepsi manfaat terhadap pembayaran digital berhubungan positif dengan peningkatan konsumsi karena hambatan dalam melakukan pembelian menjadi semakin berkurang. Dalam konteks mahasiswa, kondisi ini berpotensi mendorong pembelian spontan tanpa mempertimbangkan kebutuhan secara mendalam, sehingga meningkatkan perilaku konsumtif.

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Berbeda dari dua hipotesis sebelumnya, hipotesis ketiga (H3) mengenai pengaruh persepsi kemudahan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa tidak terbukti signifikan (β = 0,171; T-statistik = 1,062 < 1,96; p = 0,144 > 0,05). Meskipun arah hubungannya positif, pengaruh tersebut tidak cukup kuat secara statistik untuk membuktikan hipotesis. Nilai F^2 = 0,000 mengkonfirmasi bahwa persepsi kemudahan tidak memberikan kontribusi berarti dalam memprediksi perilaku konsumtif dalam model ini.

Hasil ini mengindikasikan bahwa mahasiswa kemungkinan telah menganggap kemudahan penggunaan QRIS sebagai sesuatu yang sudah lumrah dan menjadi bagian integral dari aktivitas sehari-hari. Ketika kemudahan dipersepsikan sebagai hal yang biasa, faktor tersebut tidak lagi secara aktif mendorong peningkatan perilaku konsumtif. Temuan ini senada dengan gagasan Liébana-Cabanillas et al. (2020) bahwa persepsi kemudahan lebih berperan sebagai prasyarat adopsi teknologi daripada sebagai pendorong perilaku konsumsi. Mahasiswa lebih termotivasi oleh manfaat konkret seperti cashback, promo, dan efisiensi waktu—bukan sekadar kemudahan teknis penggunaan.

Peran Kepuasan Pengguna sebagai Variabel Moderasi

Ketiga hipotesis moderasi (H4, H5, H6) seluruhnya tidak terbukti signifikan. Kepuasan pengguna yang memoderasi hubungan antara pembayaran QRIS dan perilaku konsumtif menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan (β = -0,185; T-statistik = 1,263; p = 0,103).

Moderasi kepuasan pengguna terhadap hubungan persepsi manfaat dan perilaku konsumtif memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan (β = 0,112; T-statistik = 0,562; p = 0,287). Demikian pula moderasi kepuasan pengguna pada hubungan persepsi kemudahan dan perilaku konsumtif tidak terbukti signifikan (β = 0,052; T-statistik = 0,321; p = 0,452).

Tidak terbuktinya peran moderasi kepuasan pengguna dalam penelitian ini dapat dijelaskan melalui beberapa perspektif. Pertama, mahasiswa kemungkinan telah mencapai titik saturasi kepuasan, di mana kepuasan terhadap QRIS sudah menjadi prasyarat umum penggunaan dan tidak lagi menjadi faktor yang secara aktif memperkuat hubungan dengan perilaku konsumtif. Kedua, perilaku konsumtif mahasiswa kemungkinan lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti gaya hidup, lingkungan sosial, promosi digital, dan literasi keuangan, dibandingkan tingkat kepuasan terhadap sistem pembayaran itu sendiri. Penelitian Susanto et al. (2019) dan Tam et al. (2020) menegaskan bahwa kepuasan pengguna lebih berpengaruh terhadap niat penggunaan berkelanjutan daripada terhadap perubahan perilaku konsumsi secara langsung.

Simpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa pembayaran QRIS (β = 0,700; p = 0,000) dan persepsi manfaat (β = 0,510; p = 0,000) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sementara persepsi kemudahan berpengaruh positif namun tidak signifikan. Kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi tidak terbukti memperkuat hubungan antarvariabel secara signifikan. Model penelitian memiliki kemampuan prediksi yang kuat dengan R^2 = 0,806. Temuan ini menyarankan agar mahasiswa meningkatkan literasi keuangan dalam penggunaan QRIS, perguruan tinggi mengintegrasikan edukasi keuangan digital dalam program pembelajaran, dan penyedia layanan mendorong penggunaan QRIS yang lebih bijak dan bertanggung jawab.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang telah bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini. Apresiasi juga disampaikan kepada Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH Bengkulu atas dukungan akademis yang diberikan selama proses penelitian berlangsung.

Daftar Pustaka

Al-Emran, M., Mezhuyev, V., & Kamaludin, A. (2020). Technology Acceptance Model In Mobile Learning Context: A Systematic Review. Computers & Education, 144, 103642.

Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Williams, M. D. (2018). Consumer Adoption Of Mobile Banking In Jordan: Examining The Role Of Usefulness, Ease Of Use, Perceived Risk And Self-Efficacy. Journal Of Enterprise Information Management, 36(3), 43–56.

Anasfi, K., & Afwa, A. (2025). The Effect Of Ease Of Use, Perception Of Usefulness And Electronic Trust On Satisfaction Of Using QRIS As A Digital Payment Method. Jurnal Apresiasi Ekonomi, 13(2), 328–340.

Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer Attitude And Intention To Adopt Mobile Wallet In India: An Empirical Study. International Journal Of Bank Marketing, 37(7), 1590–1618.

Dahlberg, T., Guo, J., & Ondrus, J. (2019). A Critical Review Of Mobile Payment Research. Electronic Commerce Research And Applications, 38, 100887.

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. MIS Quarterly, 13(3), 319–340.

Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Jeyaraj, A., Clement, M., & Williams, M. D. (2019). Re-Examining The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT). Journal Of Organizational And End User Computing, 31(2), 1–16.

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When To Use And How To Report The Results Of PLS-SEM. European Business Review, 31(1), 2–24.

Haposan, M., Siregar, Nasution, M. I., Padli, & Marliyah. (2025). Pengaruh Sistem Pembayaran Digital Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Manajemen Terapan Dan Keuangan, 14(1), 532–543.

Kang, J. (2018). Mobile Payment In Fintech Environment: Trends, Security Challenges, And Services. Human-Centric Computing And Information Sciences, 8(1), 1–16.
Leong, L. Y., Hew, T. S., Tan, G. W. H., & Ooi, K. B. (2020). Predicting The Antecedents Of Trust In Mobile Payment Systems. Industrial Management & Data Systems, 120(7), 1371–1404.
Li, J., Wu, Y., & Xiao, J. J. (2021). The Impact Of Digital Finance On Household Consumption: Evidence From China. Economic Modelling, 86, 317–326.
Liébana-Cabanillas, F., Japutra, A., Molinillo, S., Singh, N., & Sinha, N. (2020). Assessment Of Mobile Payment Adoption In Bottom Of Pyramid: Evidence From Mexico. Journal Of Retailing And Consumer Services, 55, 102207.
Liu, Y., Wang, M., Huang, D., Huang, Q., Yang, H., & Li, Z. (2021). The Impact Of Mobile Payment On Consumer Behavior. Journal Of Retailing And Consumer Services, 58, 102323.
Lusardi, A., Mitchell, O. S., & Oggero, N. (2020). Debt And Financial Vulnerability On The Verge Of Retirement. Journal Of Money, Credit And Banking, 52(5), 1005–1034.
Nguyen, T. T. H., Nguyen, N., & Cao, T. K. (2020). Consumer Satisfaction And Sustainable Intention Towards Mobile Payment Services. Journal Of Asian Finance, Economics And Business, 7(10), 56–68.
Ozili, P. K. (2018). Impact Of Digital Finance On Financial Inclusion And Stability. Borsa Istanbul Review, 18(4), 329–340.
Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Raghavan, V. (2020). Understanding Consumer Adoption Of Mobile Payment In India. Information Systems Frontiers, 22(5), 1127–1142.
Putri, P. A., Taufiqurrahman, & Noviasari, H. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Melalui Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Pada Mahasiswa Generasi Z Di Kota Pekanbaru. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, 9(2), 296–316.
Shah, A. M., Yan, X., Shah, S. A. A., Mamirkulova, G., & Nazarov, A. (2021). Factors Influencing Consumer Purchase Behavior Through Digital Payment Systems. Journal Of Retailing And Consumer Services, 59, 102392.
Singh, N., & Sinha, N. (2020). How Perceived Trust Mediates Merchant's Intention To Use A Mobile Wallet Technology. Journal Of Retailing And Consumer Services, 52, 101894.
Soman, D., Cheema, A., & Monga, A. (2020). Payment Mechanisms And Spending Behavior. Journal Of Consumer Research, 47(2), 294–319.
Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta.
Suhartanto, D., Dean, D., Ismail, T. A. T., & Sundari, R. (2019). Mobile Payment Adoption And Impulse Purchase Behavior. International Journal Of Retail & Distribution Management, 47(7), 741–756.
Susanto, A., Chang, Y., & Ha, Y. (2019). Determinants Of Continuance Intention To Use The Smartphone Banking Services. Industrial Management & Data Systems, 119(8), 1769–1794.
Suyanto, M., & Kurniawan, A. (2020). Analisis Penerapan Sistem Pembayaran Digital Pada UMKM. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 7(2), 123–134.
Tam, C., Santos, D., & Oliveira, T. (2020). Exploring The Influential Factors Of Continuance Intention To Use Mobile Apps. Information & Management, 57(6), 103–115.
Tarisa, P. L., Roihan, M., & Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. (2024). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Pengguna QRIS Sebagai Layanan Digital. Bertuah: Journal Of Shariah And Islamic Economics, 5(1), 112–117.
Trihayunda, N., Hidayati, A., & Puspita, V. (2023). Efektivitas Dan Efisiensi Sistem Pembayaran Non Tunai QRIS Dalam Mempengaruhi Inklusi Keuangan Nasabah BRI KC Kota Bengkulu. Jurnal Manajemen, 16(2), 299–310.
Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2018). Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology: A Synthesis And The Road Ahead. Journal Of The Association For Information Systems, 17(5), 328–376.

Xiao, J. J., Chen, C., & Sun, L. (2019). Age Differences In Consumer Financial Capability. International Journal Of Consumer Studies, 43(3), 289–298.

Yang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless Transactions: A Study On Intention And Adoption Of E-Wallets. Sustainability, 13(2), 831.

Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2018). Integrating TTF And UTAUT To Explain Mobile Banking User Adoption. Computers In Human Behavior, 26(4), 760–767.