JUMABI Vol 6, (5), 2026, 415 - 420

JURNAL ADMINISTRASI BISNIS

E-ISSN: 2775 - 2615

Available online at:http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI

Pengaruh Transaksi *Cashless* dan Kemudahan Bertransaksi Dengan QRIS Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z di Kelurahan Paseban, Kecamatan Senen Jakarta Pusat

Andiyani[1], Abdul Gofur[2]

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta Indonesia

Email: andiyaniwinaldha19@gmail.com[1] , govhoer@gmail.com[2],

Abstract.

The development of digital payment technology has driven an increase in cashless transactions and the use of QRIS, especially among Generation Z, thus influencing their purchasing decisions. However, its implementation still faces various obstacles that can affect these decisions. Therefore, this study aims to analyze the influence of Cashless Transactions and Ease of Transaction with QRIS on Generation Z Purchasing Decisions in Paseban Village, Senen District, Central Jakarta. This study uses a quantitative approach with descriptive methods. The study population is Generation Z in Paseban Village, Senen District, Central Jakarta, with a sample of 99 respondents selected using the Purposive Sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, t-tests, F-tests, and coefficient of determination (R^2) using IBM SPSS 26. The results showed that the Cashless Transactions variable had a positive and significant effect on Purchasing Decisions (t-test 2.293 > t-table 1.985; sig. 0.024 < 0.05). The Ease of Transactions with QRIS variable also had a positive and significant effect (t-test 5.475 > t-table 1.985; sig. 0.000 < 0.05). Simultaneously, both variables had a positive and significant effect on Purchasing Decisions (F-test 19.552 > F-table 3.09; sig. 0.000 < 0.05), with an R^2 value of 0.289, indicating that Cashless Transactions and Ease of Transaction with QRIS explained 28.9% of the variation in Purchasing Decisions, while the remaining 71.1% was influenced by other variables outside the study.

Keywords: ***Cashless Transactions, QRIS, Purchasing Decisions, Generation Z, Multiple Linear Regression***

Cronicle of Article:Received (11,10,2026); Revised (15,10,2026); and Published (28,10,2026)

©2026 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Profile and corresponding author : Andiyani adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530, *Corresponding Author*, govhoer@gmail.com[2]

How to cite this article : Andiyani, Gofur Abdul, "Pengaruh Transaksi *Cashless* dan Kemudahan Bertransaksi Dengan QRIS Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z di Kelurahan PAseban, Kecamatan Senen, Jakarta Pusat". *adbispreneur* 6 (5),pp. 415 - 420 .Available at:https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI

Pendahuluan

Kemajuan teknologi di bidang keuangan telah membawa perubahan mendasar dalam cara masyarakat Indonesia bertransaksi, terutama di wilayah perkotaan yang memiliki aksesibilitas digital tinggi. Salah satu wujud nyata dari transformasi tersebut adalah kehadiran *Quick Response Code*

Indonesian Standard (QRIS), sistem pembayaran digital yang diluncurkan oleh Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) pada 17 Agustus 2019 sebagai solusi integrasi berbagai platform pembayaran digital ke dalam satu kode standar. Data ASPI (2025) mencatat jumlah pengguna aktif QRIS di Indonesia hingga September 2025 telah mencapai 58 juta pengguna, bertambah 1 juta pengguna dibandingkan periode Juni 2025, menunjukkan bahwa QRIS semakin diterima sebagai salah satu metode pembayaran dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Perkembangan transaksi digital tersebut menjadi semakin relevan apabila dikaitkan dengan struktur demografi Indonesia. Berdasarkan data Survei Penduduk Antar Sensus (SUPAS) 2025 yang disajikan oleh Badan Pusat Statistik, Generasi Z (kelahiran 1997–2012) tercatat sebanyak 70.975.776 jiwa, menjadikannya kelompok konsumen yang potensial dan strategis untuk dikaji dalam kaitannya dengan perkembangan transaksi digital. Survei KG Media yang dipublikasikan melalui Kompas pada Oktober 2025 turut menunjukkan bahwa 63% responden Generasi Z memilih QRIS sebagai metode pembayaran utama untuk transaksi offline, 52% menggunakan QRIS setiap hari, dan 25% menggunakannya 3–6 kali dalam satu minggu (KG Media, 2025). Selain itu, survei YouGov dalam laporan Rising Costs, Resilient Minds: Indonesia's Personal Finance Outlook 2025 menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung memprioritaskan pengeluaran pada kategori gaya hidup, seperti kecantikan (21%), pakaian (20%), dan makan di luar (14%), berbeda dengan Generasi Milenial dan Generasi X+ yang lebih memprioritaskan kebutuhan pokok.

Fenomena tersebut menjadi relevan untuk dikaji pada wilayah yang lebih spesifik, yaitu Kelurahan Paseban, Kecamatan Senen, Jakarta Pusat, yang memiliki populasi Generasi Z dengan jumlah yang cukup besar yaitu 6.440 jiwa pada tahun 2026. Dalam praktiknya, adopsi transaksi cashless dan QRIS tidak selalu berjalan tanpa kendala. Sejumlah hambatan teknis masih kerap dirasakan pengguna, seperti gangguan koneksi internet yang menyebabkan transaksi gagal, ketidakstabilan sistem yang berujung pada pemotongan saldo tanpa konfirmasi, hingga keterbatasan merchant yang belum sepenuhnya terintegrasi dengan sistem QRIS. Selain kendala teknis, penggunaan pembayaran digital juga tidak terlepas dari aspek keamanan, seperti ancaman pencurian data pribadi dan modus penipuan digital, yang dapat memengaruhi rasa aman dan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa transaksi cashless dan kemudahan bertransaksi dengan QRIS berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Cahyani & Abrianto, 2025; Ningsih et al., 2021; Syahreza & Amelia, 2025). Meskipun demikian, penelitian tersebut dilakukan pada wilayah dan karakteristik responden yang berbeda, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi. Sebagian penelitian lain, seperti Zalyanti et al. (2025), justru menyoroti keterkaitan kemudahan bertransaksi QRIS dengan impulsive buying, bukan keputusan pembelian secara umum. Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transaksi cashless dan kemudahan bertransaksi dengan QRIS terhadap keputusan pembelian Generasi Z di Kelurahan Paseban, Kecamatan Senen, Jakarta Pusat, baik secara parsial maupun simultan, sehingga hasilnya dapat memperluas bukti empiris pada konteks wilayah, karakteristik responden, dan fokus penelitian yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya.

LITERATUR REVIUW.

1. Administrasi

Menurut Mariati Rahman (2017: 9) mengemukakan bahwa administrasi merupakan suatu proses pelaksanaan dalam setiap bentuk kerja sama yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu.

2. ***Technology Acceptance Model (TAM)***
   Davis dalam Santi & Erdani (2021) menjelaskan bahwa TAM dikembangkan untuk memahami penerimaan teknologi melalui dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. *Perceived usefulness* menggambarkan keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja dan efektivitas, sedangkan *perceived ease of use* menjelaskan tingkat kemudahan suatu teknologi untuk digunakan tanpa membutuhkan usaha besar (Davis dalam Wicaksono, 2022)
3. **Transaksi *Cahsless***
   Menurut Cahyani & Abrianto (2025), transaksi cashless merupakan metode pembayaran non-tunai yang dilakukan melalui sistem elektronik tanpa penggunaan uang fisik, dengan memanfaatkan teknologi digital yang terintegrasi dalam sistem keuangan sehingga pembayaran dapat berlangsung lebih cepat, praktis, dan efisien.
4. **Kemudahan Bertransaksi dengan QRIS**
   Menurut Muniarty (2023), QRIS sebagai alat transaksi digital dinilai efektif karena memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan pembayaran di berbagai merchant, dengan proses transaksi yang lebih cepat, sederhana, dan efisien dibandingkan metode konvensional).
5. **Keputusan Pembelian**
   Menurut Kotler dan Keller (2016), keputusan pembelian adalah proses yang terdiri dari beberapa tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan keputusan pembelian. Proses ini mencerminkan bagaimana konsumen mempertimbangkan berbagai faktor sebelum melakukan pembelian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah Generasi Z di Kelurahan Paseban, Kecamatan Senen, Jakarta Pusat, dengan jumlah 6.440 orang. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10%, sehingga diperoleh sampel minimal sebanyak 99 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling, dengan kriteria responden merupakan Generasi Z (kelahiran 1997–2012) yang berdomisili di Kelurahan Paseban dan pernah melakukan transaksi menggunakan QRIS.

Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima poin, sedangkan data sekunder diperoleh dari data Bank Indonesia, ASPI, Badan Pusat Statistik, buku, jurnal ilmiah, serta sumber lain yang relevan. Data dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan program IBM SPSS versi 26, untuk mengetahui pengaruh transaksi cashless dan kemudahan bertransaksi dengan QRIS terhadap keputusan pembelian Generasi Z di Kelurahan Paseban, Kecamatan Senen, Jakarta Pusat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. **Pengaruh Transaksi *Cashless* (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Genrasi Z diKelurahan Paseban, Kecamatan Senen, Jakarta Pusat.**
   Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, variabel Transaksi Cashless (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,213 dengan arah pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai T-hitung sebesar 2,293 lebih besar dari T-tabel sebesar 1,985, dengan nilai signifikansi sebesar 0,024 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H01 ditolak dan Ha1 diterima, yang berarti Transaksi Cashless berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z di Kelurahan

Paseban, Kecamatan Senen, Jakarta Pusat.tinggi pula kinerja UMKM di Jakarta Pusat. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel Transaksi Cashless memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,29 yang berada pada kategori sangat baik. Indikator dengan nilai mean tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 1 sebesar 4,55, di mana responden setuju bahwa transaksi cashless membuat pembayaran menjadi lebih cepat. Sementara itu, nilai mean terendah terdapat pada pernyataan nomor 4 dan 6 terkait risiko kesalahan transaksi dan keamanan data pribadi, yang menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki kekhawatiran yang lebih rendah pada kedua aspek tersebut. Hasil ini sejalan dengan temuan Cahyani dan Abrianto (2025) serta Ningsih et al. (2021), yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat penggunaan sistem pembayaran digital secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian maupun keputusan penggunaan uang elektronik berbasis QRIS

2. **Pengaruh Kemudahan Bertransaksi dengan QRIS (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Generasi Z di Kelurahan Paseban, Kecamatan Senen, Jakarta Pusat.**

   Hasil pengujian hipotesis pada variabel Kemudahan Bertransaksi dengan QRIS (X2) menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,533 dengan arah pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian (Y). Nilai T-hitung sebesar 5,475 lebih besar dari T-tabel sebesar 1,985, dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H02 ditolak dan Ha2 diterima, yang berarti Kemudahan Bertransaksi dengan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z di Kelurahan Paseban, Kecamatan Senen, Jakarta Pusat.

   Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel Kemudahan Bertransaksi dengan QRIS memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,50 yang berada pada kategori sangat baik. Indikator dengan nilai mean tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 7 sebesar 4,54, di mana responden setuju bahwa QRIS dapat mempercepat proses transaksi pembayaran, sedangkan indikator dengan nilai mean terendah terdapat pada pernyataan nomor 2 sebesar 4,44 terkait kerumitan proses pembayaran. Hasil ini menunjukkan bahwa kecepatan dan kemudahan proses transaksi menjadi faktor utama yang mendukung kenyamanan pengguna, sejalan dengan temuan Cahyani dan Abrianto (2025) serta Alzura dan Dewi (2025) yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan QRIS secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. **Pengaruh Transaksi *Cashless* (X1) dan Kemudahan Bertransaksi dengan QRIS (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Generasi Z di Kelurahan Paseban, Kecamatan Senen, Jakarta Pusat.**

   Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi Y = 12,998 + 0,213X1 + 0,533X2, yang menunjukkan bahwa peningkatan pada masing-masing variabel Transaksi Cashless dan Kemudahan Bertransaksi dengan QRIS akan diikuti oleh peningkatan Keputusan Pembelian. Hasil uji F menunjukkan nilai F-hitung sebesar 19,552 lebih besar dari F-tabel sebesar 3,09, dengan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H03 ditolak dan Ha3 diterima, yang berarti Transaksi Cashless dan Kemudahan Bertransaksi dengan QRIS secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z di Kelurahan Paseban, Kecamatan Senen, Jakarta Pusat.

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,289 menunjukkan bahwa variabel Transaksi Cashless dan Kemudahan Bertransaksi dengan QRIS secara simultan mampu menjelaskan 28,9% variasi Keputusan Pembelian, sedangkan sisanya sebesar 71,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Hasil analisis sumbangan efektif menunjukkan bahwa Kemudahan Bertransaksi dengan QRIS memberikan kontribusi yang lebih besar (23,80%) dibandingkan Transaksi Cashless (5,17%), yang mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan QRIS menjadi faktor yang lebih dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian Generasi Z.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel Keputusan Pembelian memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,28 dengan kategori sangat baik. Indikator dengan mean tertinggi sebesar 4,35 terdapat pada pernyataan nomor 6 mengenai pertimbangan kemudahan penggunaan QRIS dibandingkan metode pembayaran lain, sedangkan indikator dengan mean terendah sebesar 4,20 terdapat pada pernyataan nomor 5 mengenai kecenderungan responden untuk tidak membandingkan beberapa metode pembayaran sebelum memilih QRIS. Hasil ini sejalan dengan penelitian Cahyani dan Abrianto (2025) yang menunjukkan bahwa transaksi cashless dan kemudahan penggunaan QRIS secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Generasi Z di Kota Bekasi, serta penelitian Wulandari et al. (2025) yang menemukan bahwa kemudahan pembayaran QRIS bersama faktor pendukung lainnya secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Transaksi Cashless (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Generasi Z di Kelurahan Paseban, Kecamatan Senen, Jakarta Pusat, dibuktikan dengan nilai T-hitung sebesar 2,293 lebih besar dari T-tabel sebesar 1,985 dan signifikansi sebesar 0,024 < 0,05, dengan sumbangan efektif sebesar 5,17%.
2. Kemudahan Bertransaksi dengan QRIS (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), dibuktikan dengan nilai T-hitung sebesar 5,475 lebih besar dari T-tabel sebesar 1,985 dan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, dengan sumbangan efektif sebesar 23,80%.
3. Transaksi Cashless (X1) dan Kemudahan Bertransaksi dengan QRIS (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), dibuktikan dengan nilai F-hitung sebesar 19,552 lebih besar dari F-tabel sebesar 3,09 dan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 28,9% variasi Keputusan Pembelian (R^2 = 0,289), sedangkan 71,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, berikut beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan UMKM, antara lain:

1. Bagi pelaku usaha dan penyedia layanan pembayaran digital, terkait variabel Transaksi *Cashless*, disarankan untuk mengingatkan konsumen agar memeriksa kembali nominal dan memastikan transaksi berhasil sebelum meninggalkan tempat pembayaran, serta tidak memberikan PIN atau kode verifikasi kepada orang lain, guna mengurangi risiko kesalahan transaksi dan menjaga keamanan data pribadi pengguna.

2. Bagi pelaku usaha dan penyedia layanan pembayaran digital, terkait variabel Kemudahan Bertransaksi dengan QRIS, disarankan untuk memberikan petunjuk singkat mengenai cara melakukan pembayaran QRIS, sehingga konsumen dapat memahami tahapan pembayaran dengan mudah dan mengurangi kebingungan saat bertransaksi.
3. Bagi pelaku usaha, terkait variabel Keputusan Pembelian, disarankan untuk mencantumkan informasi bahwa pembayaran melalui QRIS tersedia di tempat usaha, misalnya dengan menempatkan logo atau tulisan "Pembayaran melalui QRIS tersedia" di dekat kasir, agar konsumen lebih mudah mengetahui pilihan pembayaran yang tersedia sebelum melakukan transaksi.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi Keputusan Pembelian, seperti kepercayaan, persepsi risiko, keamanan sistem, atau gaya hidup digital, guna memperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang memengaruhi Keputusan Pembelian Generasi Z di wilayah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Alzura, N., & Dewi, L. A. P. (2025). Pengaruh metode pembayaran QRIS terhadap keputusan pembelian pada Paragraph Coffee and Eatery. Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS), 6(2).

Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). (2025). Data pertumbuhan pengguna QRIS di Indonesia. ASPI. Bank Indonesia. (2020). Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Bank Indonesia.

Badan Pusat Statistik. (2025). Survei Penduduk Antar Sensus (SUPAS) 2025. Badan Pusat Statistik.

Cahyani, N. D., & Abrianto, H. (2025). Pengaruh transaksi cashless dan kemudahan menggunakan QRIS terhadap keputusan pembelian Generasi Z di Kota Bekasi. Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS).

Kamaluddin, & Rapanna, P. (2017). Administrasi Bisnis. Sah Media.

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

Kusumaningtyas, I., & Paramitha, C. D. (2020). Analisis penerapan QRIS sebagai standar pembayaran digital. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.

Muniarty, P. (2023). Efektivitas penggunaan QRIS sebagai alat transaksi digital. Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi, 7(3), 2731–2739.

Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa. IKRAITH-EKONOMIKA, 4(1), 1–9

Santi, D. K., & Erdani, D. (2021). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dalam penggunaan teknologi informasi. Jurnal Sistem Informasi.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.