



## Pengaruh Penggunaan QRIS dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Menabung Gen Z di Kota Bandung

Hanifa Azahra<sup>1\*</sup>, Deri Apriadi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Kebangsaan Republik Indonesia, Indonesia

Alamat: Jl. Terusan Halimun No. 37, Lkr. Sel., Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40263

\*Korespondensi penulis: [hanifaazr12@gmail.com](mailto:hanifaazr12@gmail.com)<sup>1</sup>, [deriukri08@gmail.com](mailto:deriukri08@gmail.com)<sup>2</sup>

**Abstract.** The advancement of digital technology has transformed financial transaction patterns, particularly through the adoption of the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). This study aims to examine the effect of QRIS usage and consumptive lifestyle on the saving interest of Generation Z in Bandung City. This research employed a quantitative approach with a survey method. Data were collected from 75 Generation Z respondents who use QRIS, obtained through online questionnaires. Multiple linear regression analysis was applied, preceded by classical assumption tests including validity, reliability, normality, as well as simultaneous (F) and partial (t) tests. The results reveal that QRIS usage has a positive and significant effect on saving interest, while consumptive lifestyle has no significant effect. Simultaneously, QRIS usage and consumptive lifestyle significantly influence saving interest among Generation Z. These findings highlight that QRIS, as a digital payment instrument, not only facilitates transactions but also holds potential to encourage healthier financial behavior among the younger generation.

**Keywords:** QRIS, consumptive lifestyle, saving interest, Generation Z

**Abstrak.** Kemajuan teknologi digital telah mengubah pola transaksi keuangan masyarakat, salah satunya melalui pemanfaatan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan QRIS dan gaya hidup konsumtif terhadap minat menabung Generasi Z di Kota Bandung. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh dari 75 responden Generasi Z yang menggunakan QRIS melalui penyebaran kuesioner secara daring. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan serangkaian uji asumsi klasik meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, serta uji simultan (F) dan parsial (t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, sementara gaya hidup konsumtif tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, penggunaan QRIS dan gaya hidup konsumtif terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat menabung Generasi Z. Temuan ini mengindikasikan bahwa QRIS sebagai instrumen pembayaran digital tidak hanya memudahkan transaksi, tetapi juga berpotensi mendorong perilaku finansial yang lebih sehat pada generasi muda.

**Kata kunci:** QRIS, gaya hidup konsumtif, minat menabung, Generasi Z

### 1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak besar pada sistem keuangan global, termasuk Indonesia. Transformasi digital di bidang pembayaran menciptakan peluang baru untuk meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas akses keuangan, serta mendukung pertumbuhan ekonomi digital. Bank Indonesia merespons fenomena tersebut dengan meluncurkan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai standar nasional pembayaran berbasis QR Code. Kehadiran QRIS memungkinkan berbagai aplikasi pembayaran untuk

Received: Agt, 2025; Revised: Sept 11, 2025; Accepted: Sept 18, 2025;

Online Available: Sept 26, 2025; Published: Sept 26, 2025;

saling terintegrasi, sehingga masyarakat dapat bertransaksi lebih mudah tanpa bergantung pada satu platform tertentu (Listiyono et al., 2024).

Penerimaan QRIS di masyarakat Indonesia meningkat signifikan sejak diperkenalkan pada 2019. Berdasarkan data Bank Indonesia, volume transaksi QRIS melonjak drastis hingga menembus puluhan triliun rupiah pada 2024, menunjukkan bahwa digitalisasi pembayaran telah diterima luas oleh masyarakat (Bank Indonesia, 2024). Perkembangan ini sejalan dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari, termasuk di kalangan generasi muda yang lebih adaptif terhadap inovasi teknologi finansial (Makaba, 2023).

Di sisi lain, fenomena Generasi Z sebagai digital native menjadikan isu ini semakin relevan. Generasi Z, yaitu individu yang lahir pada 1997–2012, dikenal sangat dekat dengan teknologi, media sosial, serta transaksi berbasis digital (Arum et al., 2023). Kebiasaan mereka menggunakan dompet digital, e-commerce, dan QRIS sebagai metode pembayaran utama menjadikan kelompok ini menarik untuk diteliti, khususnya dalam konteks perilaku finansial. Namun, generasi ini juga kerap diidentikkan dengan gaya hidup konsumtif, yang berpotensi menekan kemampuan menabung (Pamungkas & Na'imah, 2022).

Kondisi tersebut menimbulkan dilema akademik dan praktis. Di satu sisi, QRIS memberikan kemudahan pencatatan transaksi yang dapat mendorong kontrol keuangan dan meningkatkan kesadaran menabung (Hardiyanti et al., 2024). Namun, di sisi lain, gaya hidup konsumtif yang melekat pada Generasi Z dapat menghambat perilaku menabung meskipun akses keuangan digital semakin mudah (Savitri et al., 2023). Hubungan antara kedua faktor ini; QRIS dan gaya hidup konsumtif; dalam memengaruhi minat menabung generasi muda masih belum sepenuhnya terjelaskan.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengulas salah satu faktor secara parsial. Misalnya, Mujib dan Amin (2023) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan promosi QRIS berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan transaksi digital. Sementara itu, Hsb (2021) menemukan bahwa gaya hidup konsumtif memiliki pengaruh positif tetapi lemah terhadap minat menabung mahasiswa. Namun, penelitian-penelitian tersebut belum secara khusus menguji

pengaruh simultan QRIS dan gaya hidup konsumtif terhadap minat menabung Generasi Z. Hal inilah yang menjadi research gap utama penelitian ini.

Berdasarkan kesenjangan penelitian tersebut, studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan QRIS dan gaya hidup konsumtif terhadap minat menabung pada Generasi Z di Kota Bandung. Pemilihan Kota Bandung sebagai konteks penelitian didasarkan pada karakteristiknya sebagai kota besar dengan populasi mahasiswa dan anak muda yang tinggi, serta penetrasi penggunaan pembayaran digital yang pesat (Restiana & Fasa, 2024).

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dan praktis. Secara teoritis, hasil penelitian dapat memperkaya literatur mengenai perilaku keuangan generasi muda dengan menggabungkan perspektif adopsi teknologi (QRIS) dan gaya hidup konsumtif. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi masukan bagi regulator, perbankan, serta lembaga pendidikan untuk merancang strategi peningkatan literasi keuangan dan kesadaran menabung di kalangan Generasi Z. Dengan demikian, penelitian ini relevan tidak hanya bagi dunia akademik, tetapi juga bagi kebijakan publik dan industri keuangan digital di Indonesia.

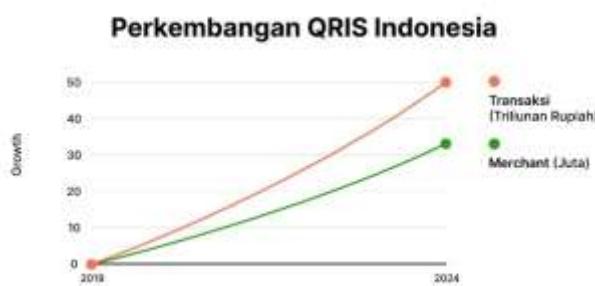
## 2. KAJIAN TEORITIS

Transformasi digital dalam sistem keuangan telah mendorong perubahan mendasar pada perilaku konsumen, terutama dalam penggunaan teknologi pembayaran. Seiring dengan perkembangan *financial technology*, masyarakat semakin terbiasa menggunakan instrumen pembayaran digital, salah satunya adalah *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) yang diluncurkan Bank Indonesia pada tahun 2019. QRIS dirancang sebagai standar nasional agar seluruh aplikasi pembayaran dapat saling terhubung dan memberikan efisiensi transaksi yang lebih luas (Listiyono et al., 2024).

Generasi Z menjadi kelompok populasi yang paling terpengaruh oleh fenomena ini. Generasi yang lahir antara 1997–2012 dikenal sebagai digital native yang sangat akrab dengan internet, media sosial, dan perangkat pintar (Arum et al., 2023). Kebiasaan mereka dalam menggunakan dompet digital, aplikasi belanja online, dan QRIS dalam aktivitas sehari-hari menunjukkan tingkat adaptasi yang tinggi terhadap inovasi keuangan digital. Namun, kedekatan mereka dengan

teknologi juga seringkali dikaitkan dengan pola konsumsi yang cenderung impulsif dan konsumtif (Makaba, 2023).

Sebagai instrumen pembayaran, QRIS membawa sejumlah manfaat praktis seperti kecepatan, efisiensi, keamanan, dan kemudahan pencatatan transaksi. Penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi pembayaran berkontribusi pada peningkatan inklusi keuangan dan literasi finansial (Hardiyanti et al., 2024). QRIS juga memudahkan individu dalam mengelola arus kas karena transaksi tercatat secara otomatis dalam aplikasi, yang secara tidak langsung dapat mendorong perilaku menabung. Meski demikian, terdapat pula tantangan seperti rendahnya literasi keuangan masyarakat dan ketidakmerataan pemahaman digital (Palupi et al.,



2022).

**Gambar 1.** Grafik Perkembangan Transaksi QRIS di Indonesia dari 2019 hingga 2024

Fenomena lain yang relevan adalah gaya hidup konsumtif, yang dipahami sebagai pola perilaku konsumsi berlebihan dipengaruhi oleh faktor psikologis maupun sosial (Pamungkas & Na'imah, 2022). Generasi Z sering kali diasosiasikan dengan tingginya minat terhadap tren, hiburan, dan kemudahan akses belanja online. Gaya hidup ini dapat berdampak pada pengelolaan keuangan pribadi, termasuk menurunnya prioritas untuk menabung (Savitri et al., 2023). Dengan demikian, gaya hidup konsumtif dapat menjadi variabel penting dalam memahami perilaku finansial generasi muda.

Sementara itu, minat menabung didefinisikan sebagai kecenderungan psikologis individu untuk menyisihkan sebagian pendapatannya sebelum digunakan untuk konsumsi (Hikmah, 2020). Menurut Restiana dan Fasa (2024), minat menabung pada Generasi Z memiliki dimensi yang unik, karena meskipun kelompok ini memiliki akses luas terhadap layanan keuangan digital, tingkat

kedisiplinan finansialnya masih relatif rendah. Faktor teknologi, literasi keuangan, dan pola konsumsi sangat menentukan apakah mereka memiliki kecenderungan untuk menabung atau tidak.

Untuk memahami hubungan antarvariabel, penelitian ini merujuk pada teori perilaku seperti *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Technology Acceptance Model* (TAM). TPB menjelaskan bahwa niat berperilaku (misalnya menabung) dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 1991). Sementara TAM menekankan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan manfaat (Davis, 1989). Kedua teori ini relevan untuk menjelaskan bagaimana penggunaan QRIS dapat mendorong minat menabung, sementara gaya hidup konsumtif berpotensi melemahkan kecenderungan tersebut.

Berdasarkan landasan teori tersebut, penelitian ini membangun kerangka konseptual yang menempatkan QRIS dan gaya hidup konsumtif sebagai variabel independen, dengan minat menabung sebagai variabel dependen. QRIS diperkirakan meningkatkan minat menabung karena mempermudah pengelolaan transaksi, sedangkan gaya hidup konsumtif diprediksi menurunkan minat menabung karena mendorong perilaku konsumsi berlebihan. Hubungan simultan kedua faktor tersebut memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku keuangan Generasi Z di Indonesia.

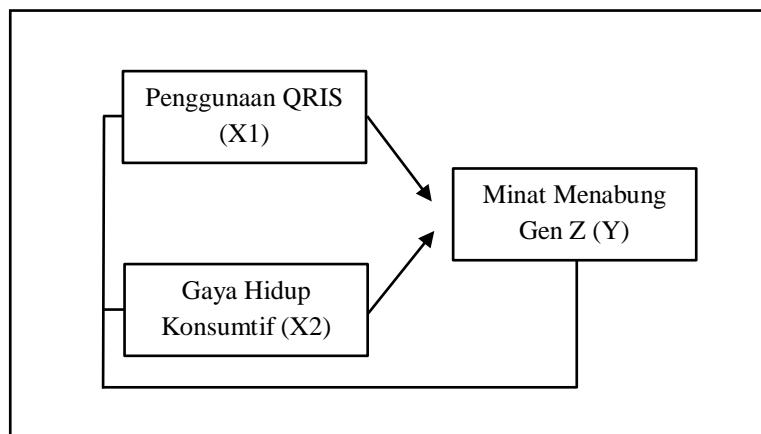
Penelitian terdahulu telah banyak mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi adopsi QRIS. Mujib dan Amin (2023) menemukan bahwa kemudahan penggunaan dan promosi meningkatkan minat nasabah menggunakan QRIS di Surabaya. Laloan et al. (2023) juga menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Temuan ini mendukung argumen bahwa adopsi teknologi pembayaran digital berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan masyarakat.

Sementara itu, penelitian mengenai gaya hidup konsumtif juga telah dilakukan, meskipun hasilnya bervariasi. Hsb (2021) menemukan bahwa gaya hidup konsumtif memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menabung mahasiswa, yang berarti pengaruh faktor ini relatif lemah. Studi lain oleh Savitri et al. (2023) menekankan bahwa gaya hidup konsumtif lebih banyak memengaruhi perilaku pembelian, bukan perilaku menabung. Hal ini menegaskan

perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami apakah gaya hidup konsumtif benar-benar berdampak signifikan pada kebiasaan finansial generasi muda.

Dengan menggabungkan temuan-temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) dalam memahami pengaruh simultan penggunaan QRIS dan gaya hidup konsumtif terhadap minat menabung. Studi sebelumnya cenderung menguji keduanya secara terpisah, sehingga belum ada model komprehensif yang menjelaskan hubungan keduanya dalam konteks Generasi Z. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menghadirkan analisis empiris di Kota Bandung sebagai salah satu pusat perkembangan ekonomi digital dan populasi generasi muda di Indonesia.

### **Kerangka Berpikir**



### **Hipotesis**

**H<sub>0</sub>:** Penggunaan QRIS tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Gen Z di Kota Bandung.

**H<sub>1</sub>:** Penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Gen Z di Kota Bandung.

**H<sub>0</sub>:** Gaya Hidup Konsumtif tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Gen Z di Kota Bandung.

**H<sub>2</sub>:** Gaya Hidup Konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Gen Z di Kota Bandung.

**H<sub>0</sub>:** Penggunaan QRIS dan Gaya Hidup Konsumtif secara simultan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Gen Z di Kota Bandung.

**H<sub>3</sub> :** Penggunaan QRIS dan Gaya Hidup Konsumtif secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Gen Z di Kota Bandung.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, karena penelitian kuantitatif dinilai paling tepat untuk menguji hubungan antarvariabel secara empiris dan terukur (Creswell & Creswell, 2018). Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert 1–5, yang disusun berdasarkan indikator variabel penggunaan QRIS, gaya hidup konsumtif, dan minat menabung. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui distribusi kuesioner daring menggunakan Google Form. Responden ditetapkan dengan purposive sampling, yaitu Generasi Z (usia 18–27 tahun) yang berdomisili di Kota Bandung dan memiliki pengalaman menggunakan QRIS. Dari total 87 kuesioner yang terkumpul, hanya 75 data yang memenuhi kriteria dan digunakan dalam analisis. Jumlah sampel ini dianggap memadai untuk analisis regresi berganda, mengingat menurut Hair et al. (2019) ukuran sampel minimal untuk analisis regresi adalah 50 + jumlah variabel independen.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 27. Sebelum dilakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan serangkaian uji asumsi klasik untuk memastikan validitas model, meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas (Gujarati & Porter, 2009). Hasil analisis regresi kemudian diinterpretasikan melalui uji F (simultan) dan uji t (parsial) untuk mengetahui signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan demikian, metode penelitian ini dirancang untuk memberikan hasil yang objektif, terukur, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dari variabel penggunaan QRIS (X1), gaya hidup konsumtif (X2), dan minat menabung (Y) memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel (0,227). Hal ini menandakan bahwa seluruh indikator yang digunakan valid dalam mengukur variabel penelitian. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60, yaitu 0,700 untuk QRIS, 0,830 untuk gaya hidup konsumtif, dan 0,693 untuk minat menabung. Dengan demikian, instrumen penelitian ini dapat dinyatakan reliabel dan konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti.

#### Uji Normalitas

Pengujian normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan nilai Asymp. Sig sebesar 0,200 ( $>0,05$ ), sehingga data dinyatakan berdistribusi normal. Selain itu, uji multikolinearitas dan heteroskedastisitas menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah multikolinearitas maupun heteroskedastisitas. Artinya, data layak untuk dianalisis menggunakan regresi linier berganda.

#### Hasil Regresi Linear Berganda

**Tabel 1.** Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
1 (Constant)	9.697	2.062		4.703	.000
Pengguna QRIS (X1)	.547	.096		.565	5.671 .000
Gaya Hidup Konsumtif (X2)	.029	.056		.051	.511 .611

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

Berdasarkan hasil pengujian, berikut persamaan regresinya:  $Y = 9.697 + 0.547X_1 + 0.029X_2$ . Dari persamaan di atas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 9.697, hal ini menunjukkan bahwa apabila X1 dan X2 bernilai sebesar 0 maka nilai Y tetap sebesar 9.697.
2. Berdasarkan variabel Penggunaan QRIS hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel Penggunaan QRIS memiliki koefisien regresi positif dengan nilai  $b = 0.547$ . Artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel X1 sebesar 1 point maka akan terjadi pula peningkatan terhadap variabel Y sebesar 0.547.
3. Berdasarkan variabel X2 hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel X2 memiliki koefisien regresi positif dengan nilai  $b = 0.029$ . Artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel X2 sebesar 1 point maka akan terjadi pula peningkatan terhadap variabel Y sebesar 0.029.

### **Uji F**

**Tabel 2.** Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	124.135	2	62.068	18.341	.000 <sup>b</sup>
Residual	243.651	72	3.384		
Total	367.787	74			

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Konsumtif (X2), Pengguna QRIS (X1)

Sumber: Data Olahan SPSS 27, 2025

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas, didapatkan nilai F hitung ( $18.341 > 3.974$ ) dan sig ( $0.000 < 0.05$ ). maka disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap Y sehingga H3 diterima dan H0 ditolak.

### **Uji t**

**Tabel 3.** Uji t (Parsial)

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.		
	Unstandardized		Standardized				
	Coefficients	Coefficients					
1 (Constant)	9.697	2.062		4.703	.000		
Pengguna QRIS (X1)	.547	.096		.565	5.671 .000		

Gaya Hidup Konsumtif (X2)	.029	.056	.051 .511 .611
------------------------------	------	------	----------------

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

Berdasarkan hasil uji t (parsial) di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel Penggunaan QRIS (X1), mempengaruhi Minat Menabung (Y), dengan diperoleh nilai t hitung ( $5.671 > 1.993$ ) dan nilai signifikansi sebesar ( $0.000 < 0,05$ ).
2. Variabel Gaya Hidup Konsumtif (X2), diperoleh nilai t hitung ( $0.511 < 1.993$ ) dan nilai signifikansi ( $0.611 > 0.05$ ), artinya Gaya Hidup Konsumtif (X2) tidak berpengaruh terhadap Minat Menabung Gen Z (Y).

## Pembahasan

### Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Minat Menabung

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung Generasi Z di Kota Bandung. Temuan ini konsisten dengan penelitian Mujib dan Amin (2023) yang menemukan bahwa kemudahan penggunaan QRIS meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan layanan transaksi digital. Hal ini dapat dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat suatu teknologi berkontribusi terhadap penerimaan dan perilaku pengguna (Davis, 1989). Dengan pencatatan transaksi otomatis yang disediakan aplikasi pembayaran berbasis QRIS, Gen Z lebih mudah memantau arus kas sehingga mendorong kesadaran untuk menyisihkan sebagian pendapatan.

### Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif terhadap Minat Menabung

Sebaliknya, gaya hidup konsumtif tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hsb (2021), yang menemukan bahwa meskipun gaya hidup konsumtif memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung mahasiswa, namun signifikansinya rendah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa Generasi Z di Bandung mungkin sudah mulai memiliki kesadaran literasi keuangan, sehingga gaya hidup konsumtif tidak sepenuhnya menghambat kebiasaan menabung. Faktor lain seperti pendidikan keuangan, lingkungan keluarga, serta akses terhadap instrumen tabungan yang mudah juga

dapat menjadi variabel yang lebih dominan dalam memengaruhi perilaku menabung (Restiana & Fasa, 2024).

### **Pengaruh Simultan QRIS dan Gaya Hidup Konsumtif**

Meskipun secara parsial gaya hidup konsumtif tidak signifikan, namun uji simultan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari QRIS dan gaya hidup konsumtif terhadap minat menabung. Hal ini menandakan bahwa meskipun gaya hidup konsumtif tidak berpengaruh langsung, namun interaksinya dengan penggunaan QRIS tetap berkontribusi terhadap perilaku finansial generasi muda. Dalam konteks ini, QRIS berperan sebagai faktor dominan yang mampu menyeimbangkan dampak negatif gaya hidup konsumtif dengan memberikan kemudahan pengelolaan keuangan.

### **Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini memperkuat hasil Laloan et al. (2023) yang menemukan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS pada mahasiswa. Namun, temuan penelitian ini berbeda dengan Savitri et al. (2023) yang menegaskan bahwa gaya hidup konsumtif sangat memengaruhi perilaku pembelian. Perbedaan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi tidak selalu berbanding lurus dengan perilaku menabung, terutama jika terdapat faktor mediasi seperti literasi keuangan dan adopsi teknologi pembayaran.

### **Implikasi Teoretis dan Praktis**

Dari perspektif teoretis, penelitian ini menegaskan relevansi *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dalam menjelaskan perilaku keuangan digital generasi muda. Persepsi manfaat QRIS menjadi faktor pendorong dalam meningkatkan minat menabung, sementara gaya hidup konsumtif tidak menjadi penghambat signifikan. Secara praktis, temuan ini memberikan implikasi bagi regulator seperti Bank Indonesia dan OJK untuk terus mendorong digitalisasi sistem pembayaran melalui QRIS sebagai sarana edukasi keuangan. Selain itu, lembaga pendidikan dan perbankan dapat merancang program literasi keuangan yang menekankan manfaat teknologi pembayaran digital dalam mendukung perilaku finansial yang sehat di kalangan Generasi Z.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan QRIS dan gaya hidup konsumtif terhadap minat menabung Generasi Z di Kota Bandung. Berdasarkan hasil analisis regresi, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama. Pertama, penggunaan QRIS terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan, efisiensi, dan pencatatan transaksi otomatis yang disediakan QRIS mendorong Generasi Z untuk lebih bijak dalam mengelola keuangan dan meningkatkan kesadaran menabung. Kedua, gaya hidup konsumtif tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun Generasi Z dikenal konsumtif, kesadaran literasi keuangan serta akses terhadap instrumen keuangan digital membuat perilaku konsumtif tidak serta-merta menurunkan minat menabung. Ketiga, secara simultan penggunaan QRIS dan gaya hidup konsumtif berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, dengan penggunaan QRIS sebagai faktor dominan.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat *relevansi Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dalam menjelaskan perilaku keuangan digital generasi muda. QRIS berfungsi sebagai faktor eksternal yang meningkatkan persepsi kemudahan dan manfaat, sehingga mendorong niat berperilaku menabung. Sementara itu, gaya hidup konsumtif tidak terbukti sebagai hambatan signifikan, yang menunjukkan perlunya mempertimbangkan faktor mediasi lain seperti literasi keuangan dan kontrol diri. Temuan ini memperkaya literatur mengenai perilaku finansial digital di Indonesia, khususnya pada Generasi Z.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa rekomendasi dapat diajukan. Pertama, bagi regulator (Bank Indonesia dan OJK), hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya mendorong adopsi QRIS secara lebih luas, bukan hanya sebagai instrumen pembayaran, tetapi juga sebagai sarana edukasi keuangan yang dapat meningkatkan perilaku menabung generasi muda. Strategi sosialisasi QRIS sebaiknya dikaitkan dengan program literasi keuangan, sehingga pengguna tidak

hanya memanfaatkan kemudahan transaksi, tetapi juga menyadari pentingnya perencanaan finansial.

Kedua, bagi lembaga perbankan dan industri keuangan digital, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk merancang produk tabungan yang terintegrasi dengan aplikasi pembayaran digital. Misalnya, fitur otomatisasi tabungan atau round-up savings dari setiap transaksi QRIS, sehingga perilaku konsumtif dapat diarahkan menjadi perilaku menabung.

Ketiga, bagi lembaga pendidikan, perlu dirancang kurikulum literasi keuangan berbasis digital yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z. Literasi keuangan tidak hanya diajarkan dalam konteks tradisional, tetapi juga dalam konteks teknologi finansial seperti e-wallet, QRIS, dan aplikasi perbankan digital.

Keempat, bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini masih memiliki keterbatasan dalam ukuran sampel (75 responden) dan konteks geografis (Kota Bandung). Oleh karena itu, penelitian berikutnya disarankan untuk memperluas cakupan sampel dengan jumlah yang lebih besar serta melibatkan wilayah lain agar hasil lebih representatif dan dapat digeneralisasi. Selain itu, penelitian di masa depan dapat menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan, kontrol diri, atau faktor sosial-ekonomi sebagai determinan perilaku menabung generasi muda.

## DAFTAR REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan kesiapannya dalam menghadapi bonus demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1).
- Bank Indonesia. (2024). Statistik sistem pembayaran. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic econometrics* (5th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hardiyanti, M., Santosa, S., & Sunan Kalijaga Yogyakarta, U. (2024). Dampak penggunaan QRIS pembangunan ekonomi digital pada pelaku UMKM. *EKOMA: Jurnal Ekonomi*, 4(1).
- Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah pembelajaran menggunakan teknologi dapat meningkatkan literasi manusia pada Generasi Z di Indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 10(1), 12–28. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1>
- Hikmah, Y. (2020). Literasi keuangan pada siswa sekolah dasar di Kota Depok, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 26(2), 103–110. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v26i2.16780>
- Hsb, N. K. (2021). Pengaruh gaya hidup konsumtif terhadap minat menabung mahasiswa ekonomi syariah UIN Suska Riau ditinjau menurut ekonomi syariah [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau].
- Krisdayanti, M. (2020). Pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan, uang saku, teman sebaya, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap minat menabung mahasiswa. *PRISMA: Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa*, 3, 383–392. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/view/105>
- Laloan, W. T. J., Wenas, R. S., & Loindong, S. S. R. (2023). Pengaruh kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan risiko terhadap minat pengguna e-payment QRIS pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA*, 11(2), 375–386.
- Lestari, D. T., Siburian, C. D. Y., & Ndraha, E. (2023). Sosialisasi pengenalan dan implementasi sistem pembayaran digital menggunakan QRIS pada UMKM. *Eksis*:

*Pengaruh Penggunaan QRIS dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Menabung Gen Z di Kota Bandung*

- Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 14(2), 126–134.  
<https://doi.org/10.33087/eksis.v14i2.403>
- Listiyono, H., Sunardi, S., Wahyudi, E. N., & Diartono, D. A. (2024). Dinamika implementasi QRIS: Meninjau peluang dan tantangan bagi UMKM Indonesia. IKRA-ITH Informatika: Jurnal Komputer dan Informatika, 8(2), 120–126.  
<https://doi.org/10.37817/ikraith-informatika.v8i2>
- Makaba, K. A. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi behavior intention masyarakat Gen Y dalam menggunakan QRIS pada berbagai toko ritel di Kota Batam. MAMEN: Jurnal Manajemen, 2(1), 60–70.  
<https://doi.org/10.55123/mamen.v2i1.1386>
- Mujib, A., & Amin, R. (2023). Pengaruh kemudahan penggunaan dan promosi terhadap minat nasabah menggunakan layanan transaksi QRIS pada BSI di Surabaya. Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 8(1), 841–855.
- Palupi, A. A., Hartati, T., & Sofa, N. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan kemudahan penggunaan sistem QRIS terhadap keputusan bertransaksi menggunakan QRIS pada UMKM. Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis dan MICE, 10(1), 67–75.
- Pamungkas, I. K., & Na’imah, T. (2022). Dimensi-dimensi gaya hidup konsumtif pada remaja. PSIMPHONI, 3(1), 1–7.
- Ramadaey Bangsa, J., & Khumaeroh, L. L. (2023). The effect of perceived benefits and ease of use on the decision to use Shopeepay QRIS on digital business students of Ngudi Waluyo University. Jurnal Manajemen dan Akuntansi, 3(1).  
<http://jibaku.unw.ac.id>
- Restiana, D., & Fasa, M. I. (2024). Strategi pemasaran perbankan syariah untuk mendorong minat menabung Generasi Z di perbankan syariah menuju era digital. Jurnal Media Akademik (JMA), 2(10), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Savitri, N. V., Widayati, I., & Sugiyanto, H. (2023). Pengaruh gaya hidup konsumtif dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di Shopee. Soetomo Administrasi Bisnis, 1(2), 231–246.