E-ISSN: 3025-0994
Halaman 3679-3689
Volume 4 Nomor 2 Tahun 2026

Pengaruh Penggunaan Qris Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Di Kopilogi Tasikmalaya

Henry Irawan[1], Rudi Setiawan[2] , Teguh Heri Widodo[3]

[1,2,3] Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi YPPT Priatim Tasikmalaya
e-mail: hnryirawn@gmail.com[1], rudisetiawan110684@gmail.com[2], teguhheri612@gmail.com[3]

Abstrak

Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan sistem pembayaran dari transaksi tunai menuju non-tunai. Salah satu inovasi pembayaran digital yang berkembang di Indonesia adalah Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Penggunaan QRIS dinilai mampu memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam proses transaksi sehingga dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan QRIS terhadap keputusan pembelian Generasi Z di Kopilogi Tasikmalaya. Metode penelitian yang digunakan adalah asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 95 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan dan penyebaran kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi dengan bantuan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Generasi Z di Kopilogi Tasikmalaya. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 4,970 lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,986 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,210 menunjukkan bahwa penggunaan QRIS memberikan pengaruh sebesar 21% terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan QRIS, maka semakin meningkat keputusan pembelian Generasi Z.

Kata Kunci: QRIS, Keputusan Pembelian, Generasi Z.

Abstract

The development of digital technology has encouraged changes in payment systems from cash transactions to non-cash transactions. One of the digital payment innovations developed in Indonesia was the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). QRIS was considered capable of providing convenience, practicality, and efficiency in transaction activities, thereby influencing consumer purchasing decisions, especially among Generation Z. This study aimed to determine the effect of QRIS usage on Generation Z purchasing

decisions at Kopilogi Tasik. The research used a causal associative method with a quantitative approach. The sampling technique applied purposive sampling with a total of 95 respondents. Data were collected through literature studies and questionnaires. The data analysis techniques used simple linear regression, t-test, and coefficient of determination with the assistance of SPSS version 27. The results show that QRIS usage has a positive and significant effect on Generation Z purchasing decisions at Kopilogi Tasikmalaya. This is proven by the t-count value of 4.970, which is greater than the t-table value of 1.986, with a significance level of 0.000 < 0.05. The coefficient of determination value of 0.210 indicates that QRIS usage contributes 21% to purchasing decisions. Therefore, the higher the level of convenience and practicality offered by QRIS, the higher the purchasing decisions of Generation Z consumers.

Keywords: QRIS, Purchasing Decision, Generation Z.

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam sistem pembayaran transaksi. Perubahan tersebut ditandai dengan meningkatnya penggunaan metode pembayaran non-tunai yang dinilai lebih praktis, cepat, dan efisien dibandingkan pembayaran secara tunai. Salah satu inovasi sistem pembayaran digital yang berkembang di Indonesia adalah Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS).

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) merupakan standar nasional kode QR untuk sistem pembayaran di Indonesia yang diluncurkan oleh Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia pada tanggal 17 Agustus 2019. QRIS digunakan sebagai standar pembayaran digital yang memungkinkan seluruh aplikasi pembayaran dapat digunakan dalam satu kode QR yang sama sehingga transaksi menjadi lebih praktis, aman, dan efisien.

Penggunaan QRIS saat ini tidak hanya diterapkan pada perusahaan besar, tetapi juga telah digunakan oleh berbagai pelaku usaha kuliner dan UMKM. Salah satu usaha kuliner yang menerapkan sistem pembayaran QRIS adalah Kopilogi Tasikmalaya. Kopilogi pertama kali berdiri pada tahun 2016 di Garut dan kemudian membuka cabang di Tasikmalaya pada tahun 2024. Dalam operasional usahanya, Kopilogi memfasilitasi konsumen dengan menyediakan sistem pembayaran QRIS sebagai sarana transaksi yang lebih praktis dan mudah digunakan dalam proses pembelian.

Generasi Z merupakan kelompok konsumen yang tumbuh dan berkembang di tengah kemajuan teknologi digital. Generasi ini cenderung menyukai transaksi yang cepat, praktis, dan mudah digunakan. Kemudahan penggunaan QRIS dinilai mampu memberikan kenyamanan dalam proses transaksi sehingga dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Penggunaan QRIS dalam penelitian ini dikaji menggunakan teori Technology Acceptance Model (TAM) menurut Davis yang menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Semakin tinggi

tingkat kemudahan dan manfaat yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula penerimaan terhadap teknologi tersebut.

Sementara itu, keputusan pembelian mengacu pada teori Kotler dan Keller yang menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan proses konsumen dalam memilih, membeli, dan menggunakan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan QRIS terhadap keputusan pembelian Generasi Z di Kopilogi Tasikmalaya.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan di Kopilogi Tasikmalaya dengan fokus penelitian mengenai pengaruh penggunaan QRIS terhadap keputusan pembelian Generasi Z.

Variabel penelitian terdiri dari penggunaan QRIS sebagai variabel independen (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y). Penggunaan QRIS diukur menggunakan teori Technology Acceptance Model (TAM) menurut Davis yang terdiri dari perceived usefulness, perceived ease of use, attitude toward using, behavioral intention, dan actual system use. Sedangkan keputusan pembelian diukur menggunakan teori Kotler dan Keller yang terdiri dari pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran.

Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang termasuk dalam kategori Generasi Z serta pernah menggunakan QRIS dalam melakukan transaksi pembelian di Kopilogi Tasikmalaya.

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 95 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan dan penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS versi 27.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Penggunaan QRIS			
X1	0,553	0,202	Valid
X2	0,525	0,202	Valid

X3	0,486	0,202	Valid
X4	0,436	0,202	Valid
X5	0,606	0,202	Valid
X6	0,534	0,202	Valid
X7	0,540	0,202	Valid
X8	0,776	0,202	Valid
X9	0,740	0,202	Valid
X10	0,652	0,202	Valid
X11	0,748	0,202	Valid
X12	0,715	0,202	Valid
Keputusan Pembelian			
Y1	0,744	0,202	Valid
Y2	0,778	0,202	Valid
Y3	0,728	0,202	Valid
Y4	0,821	0,202	Valid
Y5	0,796	0,202	Valid
Y6	0,693	0,202	Valid
Y7	0,572	0,202	Valid
Y8	0,657	0,202	Valid
Y9	0,750	0,202	Valid
Y10	0,673	0,202	Valid
Y11	0,612	0,202	Valid

Y12	0,593	0,202	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas terlihat bahwa nilai r_{hitung} dari setiap pernyataan lebih besar dari r_{tabel} maka butir pernyataan dikatakan valid.

Tabel 2 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Minimal Cronbach's Alpha	Keterangan
1	QRIS	0,851	0,60	Reliabel
2	Keputusan Pembelian	0,906	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel tersebut, nilai Cronbach's alpha pada variabel bebas dan terikat lebih dari 0,60, sehingga instrumen dinyatakan reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa pengukuran variabel konsisten dan dapat dipercaya.

Karakteristik Responden

Tabel 3 Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	30	31,6 %
Perempuan	65	68,4 %
Jumlah	95	100 %

Sumber : Hasil Penelitian 2026

Tabel 4 Responden Penelitian Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
17 - 19	6	6,3 %
20 - 22	56	58,9 %
23 - 25	29	30,5 %

25 - 27	4	4,2 %
Total	95	100 %

Sumber : Hasil Penelitian 2026

Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) menjadi salah satu bentuk perkembangan sistem pembayaran digital yang mampu memberikan kemudahan dan efisiensi dalam proses transaksi pembelian. Penerapan QRIS di Kopilogi Tasikmalaya dilakukan sebagai fasilitas pembayaran untuk mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi secara cepat, praktis, dan efisien. Penggunaan sistem pembayaran tersebut dinilai sesuai dengan karakteristik Generasi Z yang cenderung lebih terbiasa menggunakan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari.

Gambar 1 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	17.214	6.484		2.655	.009
	TotalX	.629	.127	.458	4.970	<,001

a. Dependent Variable: TotalY

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada konsumen Generasi Z di Kopilogi Tasikmalaya, penggunaan QRIS memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 4,970 lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,986 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan QRIS mampu memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Generasi Z di Kopilogi Tasikmalaya.

Gambar 2 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.458[a]	.210	.201	6.578

a. Predictors: (Constant), TotalX

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2026

Selain itu, hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,210. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan QRIS memberikan kontribusi pengaruh sebesar 21% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 79% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, penggunaan QRIS dapat dikatakan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, khususnya dalam memberikan kemudahan transaksi bagi konsumen.

Dalam penelitian ini, penggunaan QRIS diukur menggunakan teori Technology Acceptance Model (TAM) menurut Davis yang terdiri dari perceived usefulness, perceived ease of use, attitude toward using, behavioral intention, dan actual system use. Sedangkan keputusan pembelian diukur menggunakan teori Kotler dan Keller yang menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan proses konsumen dalam memilih, membeli, dan menggunakan suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Perceived Usefulness (Persepsi Kegunaan)

Perceived usefulness menunjukkan tingkat keyakinan konsumen bahwa penggunaan QRIS mampu memberikan manfaat dalam proses transaksi pembelian. Berdasarkan hasil penelitian, dimensi ini memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian Generasi Z di Kopilogi Tasikmalaya. Konsumen merasa bahwa penggunaan QRIS mampu membantu proses transaksi menjadi lebih efektif, cepat, dan efisien dibandingkan metode pembayaran secara tunai.

Menurut Davis, perceived usefulness merupakan tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan efektivitas maupun produktivitas aktivitas yang dilakukan. Dalam penelitian ini, manfaat penggunaan QRIS dirasakan melalui kemudahan proses pembayaran yang dapat dilakukan hanya dengan memindai kode QR menggunakan aplikasi pembayaran digital yang dimiliki konsumen. Kondisi tersebut membuat proses transaksi menjadi lebih praktis sehingga dapat mendorong keputusan pembelian konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan konsumen terhadap penggunaan QRIS, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian Generasi Z di Kopilogi Tasikmalaya. Dengan demikian, QRIS tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran digital, tetapi juga menjadi fasilitas transaksi yang memberikan manfaat dan kenyamanan bagi konsumen dalam melakukan pembelian.

Perceived Ease Of Use (Persepsi Kemudahan Penggunaan)

Perceived ease of use menunjukkan tingkat kemudahan konsumen dalam memahami dan menggunakan QRIS saat melakukan transaksi pembelian. Berdasarkan hasil penelitian, dimensi ini memiliki sumbangan efektif terbesar yaitu sebesar 13,19%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemudahan transaksi menjadi faktor dominan yang memengaruhi keputusan pembelian Generasi Z di Kopilogi Tasikmalaya.

Menurut Davis, perceived ease of use merupakan tingkat keyakinan individu bahwa suatu teknologi mudah dipahami dan digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar. Dalam penelitian ini, kemudahan penggunaan QRIS terlihat dari proses transaksi yang

cepat, praktis, mudah dipahami, serta dapat dilakukan hanya melalui pemindaian kode QR menggunakan telepon seluler.

Generasi Z cenderung menyukai sistem transaksi yang sederhana dan tidak memerlukan proses yang rumit. Kemudahan penggunaan QRIS membuat konsumen merasa lebih nyaman dalam melakukan transaksi pembelian sehingga mendorong munculnya keputusan pembelian. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan QRIS yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian Generasi Z di Kopilogi Tasikmalaya.

Attitude Toward Using (Sikap terhadap Penggunaan)

Attitude toward using menunjukkan sikap atau penilaian konsumen terhadap penggunaan QRIS dalam proses transaksi pembelian. Sikap positif terhadap penggunaan QRIS akan mendorong konsumen untuk menggunakan sistem pembayaran tersebut dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Berdasarkan hasil penelitian, dimensi ini memiliki sumbangan efektif sebesar 2,96%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap penggunaan QRIS memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian meskipun kontribusinya tidak sebesar dimensi lainnya.

Menurut Davis, attitude toward using merupakan bentuk evaluasi atau penilaian individu terhadap penggunaan suatu teknologi. Dalam penelitian ini, sebagian besar konsumen memberikan respon positif terhadap penggunaan QRIS karena dianggap mampu memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam proses transaksi pembelian. Sikap positif tersebut mendorong konsumen untuk lebih tertarik menggunakan QRIS saat melakukan transaksi di Kopilogi Tasikmalaya.

1. **Behavioral Intention (Niat Menggunakan)**

Behavioral intention menunjukkan kecenderungan atau niat konsumen untuk terus menggunakan QRIS dalam transaksi pembelian di masa mendatang. Berdasarkan hasil penelitian, dimensi ini memiliki sumbangan efektif sebesar 0,29%.

Menurut Davis, behavioral intention merupakan kecenderungan perilaku individu untuk menggunakan suatu teknologi secara berkelanjutan. Dalam penelitian ini, konsumen memiliki keinginan untuk tetap menggunakan QRIS karena dianggap praktis dan mempermudah proses transaksi. Namun, kontribusi dimensi ini masih relatif kecil dibandingkan dimensi lainnya karena sebagian konsumen masih menggunakan metode pembayaran lain sesuai kebutuhan transaksi.

Meskipun demikian, behavioral intention tetap memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Generasi Z di Kopilogi Tasikmalaya. Semakin tinggi niat konsumen untuk menggunakan QRIS, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen melakukan transaksi pembelian menggunakan sistem pembayaran tersebut.

2. **Actual System Use (Penggunaan Sistem Aktual)**

Actual system use menggambarkan kondisi nyata penggunaan QRIS oleh konsumen dalam aktivitas transaksi pembelian. Berdasarkan hasil penelitian, dimensi ini memiliki sumbangan efektif sebesar 1,45%.

Menurut Davis, actual system use menunjukkan kondisi nyata ketika pengguna benar-benar menggunakan suatu teknologi dalam aktivitas sehari-hari. Dalam penelitian ini, penggunaan QRIS secara aktual terlihat dari kebiasaan konsumen yang telah menggunakan QRIS saat melakukan transaksi pembelian di Kopilogi Tasikmalaya.

Penggunaan sistem yang tinggi menunjukkan bahwa teknologi telah diterima dan digunakan oleh konsumen dalam proses transaksi sehari-hari. Dengan demikian, penggunaan QRIS secara aktual mampu memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian Generasi Z karena transaksi menjadi lebih mudah, cepat, dan efisien.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa dimensi perceived usefulness memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Generasi Z di Kopilogi Tasikmalaya. Dimensi perceived ease of use memiliki sumbangan efektif terbesar yaitu sebesar 13,19%, yang menunjukkan bahwa kemudahan transaksi menjadi faktor dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Dimensi attitude toward using memiliki sumbangan efektif sebesar 2,96%, yang menunjukkan bahwa sikap positif terhadap penggunaan QRIS turut memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, dimensi behavioral intention memiliki sumbangan efektif sebesar 0,29%, sedangkan actual system use memiliki sumbangan efektif sebesar 1,45%.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan QRIS memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian Generasi Z di Kopilogi Tasikmalaya, khususnya melalui kemudahan transaksi yang dirasakan konsumen dalam proses pembelian.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Generasi Z di Kopilogi Tasikmalaya. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa penggunaan QRIS memberikan pengaruh sebesar 21% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Dimensi perceived ease of use menjadi faktor dominan dengan sumbangan efektif sebesar 13,19%, yang menunjukkan bahwa kemudahan transaksi menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kemudahan dan kepraktisan penggunaan QRIS, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian Generasi Z di Kopilogi Tasikmalaya. Oleh karena itu, Pihak manajemen disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan pembayaran digital agar transaksi menjadi lebih efektif, nyaman, dan efisien bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Adhe Sarah Ris Dwinomo, Ainiyah, N., & Isnaini, N. F. (2024). Pengaruh Ketersediaan, Efektivitas Dan Kemudahan Penggunaan QRIS Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Organisasi GMNI Mojokerto). Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak, 1(3), 255–264. Https://Doi.Org/10.61132/Jieap.V1i3.424

Andrian, C. I. W. P., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). Perilaku Konsumen. Rena Cipta Mandiri.

Arianto, B. (2025). Pengantar Teori Technology Acceptance Model. CV Jawara Kreasinografi.

Armstrong, G., & Kotler, P. (2018). Principles Of Marketing (17th Ed.). Pearson Education.

Arfah, Y. (2022). Keputusan Pembelian Produk. PT Inovasi Pratama Internasional.

Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z Dan Kesiapan Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. Accounting Student Research Journal, 2(1).

ASPI. (2025). Statistik QRIS. Https://Aspi-Indonesia.Or.Id/Statistik-Qris/

Bank Indonesia. (2025). Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Https://Www.Bi.Go.Id/Id/Fungsi-Utama/Sistem-Pembayaran/Ritel/Kanallayanan/Qris/Default.Aspx

Cahyani, N. D., & Abrianto, H. (2025). Pengaruh Transaksi Cashless Dan Kemudahan Menggunakan QRIS Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Di Kota Bekasi. RIGGS: Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business, 4(2), 6717–6724. Https://Doi.Org/10.31004/Riggs.V4i2.1746

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

Hadion Wijoyo, Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (2020). Generasi Z & Revolusi Industri 4.0. CV Pena Persada.

KONTAN. (2025). BI Catat Transaksi QRIS Capai Rp579 Triliun Pada Semester I 2025. Https://Nasional.Kontan.Co.Id/News/Bi-Catat-Transaksi-Qris-Capai-Rp-579-Triliun-Pada-Semester-I-2025

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th Ed.). Pearson Education.

Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. Pandiva Buku.

Laba, S. (2023). Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Mengukur Kepuasan Mahasiswa STIE Bentara Persada Dalam Menggunakan Aplikasi Zoom Cloud Meeting. Tractare: Jurnal Ekonomi-Manajemen, 6(1), 93–102. Https://Doi.Org/10.62820/Trt.V6i1.88

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2016). Management Information Systems: Managing The Digital Firm (14th Ed.). Pearson Education.

Lubis, A. S., & Handayani, R. (2023). Generasi Z Dan Entrepreneurship: Studi Teoretis Minat Generasi Z Dalam Berwirausaha. Bypass.

Octaviani, L. S., Pranatasari, F. D., & Maridjo, H. H. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Payment QRIS Pada Generasi Z. Parsimonia Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis, 11(2). Https://Doi.Org/10.33479/Parsimonia.V11i2.1046

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, 10(1), 132–142. Https://Doi.Org/10.17358/Ijbe.10.1.132

Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 2(4), 524–533. Https://Doi.Org/10.31933/Jimt.V2i4.463

Pratiwi, F. N. (2023). The Influence Of The QRIS Payment Method On Purchase Decisions In Bandung State Polytechnic Students. International Journal Administration, Business & Organization, 4(3), 79–87. Https://Doi.Org/10.61242/Ijabo.23.279

Putri Sahya Fadiah, Kurnianingsih, F., Hidayat, R. N., & Kusumasari, I. R. (2024). Pengaruh Metode Pembayaran QRIS Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM. Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB), 2(2), 219–227. Https://Doi.Org/10.62017/Jemb.V2i2.2620

Rahmawati, L. N., & Fahrullah, A. (2024). Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran Digital QRIS Pada Generasi Z Bojonegoro. Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam, 7(2), 135–146. Https://Doi.Org/10.26740/Jekobi.V7n2.P135-146

Soetam Rizky Wicaksono. (2022). Teori Dasar Technology Acceptance Model. CV Seribu Bintang.

Stillman, D., & Stillman, J. (2017). Gen Z @ Work: How The Next Generation Is Transforming The Workplace. Harperbusiness.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. CV Alfabeta.

Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. (2018). Electronic Commerce 2018: A Managerial And Social Networks Perspective. Springer.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View. MIS Quarterly, 27(3), 425–478.

Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen. PT Kimshafi Alung Cipta.