

PENGARUH *HEDONIC LIFESTYLE*, KEMUDAHAN, *PRICE VALUE* TERHADAP PENGGUNAAN QRIS (*QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD*) PADA *MOBILE BANKING* (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember)

SKRIPSI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh:
Redita Maysa Ayu
NIM: 221105010030

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MARET 2026**

PENGARUH *HEDONIC LIFESTYLE*, KEMUDAHAN, *PRICE VALUE* TERHADAP PENGGUNAAN QRIS (*QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD*) PADA *MOBILE BANKING* (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember)

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Akuntansi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh:
Redita Maysa Ayu
NIM: 221105010030

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MARET 2026**

PENGARUH *HEDONIC LIFESTYLE*, KEMUDAHAN, *PRICE VALUE* TERHADAP PENGGUNAAN QRIS (*QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD*) PADA *MOBILE BANKING* (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember)

SKRIPSI

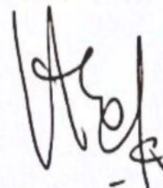
diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

Redita Maysa Ayu
NIM: 221105010030

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disetujui Pembimbing



Ravika Mutiara Savitrah, S.E., M.S.Ak.
NIP. 199204062020122008

PENGARUH *HEDONIC LIFESTYLE*, KEMUDAHAN, *PRICE VALUE* TERHADAP PENGGUNAAN QRIS (*QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD*) PADA *MOBILE BANKING* (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember)

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Kamis

Tanggal : 12 Maret 2026

Tim Penguji

Ketua

Dr. Nur Ika Muarifah, S.E., M.Ak.
NIP. 198803012018012001

Sekretaris

Muhammad Saiful Anam., M.Ag.
NIP. 1971111420031210002

Anggota :

1. Prof. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.

2. Ravika Mutiara Savitrah, S.E., M.S.Ak.

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. H. Ubaidillah. M. Ag.
NIP. 196812261996031001

MOTTO

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذِرْ تَبَذِيرًا ۝

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ ۖ كَفُورًا ۝

“Dan berikanlah kepada kerabat dekat haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara-saudara setan, dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (QS. Al-Isrā’: 26–27)*



* Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), h. 282.

PERSEMBAHAN

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik. serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana. Selawat serta salam senantiasa tercurah kepada uswah hasanah kita, Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umat manusia menuju peradaban Islam yang penuh dengan cahaya ilmu pengetahuan. Dengan kerendahan hati dan rasa syukur yang mendalam. karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Muttaqin dan Ibu Siti Qoisah, yang selalu menjadi sumber doa, cinta, dan kekuatan dalam setiap langkah hidupku. Tanpa kasih sayang, pengorbanan, dan doa kalian, perjalanan ini tidak akan pernah sampai pada titik ini. Kalian adalah cahaya yang selalu menuntunku meski jalan terasa gelap dan penuh rintangan.
2. Kakak perempuanku, sahabat dan panutan yang selalu ada untukku. Terima kasih atas nasihat, dukungan, dan motivasi yang tak pernah putus, yang membuatku lebih berani menghadapi tantangan dan terus melangkah maju. Seluruh keluarga, yang selalu mendukungku dengan kasih, doa, dan perhatian. Kalian adalah tempatku pulang, berbagi cerita, dan menemukan ketenangan di setiap momen.

3. Teman-teman Program Studi Perbankan Syariah, yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari perjalanan akademisku. Bersama kalian, aku belajar banyak, tidak hanya tentang ilmu dan teori, tetapi juga tentang persahabatan, kerja sama, kebersamaan, dan nilai-nilai kejujuran serta profesionalisme. Setiap tawa, diskusi, kebersamaan dalam suka maupun duka, menjadi kenangan yang akan selalu kuingat. Kalian membuat perjalanan studi ini lebih bermakna, berwarna, dan tak terlupakan.
4. Untuk sahabatku Afifah Ismi Aulia, yang selalu hadir di setiap langkah, mendengarkan keluh kesah, memberi semangat, dan membagikan tawa serta inspirasi. Persahabatan kita adalah hadiah berharga yang selalu menguatkan hati dan membawaku maju.
5. Almamater tercinta, UIN KHAS Jember, yang menjadi tempat belajar, bertumbuh, dan menemukan jati diri. Setiap ruang kelas, koridor, dan halaman kampus menyimpan kenangan, perjuangan, dan pelajaran yang tak ternilai harganya.
6. Semua pihak yang tidak bisa kusebutkan satu per satu, baik yang hadir langsung maupun yang mendukung dari jauh. Doa, bantuan, dan kebaikan kalian menjadi bagian penting dalam terselesaikannya skripsi ini.
7. Terakhir, terimakasih kepada wanita sederhana yang memiliki Impian besar, namun terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, yaitu penulis, diriku sendiri Redita Maysa Ayu. yang telah

menapaki perjalanan panjang ini dengan penuh kesabaran, keteguhan, dan keberanian. Terima kasih telah tetap bangkit meski lelah, tetap tersenyum meski raga letih, dan tetap percaya pada kemampuan diri meski banyak keraguan menyelimuti hati. Terima kasih telah menghadapi setiap tantangan, menyelesaikan setiap tugas, dan melewati setiap ujian dengan tekad yang tak tergoyahkan. Terima kasih telah mengizinkan dirimu belajar dari kesalahan, bangkit dari kegagalan, dan terus berusaha menjadi lebih baik setiap harinya. Terima kasih telah menjaga semangat di saat motivasi menipis, dan tetap menyalakan api harapan ketika rasa putus asa datang mengetuk. Terima kasih telah berani bermimpi, walau jalan menuju mimpi itu terkadang penuh rintangan dan ketidakpastian. Terima kasih telah bersikap tegar, tabah, dan pantang menyerah, meski kadang rindu untuk menyerah terasa begitu berat. Terima kasih telah memelihara keyakinan bahwa setiap tetes usaha, setiap langkah kecil, dan setiap doa yang tulus akan membuahkan hasil yang layak untuk dibanggakan.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita pada kehidupan yang penuh cakrawala pengetahuan seperti saat ini.

Puji syukur penulis kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan nikmat kesehatan jasmani sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh *Hedonic Lifestyle*, Kemudahan, *Price Value* Terhadap Penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) Pada *Mobile Banking* (Studi Pada Mahasiswa UIN KHAS Jember" dengan lancar sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana Strata 1 di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih dengan penuh hormat kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah. M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Ana Pratiwi, S.E., Ak., M.S.A selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Muzzayin, M.E. selaku dosen pembimbing akademik (DPA), yang telah memberikan bimbingan, nasehat, serta dukungan terkait akademik
6. Ravika Mutiara Savitrah, S.E., M.S.Ak, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan bimbingan serta bersedia meluangkan waktunya demi kelancaran penulisan skripsi ini
7. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu serta pengetahuan yang tak ternilai harganya dan telah membantu dalam kelancaran studi saya
8. Pihak informan yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti sehingga peneliti mendapatkan data yang diinginkan.

Akhir kata, penulis berharap semoga tulisan ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya dan sebagai wahana menambah pengetahuan dan pemikiran. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan Rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Jember, 20 Februari 2026

Redita Maysa Ayu

ABSTRAK

Redita Maysa Ayu, Ravika Mutiara Safitrah, 2026: *Pengaruh Hedonic Lifestyle, Kemudahan, Price Value Terhadap Penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) pada mobile banking (Studi Pada Mahasiswa UIN KHAS Jember)*

Kata kunci: *Hedonic Lifestyle, Kemudahan, Price Value, QRIS pada Mobile Banking*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya transformasi digital dalam sistem pembayaran di Indonesia, khususnya penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) pada *mobile banking* di kalangan mahasiswa. Fokus penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *hedonic lifestyle*, kemudahan (*perceived ease of use*), dan *price value* terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN KHAS Jember..

Fokus penelitian ini adalah Apakah *hedonic lifestyle* berpengaruh terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking* mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember, Apakah kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking* mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember, Apakah *price value* berpengaruh terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking* mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember, Apakah *hedonic lifestyle*, kemudahan, dan *price value* secara simultan berpengaruh terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking* mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *hedonic lifestyle* terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking*, menganalisis pengaruh kemudahan terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking*, menganalisis pengaruh *price value* terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking*. Serta menganalisis pengaruh *hedonic lifestyle*, kemudahan, dan *price value* secara simultan terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking*.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Populasi penelitian adalah mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember yang menggunakan QRIS pada *mobile banking*. Teknik pengambilan sampel menggunakan Simple Random Sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner berbasis skala Likert. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda untuk menguji hipotesis penelitian. Penelitian ini mengintegrasikan kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai landasan teoritis

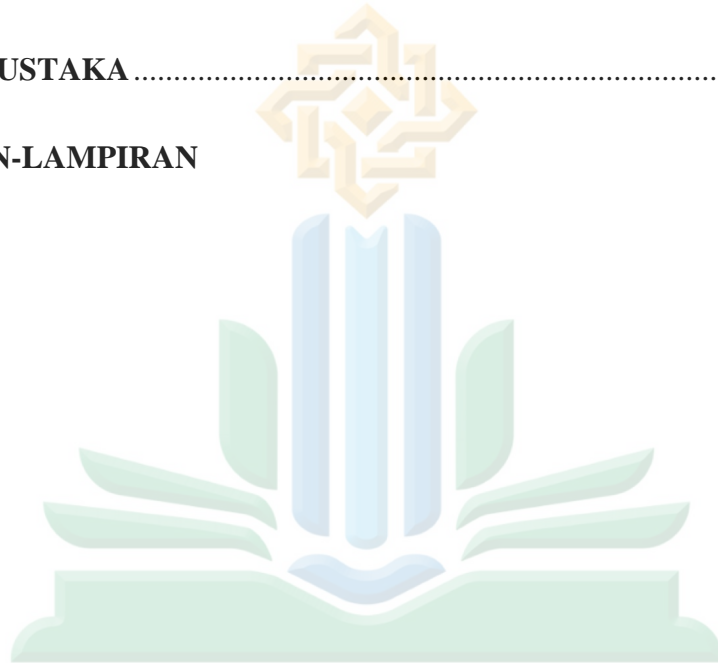
Hasil penelitian menunjukkan bahwa *hedonic lifestyle*, kemudahan, dan *price value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking*, baik secara parsial maupun simultan. Kemudahan penggunaan menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan mahasiswa menggunakan QRIS, diikuti oleh *price value* dan *hedonic lifestyle*. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kesenangan yang dirasakan, semakin mudah sistem digunakan, serta semakin besar nilai manfaat dibandingkan biaya yang dikeluarkan, maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan QRIS di kalangan mahasiswa.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
E. Ruang Lingkup Penelitian	13
F. Definisi Operasional.....	17
G. Asumsi Penelitian	21

H. Sistematika Pembahasan	22
BAB II	24
KAJIAN PUSTAKA	24
A. Penelitian Terdahulu	24
B. Kajian Teori	44
C. Hipotesis	57
BAB III	62
METODE PENELITIAN	62
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	62
B. Populasi Dan Sample	63
C. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data	65
D. Analisis Data	68
BAB IV	78
PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	78
A. Gambaran Umum Responden Penelitian	78
B. Deskripsi Variabel Penelitian	79
C. Analisis Hasil Penelitian	88
D. Pembahasan	103

BAB V	115
PENUTUP	115
A. Kesimpulan	115
B. Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Indikator Variabel	15
Tabel 2. 1 Mapping Persamaan dan Perbedaan	36
Tabel 4. 1 Program Studi	79
Tabel 4. 2 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Presepsi Hedonic Lifestyle	80
Tabel 4. 3 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Presepsi Kemudahan.....	82
Tabel 4. 4 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Presepsi Price Value	84
Tabel 4. 5 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Penggunaan QRIS Pada Mobile Banking.....	86
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Hedonic Lifestyle (X1).....	89
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan (X2).....	89
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Price Value (X3).....	90
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan QRIS Pada Mobile Banking (Y)	90
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reabilitas Variabel Hedonic Lifestyle (X1).....	91
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kemudahan (X2)	92
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reabilitas Variabel Price Value (X3).....	92
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reabilitas Variabel penggunaan QRIS Pada Mobile Banking (Y)	92
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	93
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	94
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	96
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	97

Tabel 4. 18 Hasil Uji t.....	99
Tabel 4. 19 Hasil Uji F.....	101
Tabel 4. 20 Koefisien Determinasi (R^2)	102



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi transformasi digital telah menyebabkan perubahan yang sangat signifikan dalam sistem pembayaran di Indonesia. Teknologi digital mendorong perubahan sistem layanan menjadi lebih efektif, efisien, dan adaptif terhadap perkembangan zaman¹. Perkembangan ini menggantikan metode pembayaran tradisional yang menggunakan uang tunai dengan sistem non-tunai yang lebih efisien, cepat, dan mudah digunakan. Menurut laporan Bank Indonesia, nilai transaksi perbankan digital pada tahun 2024 diperkirakan mencapai Rp74,583 triliun, meningkat 13,48% dari tahun sebelumnya². Peningkatan tersebut mencerminkan semakin tingginya tingkat penerimaan dan pemanfaatan teknologi digital oleh masyarakat dalam menunjang kegiatan ekonomi sehari-hari.

Menurut Khairunnisa Musari peluang dan tantangan ekonomi syariah pada era industri dan *society* 5.0 dijelaskan bahwa perkembangan teknologi telah mempercepat transformasi digital di Indonesia, terutama setelah pandemi, sehingga masyarakat dan institusi keuangan syariah dituntut untuk lebih cepat beradaptasi terhadap otomatisasi, digitalisasi,

¹ Muhith, A., Hepni, H., Sulthoniyah, L., Dewi, R. F., Ramadhan, F. A., Khalid, Z. A. K., & Ghani, F. A. (2025). Enhancing lecturer quality in the digital era: A case study of Islamic higher education in East Java. *Fikroh: Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam*, 18(2), 203–218

² Bank Indonesia, Statistik Sistem Pembayaran (2023). <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/pengantar.aspx#floating-1>. Diakses Pada 12 September 2025 Pukul 18:26

dan integrasi teknologi dengan manusia³. Transformasi ini mencakup penggunaan *big data*, kecerdasan buatan (AI), *Internet of Things*, serta digital *payment system* sebagai bagian dari ekosistem ekonomi dan keuangan syariah yang harus diarahkan agar inklusif dan adil bagi seluruh lapisan masyarakat

Salah satu pendekatan strategis untuk memperkuat ekonomi digital Indonesia adalah implementasi QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*), yang secara resmi diumumkan oleh Bank Indonesia pada tahun 2019. Sistem ini dirancang untuk mengintegrasikan beberapa kode QR dari berbagai layanan pembayaran ke dalam satu standar nasional, sehingga memudahkan masyarakat dalam rangka menunjang proses transaksi yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi digital aman, transparan, dan efisien. Hingga Juni 2024, terdapat lebih dari 3041 juta pedagang yang menggunakan QRIS, yang merupakan peningkatan signifikan dibandingkan hanya 12 juta pada tahun 2021. Penggunaan QRIS meningkat baik secara nasional maupun internasional. Pada tahun terakhir, Bank Indonesia (BI) mengalami peningkatan signifikan dalam transaksi QRIS, mencapai 226,54 persen⁴. Pertumbuhan ini dicapai oleh 50,50 juta konsumen dan 32,71 juta pedagang. Tren ini menunjukkan bahwa QRIS menjadi pilihan utama masyarakat untuk bertransaksi.

³ Khairunnisa Musari. Seri 2 IAEI Jawa Timur Menulis: Peluang dan Tantangan Ekonomi Syariah pada Era Industri dan Society 5.0. Jakad Media Publishing, 2024. ISBN: 978-623-468-215-1. (Bagian “Menuju Era Industri dan Society 5.0”)

⁴ Hidayat, R. “Perilaku Generasi Z dalam Penggunaan Mobile Banking”. *Jurnal Ekonomi Digital*. (2023)

Sejalan dengan perkembangan QRIS, *mobile banking* juga menjadi salah satu instrumen utama yang memfasilitasi penggunaan teknologi pembayaran digital. *Mobile banking* merupakan bentuk implementasi *E-Service Quality* dalam perbankan syariah yang mampu meningkatkan minat transaksi digital mahasiswa⁵. Generasi muda, khususnya mahasiswa, cenderung memilih *mobile banking* karena faktor kemudahan, fleksibilitas, serta integrasi dengan layanan pembayaran modern. Bagi mahasiswa, penggunaan *mobile banking* yang terhubung dengan QRIS tidak hanya mempermudah transaksi sehari-hari, tetapi juga mendukung gaya hidup yang praktis dan serba cepat.

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi Z memiliki karakteristik konsumsi yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Pola konsumsi ini dikenal sebagai *hedonic lifestyle*, yaitu kecenderungan individu untuk mengutamakan kesenangan dalam aktivitas belanja⁶. Dalam konteks QRIS, gaya hidup hedonis dapat mendorong mahasiswa untuk lebih sering bertransaksi digital karena dianggap praktis, dan modern.⁷ *Hedonic lifestyle* juga dapat diartikan dengan gaya hidup yang cenderung mengejar kesenangan, kenikmatan, dan kepuasan duniawi, khususnya melalui

⁵ Abdillah, M. K., & Anggitaningsih, R. Pengaruh penerapan prinsip good corporate governance dan e-service quality terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember dalam bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(1), 90–93. (2025)

⁶ Yahya, Adibah. "Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* 23.1 (2021): 37.

⁷ Jacelyn Wangdra dan Hermaya Ompusunggu, "Pengaruh Hedonic Motivation, Price Value dan Risk Perception terhadap Fintech Adoption pada Kalangan Mahasiswa di Kota Batam" *scientia Journal*. Vol 7. No 5 2025b

konsumsi barang atau pengalaman.⁸ Dalam perspektif Islam, perilaku berlebihan dalam mengejar kesenangan dunia. Islam mengajarkan keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan duniawi dan tanggung jawab akhirat. Hal ini dijelaskan dalam Alqur`an surat Al-Isrā', yang berbunyi

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾ إِنَّ الْمُبْذِرِينَ
كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

“Dan berikanlah kepada kerabat dekat haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara-saudara setan, dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.”⁹ (QS. Al-Isrā': 26–27)

Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa perilaku hidup berlebihan dan pemborosan merupakan sikap tercela yang mendekatkan manusia pada sifat setan. Dalam konteks *hedonisme*, seseorang cenderung menghamburkan harta hanya untuk kesenangan sesaat tanpa mempertimbangkan manfaat dan keberkahan. Islam mengajarkan agar penggunaan harta diarahkan untuk hal-hal yang bermanfaat, proporsional, dan tidak berlebihan, sehingga tercipta keseimbangan antara kebutuhan dunia dan tanggung jawab akhirat.

Penggunaan QRIS di kalangan mahasiswa tidak hanya berkaitan dengan preferensi gaya hidup, tetapi juga sangat bergantung pada kemudahan penggunaannya (*perceived ease of use*). Orang lebih cenderung mengadopsi teknologi jika mudah digunakan. Akses cepat, fitur

⁸ Atika Rizki, “Analisis Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumsi (Impulse Buying) Mahasiswa dalam Perspektif Ekonomi Islam”, UIN Alauddin Makassar, 2023

⁹ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), h. 282.

yang mudah dipahami, dan keandalan sistem perbankan seluler yang terhubung dengan QRIS semuanya merupakan bagian dari kemudahan penggunaan ini. Namun, masih ada masalah, terutama bagi pengguna pemula, seperti kurangnya pengetahuan teknologi.

Faktor lain yang berperan dalam mendorong pemanfaatan QRIS adalah *price value* atau nilai harga. Konsep ini menggambarkan penilaian pengguna mengenai sejauh mana keuntungan dan manfaat yang dirasakan memberikan nilai yang sepadan, bahkan melebihi biaya yang diperlukan dalam menggunakan layanan tersebut¹⁰. Mahasiswa biasanya sensitif terhadap biaya tambahan seperti biaya transaksi, potongan, atau promosi *cashback*. Jika penggunaan QRIS memberikan keuntungan ekonomis, maka minat penggunaannya akan meningkat¹¹. Sebaliknya, jika terdapat biaya tambahan, hal ini bisa menghambat adopsi.

Secara konseptual, penelitian ini berlandaskan pada *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Dalam kerangka TAM, Davis (1989) menjelaskan bahwa terdapat dua komponen pokok yang menentukan penerimaan teknologi oleh pengguna, yakni *Perceived Ease of Use* (PEOU) yang berkaitan dengan tingkat kemudahan penggunaan, serta *Perceived Usefulness* (PU) yang merefleksikan sejauh mana teknologi tersebut dianggap mampu meningkatkan kinerja atau

¹⁰ Rachmawati, D. "Pengaruh Price Value, Trust, dan Hedonic Motivation terhadap Intention to Use Mobile Payment di Indonesia". *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 19(1), 11–22. 2021

¹¹ Wangdra, Jacelyn, and Hermaya Ompusunggu. "Pengaruh Hedonic Motivation, Price Value dan Risk Perception terhadap Fintech Adoption pada Kalangan Mahasiswa di Kota Batam." *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 7.3 (2025).

memberikan manfaat bagi penggunanya.¹². PEOU persepsi individu mengenai sejauh mana sebuah teknologi dapat digunakan secara praktis dan tidak memerlukan banyak tenaga maupun waktu, sedangkan PU berfokus pada gagasan bahwa penggunaan teknologi tersebut dapat meningkatkan produktivitas secara lebih optimal dan efisien. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kedua aspek ini memiliki dampak positif dalam mendorong orang untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi tertentu¹³. Sementara itu, *Theory of Planned Behavior* memandang bahwa sikap individu terhadap suatu perilaku merupakan faktor yang paling dominan dalam memprediksi kecenderungan dan keputusan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu¹⁴. Meskipun demikian, sikap tidak dapat berdiri sendiri, melainkan perlu dikaji bersamaan dengan norma subjektif serta persepsi kontrol perilaku yang dimiliki oleh seseorang. Ketika individu menunjukkan sikap yang positif, mendapatkan dukungan dari lingkungan sosial, dan merasa bahwa perilaku tersebut mudah dilakukan karena hambatan yang rendah, maka kecenderungan atau niat untuk melakukan perilaku tersebut akan semakin kuat.

Penentuan variabel dalam penelitian ini dilakukan dengan mempertimbangkan kesesuaian antara konteks kajian dan tujuan penelitian, sehingga analisis yang dihasilkan tetap terarah dan relevan

¹² Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340

¹³ Agustiningasih, M. D., Savitrah, R. M., & Lestari, P. C. A. (2021). Indonesian young consumers' intention to donate using sharia fintech. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 34-44.

¹⁴ Astiansyah, S. A. Analisis Preferensi Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada Generasi Z. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Volume 3, Nomor 2 (hal. 96-101) 2024

dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, penelitian ini secara khusus hanya mengadopsi aspek kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yang berangkat dari struktur teori *Technology Acceptance Model* (TAM), Dalam konteks penggunaan QRIS untuk perbankan seluler, keyakinan terhadap kemudahan operasional menjadi penentu utama dalam memengaruhi kesediaan pengguna untuk melakukan transaksi digital. Sementara itu, pada teori TPB, mengambil faktor personal (*hedonic lifestyle*) dan faktor informasi (*price value*) karena keduanya paling menggambarkan motivasi dan pertimbangan rasional individu dalam menggunakan QRIS. Gaya hidup *hedonis* mencerminkan dorongan kesenangan dan kepuasan pribadi, sedangkan nilai harga menunjukkan pertimbangan manfaat dibandingkan biaya. Dengan demikian, kombinasi ketiga faktor ini dinilai paling relevan dalam menjelaskan perilaku penggunaan QRIS di kalangan mahasiswa.

Meskipun trend penggunaan QRIS meningkat, implementasinya masih menghadapi sejumlah kendala. Hal ini seperti tidak semua mahasiswa memahami prosedur penggunaan QRIS secara optimal, dan sebagian merasa ragu terhadap keamanan data pribadi dalam transaksi digital. Kendala permasalahan pada sisi teknis, seperti kualitas jaringan internet menjadi salah satu hambatan. Sebagai institusi pendidikan tinggi yang fokus pada ekonomi dan juga perbankan Islam, mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember memiliki peran penting dalam memahami juga mengimplementasikan teknologi keuangan digital. QRIS pada *mobile*

banking tidak hanya dimanfaatkan untuk kepentingan individu, tetapi juga dapat menjadi sarana edukasi digitalisasi ekonomi di lingkungan kampus. Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember dipilih karena memiliki pemahaman akademis tentang keuangan dan perbankan, termasuk aspek digitalisasi ekonomi. Mahasiswa juga mewakili generasi muda yang adaptif terhadap teknologi, sehingga relevan untuk meneliti perilaku penggunaan QRIS. Dengan demikian, pemilihan mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember dianggap tepat karena mereka tidak hanya pengguna potensial, tetapi juga calon praktisi dan edukator dalam mengembangkan mekanisme pembayaran berbasis digital yang sesuai dengan ketentuan syariah.

Beberapa peneliti sebelumnya menyoroti faktor-faktor penggunaan QRIS. Misalnya, penelitian oleh Wirda Seputri, Muhammad Yafiz menunjukkan bahwa keputusan Generasi Z untuk menggunakan QRIS sebagai media pembayaran digital secara signifikan dipengaruhi oleh aspek kepercayaan, budaya, dan gaya hidup. Juga menjelaskan bahwa generasi Z cenderung adaptif terhadap perkembangan teknologi sehingga lebih cepat menerima inovasi pembayaran digital seperti QRIS. Pola konsumsi generasi ini tidak semata-mata dipengaruhi oleh kebutuhan, melainkan begitu juga oleh gaya hidup, budaya digital, dan kepercayaan terhadap keamanan sistem¹⁵. Menurut temuan studi tersebut, faktor-faktor yang berkaitan dengan gaya hidup dan kehidupan sehari-hari memiliki dampak signifikan terhadap bagaimana penggunaan QRIS oleh Generasi Z

¹⁵ Wirda Seputri, Muhammad Yafiz, "QRIS Sebagai Alat Transaksi Digital Generasi Z: Analisis Faktor", *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, Volume 10, Nomor 02, Tahun 2022

telah menjadi bagian dari aktivitas transaksi harian. Akibatnya, QRIS bukan hanya instrumen pembayaran tetapi juga komponen identitas generasi digital.

Ramadhani pada penelitiannya, menegaskan jika gaya hidup hedonis memberikan pengaruh signifikan terhadap intensitas mahasiswa dalam melakukan transaksi digital. Mahasiswa dengan kecenderungan *hedonic lifestyle* tidak hanya memanfaatkan layanan *digital payment* karena alasan kebutuhan praktis, melainkan juga untuk memperoleh kepuasan emosional, pengalaman sosial, serta sebagai bagian dari identitas gaya hidup modern yang mereka jalani¹⁶.

Sebagian besar penelitian terdahulu masih terbatas pada aspek tertentu, misalnya pada penelitian Chairun Nisa Safitri, M. Husnaini dengan penelitian yang berjudul “Dampak Gaya Hidup *Hedonisme* dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Magister Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia” penelitian tersebut lebih menekankan pada kecenderungan konsumtif mahasiswa yang dipengaruhi oleh orientasi gaya hidup *hedonis*. Fokus kajiannya tidak mencakup faktor lain seperti kemudahan penggunaan teknologi maupun *price value*, sehingga penelitian ini masih terbatas pada satu sudut pandang saja. Selain itu, Penelitian sebelumnya hanya bertumpu pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai dasar konseptual, sehingga belum mengombinasikan pendekatan teoritis lain yang berpotensi memberikan sudut pandang yang

¹⁶ Ramadhani, “Hedonic Lifestyle dan Transaksi Digital Mahasiswa”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. X (2), (2022) 45–56

lebih luas terkait determinan perilaku konsumtif mahasiswa, terutama dalam ranah teknologi finansial masa kini. Berangkat dari keterbatasan tersebut, penelitian ini hadir untuk memperkaya pemahaman mengenai pola perilaku mahasiswa dalam memanfaatkan sistem pembayaran digital. Kajian ini menelaah secara bersamaan pengaruh *hedonic lifestyle*, kemudahan penggunaan, dan *price value*. Selain itu, penelitian ini mengintegrasikan dua kerangka teori sekaligus, yakni *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB), sehingga diharapkan mampu menyajikan gambaran yang lebih menyeluruh dan mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi adopsi QRIS di kalangan mahasiswa.

Dengan demikian, terdapat kesenjangan yang menarik untuk dikaji antara teori penerimaan teknologi dengan realitas perilaku mahasiswa dalam penggunaan QRIS. Di satu sisi, QRIS diharapkan menjadi solusi transaksi digital yang efisien, praktis, dan aman; namun di sisi lain, penggunaan QRIS di kalangan mahasiswa masih dipengaruhi oleh faktor gaya hidup hedonis serta pertimbangan nilai harga. Inilah yang menjadi dasar pentingnya dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Hedonic Lifestyle*, Kemudahan, dan *Price Value* terhadap Penggunaan QRIS pada *Mobile Banking* (Studi pada Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember)”, karena penelitian tersebut tidak hanya menelaah faktor teknis pada adopsi teknologi, tetapi juga menyoroti aspek gaya hidup dan nilai ekonomis yang sering diabaikan, sehingga diharapkan mampu memberikan

pemahaman komprehensif mengenai perilaku mahasiswa dalam memanfaatkan layanan pembayaran digital.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *hedonic lifestyle* berpengaruh terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking* mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking* mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember?
3. Apakah *price value* berpengaruh terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking* mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember?
4. Apakah *hedonic lifestyle*, kemudahan, dan *price value* secara simultan berpengaruh terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking* mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh *hedonic lifestyle* terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking* mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember.
2. Menganalisis pengaruh kemudahan terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking* mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember.
3. Menganalisis pengaruh *price value* terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking* mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember.
4. Menganalisis pengaruh *hedonic lifestyle*, kemudahan, dan *price value* secara simultan terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking* mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah kontribusi yang diperoleh setelah penelitian selesai dilakukan.¹⁷ Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Teoritis

penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat tambahan khazanah keilmuan dalam ranah ekonomi dan kajian perilaku konsumen, terutama yang berkaitan dengan adopsi teknologi keuangan berbasis digital. Melalui analisis pengaruh *hedonic lifestyle*, kemudahan, dan *price value* terhadap pemanfaatan QRIS, studi ini berkontribusi dalam memperdalam pemahaman mengenai determinan perilaku mahasiswa dalam menggunakan sistem transaksi digital. Selanjutnya, hasil penelitian ini dapat berfungsi sebagai fondasi awal untuk penelitian selanjutnya yang bertujuan untuk mengembangkan studi yang lebih mendalam atau dengan menggunakan variabel alternatif.

2. Akademis UIN KHAS Jember

hasil penelitian ini dapat mendukung penguatan literasi keuangan digital di lingkungan akademik serta mendorong mahasiswa agar lebih bijak dalam menggunakan layanan pembayaran modern. Bagi pihak perbankan atau penyedia layanan *mobile banking*, penelitian ini memberikan masukan strategis terkait pengembangan fitur dan layanan

¹⁷ Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

QRIS agar lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna, terutama kalangan mahasiswa

3. Praktisi

Bagi mahasiswa, penelitian dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya pemanfaatan QRIS dalam menunjang aktivitas transaksi keuangan sehari-hari yang lebih praktis, efisien, serta selaras dengan gaya hidup digital generasi muda.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup studi ini berperan sebagai batas konseptual yang berfungsi sebagai fokus utama penelitian, sehingga penelitian yang dilakukan menyeluruh dan sejalan dengan tujuan yang telah ditetapkan.

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merujuk pada aspek tertentu yang memiliki nilai atau karakteristik yang mempengaruhi seseorang, objek, atau aktivitas. Variabel-variabel ini beragam dan sengaja ditetapkan oleh para peneliti agar dapat dipertimbangkan secara lebih menyeluruh sebagai penentu dalam menentukan kesimpulan. Penelitian ini menetapkan dua jenis variabel, yakni variabel bebas sebagai variabel X dan variabel terikat sebagai variabel Y, yang penjelasannya diuraikan sebagai berikut:

a. Variabel Independent (Variabel Bebas)

Variabel independen merujuk pada komponen penelitian yang berfungsi sebagai penentu utama terhadap perubahan yang terjadi

pada variabel dependen. Variabel ini berperan sebagai faktor penentu yang memengaruhi terjadinya perubahan pada variabel terikat. Dengan demikian, dalam penelitian ini variabel independen terdiri atas beberapa faktor utama yang dijadikan sebagai penjelas dalam analisis penelitian:

- a) *Hedonic Lifestyle* (X_1)
 - b) Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) (X_2)
 - c) *Price Value* (X_3)
- b. Variabel Dependent (Variabel Terikat)

Variabel dependen didefinisikan sebagai komponen utama yang merupakan fokus utama dalam penelitian, yang keberadaannya dipengaruhi oleh variabel lain dan merepresentasikan hasil atau konsekuensi dari hubungan antarvariabel yang diteliti. Dalam penelitian kuantitatif, variabel dependen umumnya berupa fenomena atau perilaku yang hendak dijelaskan, diprediksi, atau dipahami secara lebih mendalam.¹⁸ Penelitian ini menggunakan variabel terikat (Y) yaitu, penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*)

2. Indikator Variabel

Indikator variabel dapat diartikan sebagai seperangkat ukuran operasional yang digunakan untuk mengamati serta menilai suatu konstruk atau variabel penelitian, sehingga variabel tersebut dapat dianalisis dan

¹⁸ Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

diuji secara empiris. Dengan kata lain, indikator variabel merupakan turunan dari konsep teoretis suatu variabel yang dijadikan butir-butir pertanyaan pada instrumen penelitian (misalnya kuesioner). Indikator merupakan unsur yang dapat menunjukkan atau menjadi tanda bagi variabel, sehingga variabel yang sifatnya abstrak dapat diukur secara nyata melalui indikator yang tepat¹⁹.

Tabel 1. 1 Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Sumber
<i>Hedonic Lifestyle</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesenangan/kenikmatan yang diperoleh saat menggunakan QRIS 2. Penggunaan QRIS sebagai sarana tren/gaya hidup modern 3. Aspek emosional positif (seru, menyenangkan) dalam menggunakan metode pembayaran digital 4. Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap keputusan memakai QRIS 	I Gusti Ayu Ratih Meilani, Putu Sri Arta Jaya Kusuma (2024)

¹⁹ Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, hlm. 38.

<p>Kemudahan (<i>Perceived Ease of Use</i>)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seberapa mudah mahasiswa memahami cara menggunakan QRIS 2. Waktu / usaha teknis yang dibutuhkan untuk memakai QRIS 3. Minimnya hambatan / kesulitan dalam penggunaan QRIS (teknologi / jaringan / kecepatan) 	<p>Syahri, Setyawati (2023)</p>
<p><i>Price Value</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi bahwa manfaat QRIS sepadan / melebihi biaya penggunaan 2. Pengaruh harga / biaya / biaya transaksi terhadap minat/niat menggunakan QRIS 3. Pengaruh insentif (promo / diskon / reward) terhadap keputusan penggunaan 4. Kesiediaan membayar jika ada biaya tambahan karena 	<p>Ferren Noor Annisa, Sri Vandayuli Riorini, Ruri Kirana, Rethasioina Ginting (2023)</p>

	kemudahan / kecepatan	
Penggunaan QRIS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Niat untuk terus menggunakan QRIS dalam <i>mobile banking</i> 2. Frekuensi penggunaan (berapa sering dalam periode tertentu) 3. Intensitas transaksi QRIS (jumlah transaksi / volume) 4. Kepuasan terhadap pengalaman penggunaan QRIS 	Agustin, Fazizah (2023)

F. Definisi Operasional

Setelah indikator pada variabel independen maupun variabel dependen ditentukan, langkah selanjutnya adalah memberikan uraian terkait setiap Variabel dalam penelitian ini dijelaskan melalui definisi operasional agar dapat dipahami dan diukur secara jelas. Definisi operasional dimaksudkan untuk menerangkan cara pengukuran setiap variabel melalui indikator-indikator yang telah ditetapkan. Dengan adanya definisi ini, konsep yang awalnya bersifat abstrak dapat diubah menjadi variabel yang bersifat konkret sehingga memungkinkan untuk diamati,

diukur, serta dianalisis secara empiris. Penelitian ini menggunakan definisi operasional yang dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut:

1. *Hedonic Lifestyle*

Hedonic lifestyle atau gaya hidup *hedonis* dapat dipahami sebagai pola hidup yang menekankan pencapaian kesenangan, kenikmatan pribadi, serta kepuasan emosional sebagai pertimbangan utama dalam menentukan pilihan dan menjalankan aktivitas sehari-hari. Orang dengan gaya hidup hedonis cenderung mengejar kepuasan instan melalui konsumsi barang/jasa misalnya (belanja impulsif, mengikuti tren, pembelian barang mewah untuk kenikmatan), dan seringkali keputusan konsumsi dipengaruhi aspek emosional dan sosial (status, citra), bukan semata rasional/ekonomi.²⁰

2. Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

kemudahan penggunaan diartikan sebagai tingkat kemudahan suatu sistem, layanan, aplikasi, atau proses transaksi dirasa ringan, tidak menyusahkan, efisien, mudah diakses dan digunakan serta minim hambatan bagi pengguna. Kemudahan menjadi salah satu variabel penting dalam model keputusan pembelian online, kepuasan pengguna layanan digital, loyalitas pelanggan, dan adopsi teknologi. Ia berfungsi

²⁰ Chairun Nisa Safitri & M.Husnain, "Dampak Gaya Hidup Hedonisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Magister Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia", *Jurnal Mahasiswa FIAI-UII, at-Thullab*, Vol.7, Nomor.1, 2025

untuk mengurangi beban usaha (*effort*) konsumen, sehingga meningkatkan kemungkinan penggunaan atau pembelian.²¹

3. *Price Value*

Price value mencerminkan penilaian konsumen terhadap perbandingan antara manfaat yang dirasakan pengguna dengan pengorbanan yang harus dikeluarkan saat menggunakan suatu produk atau layanan, seperti biaya, waktu, dan usaha. Apabila keuntungan yang dirasakan lebih besar dibandingkan dengan pengorbanan tersebut, maka tingkat nilai harga yang dipersepsikan oleh konsumen akan semakin tinggi. Apabila *price value* dinilai positif, konsumen akan cenderung lebih termotivasi untuk menggunakan produk maupun layanan tersebut.²²

4. QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*)

QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) merupakan standar nasional kode QR yang diterapkan dalam sistem pembayaran digital di Indonesia. Standar ini dirancang dan dikembangkan oleh Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia sebagai upaya untuk menyatukan berbagai format kode QR yang sebelumnya digunakan secara terpisah oleh penyedia layanan pembayaran, seperti GoPay, OVO, DANA, LinkAja, dan ShopeePay, ke dalam satu sistem terpadu yang seragam dan terstandarisasi. seragam. Dengan adanya

²¹ Onsardi, Untung Devomila Putri. "Pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan dan keamanan terhadap loyalitas konsumen belanja secara online di Lazada." *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)* 2.2 (2021): 156-163.

²² Wangdra, Jacelyn, and Hermaya Ompusunggu. "Pengaruh Hedonic Motivation, Price Value dan Risk Perception terhadap Fintech Adoption pada Kalangan Mahasiswa di Kota Batam." *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 7.3 (2025).

standar ini, transaksi pembayaran dapat dilakukan hanya dengan satu kode QR yang kompatibel dengan berbagai aplikasi pembayaran digital. QRIS dirancang untuk mempermudah, mempercepat, dan mengamankan proses transaksi digital, sekaligus mendukung efisiensi sistem pembayaran nasional. Maka dari itu, implementasi QRIS diharapkan mampu meningkatkan inklusi keuangan dengan memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam menerima pembayaran non-tunai, serta mendorong terciptanya ekosistem ekonomi digital yang lebih luas di Indonesia.²³

5. *Mobile Banking*

Mobile banking didefinisikan sebagai sistem layanan perbankan yang berbasis teknologi digital yang memungkinkan pelanggan dalam mengakses dan melakukan berbagai transaksi keuangan menggunakan ponsel pintar dengan koneksi internet. Layanan ini disediakan oleh hampir semua bank di Indonesia sebagai bentuk inovasi digital untuk memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam mengakses layanan perbankan tanpa keharusan untuk datang ke kantor cabang. Layanan mobile banking memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melaksanakan transaksi perbankan secara efektif dan fleksibel, menjalankan berbagai jenis transaksi keuangan, seperti melihat informasi saldo, melakukan transfer antar rekening, membayar aneka tagihan, membeli pulsa, hingga melakukan aktivitas investasi, yang

²³ Sriekaningsih, A. *QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0*. Penerbit Andi. (2020)

semuanya dapat dilakukan secara sederhana dan efisien melalui perangkat seluler. Kehadiran *mobile banking* selaras dengan tren digitalisasi sistem keuangan yang mendorong peningkatan inklusi keuangan serta mendukung gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis dan *mobile*. Dengan peran tersebut, *mobile banking* berfungsi sebagai salah satu instrumen strategis dalam meningkatkan tingkat kepuasan, memperkuat loyalitas, serta menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap layanan perbankan yang bersifat modern dan berbasis digital²⁴.

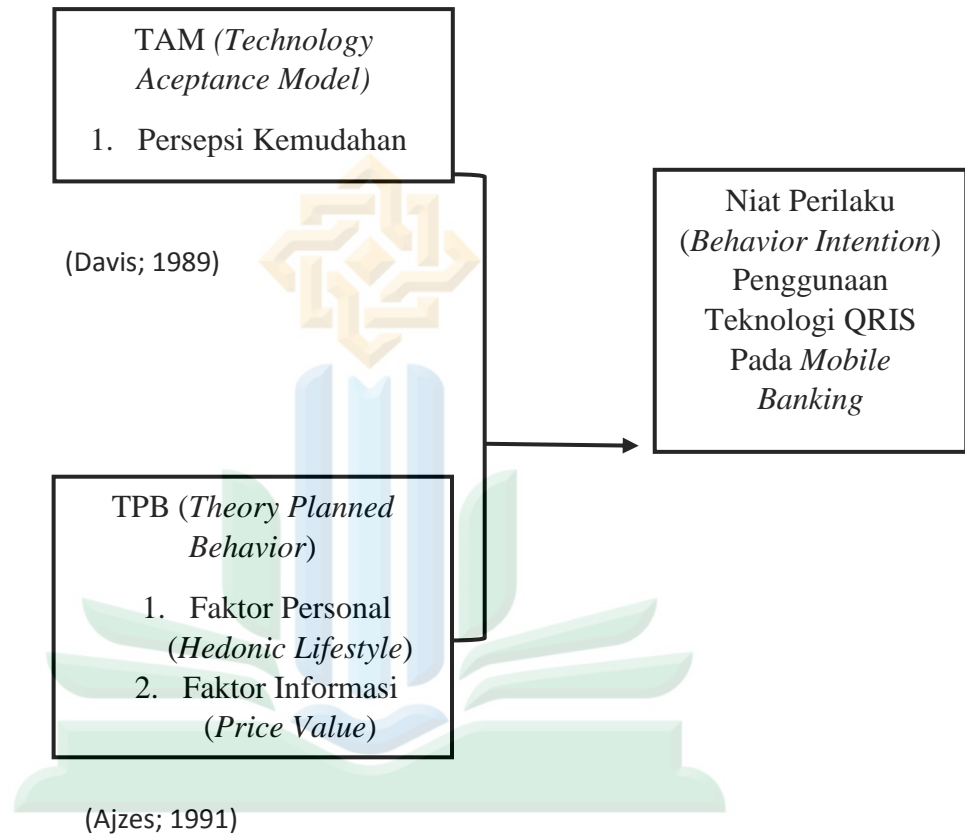
G. Asumsi Penelitian

Asumsi dalam penelitian merujuk pada pandangan dasar yang dijadikan pedoman dalam proses penelitian tanpa melalui pengujian empiris terlebih dahulu. Asumsi ini berperan sebagai kerangka pemikiran awal yang membantu peneliti dalam membatasi serta mengarahkan fokus penelitian agar tetap tertuju pada variabel-variabel yang menjadi objek kajian²⁵. Dalam penelitian ini, variabel yang berperan sebagai variabel independen mencakup *hedonic lifestyle*, kemudahan, *price value*, sedangkan variabel dependennya adalah penggunaan QRIS pada *mobile banking*. Penelitian ini berasumsi bahwa gaya hidup *hedonis* mahasiswa, persepsi kemudahan penggunaan, serta nilai harga atau manfaat yang dirasakan, dapat memengaruhi tingkat penggunaan fitur QRIS dalam

²⁴ Nuraeni, Intan, Lucky Nugroho, and Dian Sugiarti. "Kajian Knowledge Based Theory Dalam Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Dan Bank Konvensional (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Dan Bank Mandiri)." *Pelita: Jurnal Penelitian, Terapan Dan Aplikatif* 1.2 (2024): 78-95.

²⁵ Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

mobile banking oleh mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember. Peneliti merumuskan kerangka penelitian sebagai berikut:



H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan menjelaskan susunan dan alur penjelasan yang disajikan meliputi seluruh bab dari awal hingga akhir. Skripsi ini disusun dengan pendekatan naratif deskriptif dan tidak disajikan dalam bentuk poin-poin. Secara garis besar, skripsi ini terdiri dari beberapa bagian yang saling berkaitan erat, yang masing-masing dipecah menjadi beberapa subbagian yang runtut dan sistematis sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Isi bab ini mencakup penjelasan mengenai latar belakang penelitian, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian dari sisi teoritis dan praktis, serta sistematika penulisan.

Bab II Kajian Pustaka

Bab ini menjelaskan landasan teoritis kajian yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian dan membahas temuan-temuan penelitian yang relevan dan digunakan sebagai referensi.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini Bagian ini menjelaskan landasan teoritis kajian yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian dan membahas temuan-temuan penelitian yang relevan dan digunakan sebagai referensi.

Bab IV Penyajian Data dan Analisis

Bab ini menyajikan data penelitian yang dihimpun dari lapangan untuk selanjutnya dianalisis berdasarkan metodologi yang telah ditetapkan, sehingga menghasilkan gambaran temuan penelitian yang tujuan sesuai dengan permasalahan yang telah dianalisis.

Bab V Penutup

Bab ini memuat rangkuman hasil penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah, disertai dengan saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan, serta uraian mengenai keterbatasan penelitian dan rekomendasi sebagai arah pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu didasarkan pada beberapa studi atau temuan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh para peneliti dan memiliki keterkaitan dengan topik yang sedang diteliti. Keberadaan studi-studi tersebut memiliki peran penting karena memberikan gambaran mengenai perkembangan pembahasan suatu tema, variabel yang telah digunakan, serta hasil temuan yang telah diperoleh. Dengan menelaah penelitian terdahulu, peneliti dapat menemukan celah maupun keterbatasan yang masih tersisa. Oleh karena itu, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan baru untuk kemajuan pengetahuan²⁶. Seperti penelitian yang telah dilakukan oleh:

1. Jacelyn Wangdra dan Hermaya Ompusunggu, jurnal tahun 2025 yang berjudul “*Pengaruh Hedonic Motivation, Price Value dan Risk Perception terhadap Fintech Adoption pada Kalangan Mahasiswa di Kota Batam*”²⁷

Penelitian ini diarahkan untuk mengkaji sejauh mana motivasi *hedonis*, *price value*, dan persepsi risiko memengaruhi pengambilan

²⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 83.

²⁷ Jacelyn Wangdra dan Hermaya Ompusunggu, “Pengaruh Hedonic Motivation, Price Value dan Risk Perception terhadap Fintech Adoption pada Kalangan Mahasiswa di Kota Batam” *scientia Journal*. Vol 7. No 5 2025

keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan *financial technology* (*fintech*). Dengan demikian, studi ini berupaya menghadirkan pemahaman yang lebih mendalam dan menyeluruh mengenai faktor-faktor psikologis serta pertimbangan ekonomi yang melatarbelakangi perilaku adopsi *fintech* di kalangan generasi muda.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan memanfaatkan data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang berdomisili di Kota Batam. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin, sedangkan pemilihan responden dilakukan melalui teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel secara sengaja dengan mempertimbangkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Hasil penelitian mengungkapkan sejumlah temuan utama. Pertama, motivasi *hedonis* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan adopsi *fintech*. Selanjutnya, variabel nilai harga juga menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap penggunaan layanan *fintech*. Sementara itu, persepsi risiko secara parsial tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap adopsi *fintech*. Secara ringkas, motivasi *hedonis* dan nilai harga berkontribusi secara positif dan signifikan, sedangkan persepsi risiko tidak menunjukkan pengaruh yang berarti. Namun demikian, apabila ketiga variabel tersebut

dianalisis secara simultan, hasilnya menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap adopsi *fintech* dengan kemampuan menjelaskan variasi sebesar 68,1%. Adapun sisa variasi dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

2. Mahendra Adhi Nugrohoa, Retno Sulistyania, Budi Tiara Novitasaria, Richard Chinomona *juornal* tahun 2025 yang berjudul “*Digital Bank Adoption in Indonesia: The Role of Price Value, Perceived Risk, and Intention to Use*”²⁸

Penelitian ini difokuskan pada analisis faktor-faktor yang memengaruhi adopsi layanan perbankan digital di Indonesia, dengan penekanan pada variabel nilai harga (*price value*), persepsi risiko (*perceived risk*), serta minat penggunaan (*intention to use*). Pendekatan tersebut bertujuan untuk memperoleh pemahaman mengenai pola dan kecenderungan perilaku pengguna dalam memanfaatkan layanan perbankan berbasis teknologi digital. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, dengan pengumpulan data primer yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah menggunakan layanan perbankan digital di Indonesia.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel nilai harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna dalam menggunakan layanan perbankan digital. Sebaliknya, persepsi risiko

²⁸ Mahendra Adhi Nugroho dkk., “Digital Bank Adoption in Indonesia: The Role of Price Value, Perceived Risk, and Intention to Use”, 2025

terbukti memberikan pengaruh yang signifikan namun bersifat negatif, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat risiko yang dirasakan oleh konsumen, semakin rendah kecenderungan mereka untuk memanfaatkan layanan perbankan digital. Secara keseluruhan, model penelitian ini mampu mengidentifikasi faktor-faktor utama yang berperan dalam mendorong maupun menghambat adopsi layanan perbankan digital di Indonesia.

3. I Nyoman Budiarta dan Komang Endrawan Sumadi Putra jurnal tahun 2025 dengan judul “*Digital Payment Experience: Pengaruh Motivasi Hedonis dan Nilai Harga terhadap Minat Penggunaan QRIS*”²⁹

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran motivasi hedonis serta nilai harga dalam membentuk minat mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha terhadap penggunaan QRIS sebagai instrumen pembayaran non-tunai. Kajian ini dilatarbelakangi oleh peningkatan penggunaan QRIS secara nasional yang belum sepenuhnya diiringi oleh tingkat pemanfaatan yang optimal di wilayah Singaraja. Kondisi tersebut mencerminkan adanya perbedaan perilaku pengguna yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya dari perspektif psikologis dan pertimbangan ekonomi mahasiswa. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal, di mana data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis dengan metode

²⁹ I Nyoman Budiarta & Komang Endrawan Sumadi Putra, “Digital Payment Experience: The Influence of Hedonic Motivation and Price Value on QRIS Usage Intention”, *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 6, No. 2, 2025, hlm. 398-407.

regresi linier berganda menggunakan perangkat lunak statistik guna mengidentifikasi pengaruh motivasi hedonis dan nilai harga terhadap minat penggunaan QRIS.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa motivasi *hedonis* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan QRIS, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran dan sensitivitas emosional mahasiswa, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk memanfaatkan layanan ini. Selain itu, variabel nilai harga juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah pengguna QRIS, yang berarti bahwa ketika manfaat produk dianggap sebanding atau lebih tinggi dibandingkan biayanya, jumlah mahasiswa yang menggunakan QRIS meningkat secara proporsional.

4. Romansyah Sahabuddin, Azlan Azhari, Andini Astuti Putri, Eky Maulia Salsabila, Syahwa Annisah, dan Riska Mahesa Ayu jurnal tahun 2025 dengan judul “*Pengaruh Manfaat dan Kemudahan Penggunaan QRIS terhadap Minat Pengguna di Kalangan Gen Z Melalui Kepuasan Pelanggan*”³⁰

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan terhadap minat generasi Z dalam memanfaatkan QRIS, dengan tingkat kepuasan pengguna dijadikan sebagai variabel intervening. Pendekatan penelitian yang

³⁰ Romansyah Sahabuddin, dkk., “*Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan QRIS terhadap Minat Pengguna di Kalangan Gen Z Melalui Kepuasan Pelanggan*”, *E-Jurnal Kampus Akademik*, Vol. 5, No. 1, 2024.

digunakan adalah kuantitatif melalui survei, dengan penentuan responden dilakukan secara selektif menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dirancang menggunakan skala Likert sebagai instrumen pengukuran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna. Dengan demikian, kepuasan pengguna berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan QRIS. Secara khusus, persepsi kegunaan memberikan pengaruh yang lebih dominan dibandingkan persepsi kemudahan penggunaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa generasi Z cenderung enggan menggunakan QRIS jika mereka tidak melihat manfaat nyata seperti efisiensi, keamanan, dan kecepatan transaksi, sementara kemudahan penggunaan memberikan kontribusi jangka tidak langsung melalui peningkatan kepuasan pengguna, yang pada akhirnya berdampak pada kepercayaan terhadap layanan.

5. Sophiana Nandias skripsi tahun 2024 dengan judul “*Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Minat Mahasiswa dalam Bertransaksi Menggunakan QRIS pada Mahasiswa FEB ITS Mandala Jember*”.³¹

³¹ Sophiana Nandias. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Minat Mahasiswa dalam Bertransaksi Menggunakan QRIS pada Mahasiswa FEB ITS Mandala Jember”. Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember (2024).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan, tingkat kepercayaan, dan aspek keamanan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan QRIS, baik secara parsial maupun simultan. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif, dengan penentuan responden dilakukan secara purposive berdasarkan kriteria tertentu. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan secara langsung maupun melalui platform daring menggunakan Google Form, dengan instrumen pengukuran berbasis skala Likert. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS versi 20.

Hasil analisis mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kesediaan pelaku usaha dalam memanfaatkan QRIS sebagai alat transaksi. Sementara itu, persepsi kepercayaan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku transaksi. Di sisi lain, persepsi keamanan terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap penggunaan QRIS. Secara keseluruhan, ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memiliki kontribusi yang signifikan terhadap kesiapan pelaku usaha dalam mengadopsi QRIS sebagai sistem pembayaran digital.

6. I Gusti Ayu Ratih Meilani, Putu Sri Arta Jaya Kusuma jurnal tahun 2024 dengan judul, *“Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan*

*Kemudahan Penggunaan QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Gen-Z di Kota Denpasar*³²

Penelitian ini bertujuan meneliti bagaimana orientasi gaya hidup hedonis dan tingkat kemudahan penggunaan QRIS memengaruhi perilaku konsumtif generasi Z di Kota Denpasar. Pendekatan yang digunakan bersifat kuantitatif dengan desain kausal-eksplanatori. Responden dipilih secara sengaja menggunakan teknik purposive sampling, terdiri dari 50 orang generasi Z yang sudah berpengalaman menggunakan QRIS. Data dikumpulkan melalui kuesioner online yang disebarakan via Google Form, dengan semua variabel diukur menggunakan skala Likert.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa gaya hidup hedonistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi generasi Z. Artinya, semakin tinggi kecenderungan orientasi hedonistik seseorang, semakin besar pula perilaku konsumtifnya. Sementara itu, kemudahan penggunaan QRIS tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen, menandakan bahwa meskipun generasi Z menilai QRIS mudah digunakan, hal ini tidak otomatis mengurangi perilaku konsumtif mereka. Namun, ketika kedua variabel tersebut dianalisis secara bersamaan, gaya hidup hedonistik dan kemudahan penggunaan QRIS terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi generasi Z.

³² I Gusti Ayu Agung Sinta, dkk., "Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Kemudahan Penggunaan QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Gen-Z di Kota Denpasar", *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 12, No. 2, 2023.

7. Dina Ramadhan, Hendri Rahmayani Asri, Hantoro Arief Gisijanto, Nenik Diah Hartanti, dan Ekaning Setyarini Penelitian tahun 2023 dengan judul “*Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda*”³³

Penelitian ini menelaah berbagai faktor yang memengaruhi keputusan generasi muda di wilayah Jabodetabek dalam memanfaatkan QRIS, termasuk kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, gaya hidup, serta tingkat literasi keuangan digital. Pendekatan yang digunakan bersifat kuantitatif, dengan melibatkan 115 responden yang memiliki pengalaman menggunakan QRIS, baik saat ini maupun di masa lalu. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data kemudian dilakukan dengan menerapkan regresi linier berganda menggunakan perangkat lunak SPSS.

Hasil analisis mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemanfaatan QRIS. Demikian pula, persepsi manfaat terbukti memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap keputusan penggunaannya. Selain itu, gaya hidup juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan QRIS, begitu pula dengan literasi keuangan digital. Ketika

³³ Dina Ramadhan, Hendri Rahmayani Asri, Hantoro Arief Gisijanto, Nenik Diah Hartanti, dan Ekaning Setyarini, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda”, *Jurnal Lentera Bisnis Manajemen*, Vol. 3, No. 2, 2023.

dianalisis secara bersamaan, keempat variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, gaya hidup, dan literasi keuangan digital terbukti secara signifikan memengaruhi sikap generasi muda dalam menggunakan QRIS.

8. Nurrikkika, skripsi tahun 2023 dengan judul *“Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan dan Kemudahan Bertransaksi terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Quick Response Indonesian Standard (QRIS)”*³⁴

Penelitian ini bertujuan menelaah pengaruh karakteristik gaya hidup, tingkat kepercayaan, dan kemudahan transaksi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan QRIS, baik secara individu maupun simultan. Pendekatan yang digunakan bersifat kuantitatif dengan desain survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden, yaitu nasabah generasi Z di Bank Syariah Indonesia KCP Ngaliyan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemanfaatan QRIS. Selain itu, tingkat kepercayaan terbukti memberikan dampak positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Kemudahan dalam melakukan transaksi juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna dalam memakai QRIS. Secara keseluruhan, variabel gaya hidup, kepercayaan, dan kemudahan

³⁴ Nurrikkika, “Pengaruh gaya hidup, kepercayaan dan kemudahan bertransaksi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Quick Response Indonesian Standard (QRIS) (Studi kasus pada nasabah Bank Syariah Indonesia)”, UIN Walisongo 2023

penggunaan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan generasi muda dalam memanfaatkan QRIS sebagai alat pembayaran digital.

9. Putri Irda Asri Lestari dan Fityan Izza Noor Abidin jurnal tahun 2023 dengan judul “*Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Tingkat Pendidikan dan Tingkat Pendapatan terhadap Keputusan Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)*”.³⁵

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh gaya hidup hedonis, tingkat pendidikan, dan pendapatan terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan QRIS. Studi ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya praktik transaksi non-tunai di masyarakat, sejalan dengan upaya Bank Indonesia mendorong cashless society melalui Gerakan Nasional Non-Tunai. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi sejauh mana ketiga faktor tersebut memengaruhi preferensi masyarakat dalam memilih QRIS sebagai metode pembayaran digital yang dianggap lebih praktis, efisien, dan aman. Pendekatan yang digunakan bersifat kuantitatif dengan desain survei, di mana data diperoleh melalui kuesioner online. Pemilihan responden dilakukan secara purposive berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan sebelumnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonik, tingkat pendidikan, dan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan

³⁵ Putri Irda Asri Lestari & Fityan Izza Noor Abidin, Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Tingkat Pendidikan, dan Tingkat Pendapatan terhadap Keputusan Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS), Preprint, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 2023

terhadap penggunaan QRIS. Dengan kata lain, semakin tinggi orientasi hedonistik seseorang, tingkat pendidikannya, dan jumlah pendapatan yang dimiliki, semakin besar pula kecenderungan untuk menggunakan QRIS. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 72,5% mengindikasikan bahwa ketiga variabel ini mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam penggunaan QRIS, sementara faktor-faktor lain di luar ruang lingkup penelitian juga berpotensi memengaruhi perilaku penggunaannya.

10. Wicky T.J. Laloan, Rudy S. Wenas, dan Sjendry S.R. Loindong jurnal tahun 2023 berjudul “*Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Risiko terhadap Minat Pengguna E-Payment QRIS pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado*”.³⁶

Penelitian ini bertujuan meneliti pengaruh kemudahan operasional, persepsi manfaat, dan persepsi risiko terhadap kecenderungan mahasiswa dalam menggunakan QRIS, baik secara individu maupun bersama-sama. Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat kemudahan penggunaan QRIS tidak selalu menjadi faktor utama yang mendorong minat pengguna. Sebaliknya, persepsi terhadap manfaat yang diperoleh dan penilaian terhadap risiko terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan mahasiswa magister untuk

³⁶ W.T.J. Laloan, Rudy S. Wenas & Sjendry S.R. Loindong, “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: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 11, No. 2, 2023, hlm. 375-386

menggunakan QRIS. Selain itu, temuan ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara keseluruhan berperan penting dalam membentuk tingkat kepercayaan pengguna. Dengan demikian, semakin tinggi manfaat yang dirasakan dan keyakinan terhadap keamanan sistem, semakin besar kecenderungan mahasiswa untuk memanfaatkan QRIS, meskipun kemudahan penggunaan bukanlah faktor penentu utama dalam motivasi penggunaan.

Tabel 2. 1 Mapping Persamaan dan Perbedaan

No	Nama (Tahun)	Judul	Variabel	Persamaan	Perbedaan
1.	Jacelyn Wangdra, Hermaya Ompusunggu ³⁷	“Pengaruh <i>Hedonic Motivation, Price Value dan Risk Perception</i> terhadap <i>Fintech Adoption</i> pada	<i>Hedonic Motivation, Price Value, Risk Perception, Fintech Adoption</i>	1. Variabel yang digunakan Sama-sama menggunakan <i>hedonisme</i> dan <i>price value</i> serta perilaku mahasiswa dalam	1. Penelitian terdahulu fokus pada <i>fintech adoption</i> secara umum, sedangkan penelitian sekarang fokus pada penggunaan QRIS <i>mobile banking</i> . 2. Hanya menggunakan TAM, sedangkan

³⁷ Jacelyn Wangdra dan Hermaya Ompusunggu, “Pengaruh *Hedonic Motivation, Price Value dan Risk Perception* terhadap *Fintech Adoption* pada Kalangan Mahasiswa di Kota Batam” *scientia Journal*. Vol 7. No 5 2025

		Kalangan Mahasiswa di Kota Batam”		menggunakan layanan keuangan digital	penelitian sekarang menggabungkan TAM dan TPB serta menambahkan variabel kemudahan.
2.	Mahendra Adhi Nugrohoa, Retno Sulistyania, Budi Tiara Novitasaria, Richard Chinomona ³⁸	“ <i>Digital Bank Adoption in Indonesia: The Role of Price Value, Perceived Risk, and Intention to Use</i> ”	<i>Hedonic Motivation, Price Value, Risk Perception, Fintech Adoption</i>	1. Sama-sama menggunakan variabel <i>Price Value</i> , juga sama-sama meneliti perilaku pengguna dalam adopsi layanan keuangan digital.	1. Objek penelitian berbeda. Penelitian terdahulu tidak meneliti variabel <i>hedonic lifestyle</i> dan kemudahan 2. Tidak menggunakan teori TAM dan TPB
3.	I Nyoman Budiarta dan Komang Endrawan	“ <i>Digital Payment Experience: Pengaruh</i>	Motivasi <i>Hedonis (Hedonic Lifestyle)</i> ,	1. Sama-sama menggunakan variabel <i>hedonic</i>	1. Penelitian terdahulu tidak meneliti variabel kemudahan serta fokus pada

³⁸ Mahendra Adhi Nugroho dkk., “Digital Bank Adoption in Indonesia: The Role of Price Value, Perceived Risk, and Intention to Use”, 2025

	Sumadi Putra ³⁹	Motivasi Hedonis dan Nilai Harga terhadap Minat Penggunaan QRIS”	Nilai Harga (Price Value) Minat Penggunaan QRIS	<i>lifestyle/hedonic motivation dan price value dalam penggunaan QRIS</i>	minat penggunaan QRIS, bukan penggunaan QRIS pada <i>mobile banking</i> secara khusus
4.	Romansyah Sahabuddin, Azlan Azhari, Andini Astuti Putri, Eky Maulia Salsabila, Syahwa Annisah, dan Riska Mahesa Ayu ⁴⁰	“Pengaruh Manfaat dan Kemudahan Penggunaan QRIS terhadap Minat Pengguna di Kalangan Gen Z Melalui Kepuasan	Manfaat, Kemudahan. Kepuasan Pelanggan. Minat Penggunaan QRIS	1. Sama-sama meneliti variabel kemudahan terhadap penggunaan QRIS pada kalangan mahasiswa/Gen Z. sama-sama mengacu	1. Penelitian terdahulu menambahkan Kepuasan Pelanggan tidak menambahkan variabel <i>Hedonic Lifestyle dan Price Value</i> , Lokasi penelitian sekarang lebih spesifik di mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember, sementara penelitian

³⁹ I Nyoman Budiarta & Komang Endrawan Sumadi Putra, “Digital Payment Experience: The Influence of Hedonic Motivation and Price Value on QRIS Usage Intention”, *INVEST :Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 6, No. 2, 2025, hlm. 398-407.

⁴⁰ Romansyah Sahabuddin, dkk., “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan QRIS terhadap Minat Pengguna di Kalangan Gen Z Melalui Kepuasan Pelanggan”, *E-Jurnal Kampus Akademik*, Vol. 5, No. 1, 2024.

		Pelanggan”		pada kerangka TAM.	terdahulu di kalangan Gen Z secara umum.
5.	Sophiana Nandias ⁴¹	“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Minat Mahasiswa dalam Bertransaksi Menggunakan QRIS pada Mahasiswa FEB ITS Mandala Jember”.	Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Keamanan. Minat menggunakan QRIS	1. Sama-sama menggunakan variabel kemudahan terhadap penggunaan QRIS pada mahasiswa.	1. Penelitian terdahulu menggunakan variabel Kepercayaan dan Keamanan tidak menggunakan variabel <i>hedonic lifestyle</i> dan <i>price value</i> 2. Tidak menggunakan teori TAM dan TPB

⁴¹ Sophiana Nandias. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Minat Mahasiswa dalam Bertransaksi Menggunakan QRIS pada Mahasiswa FEB ITS Mandala Jember”. Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember (2024).

6.	I Gusti Ayu Ratih Meilani dan Putu Sri Arta Jaya Kusuma ⁴²	“Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Kemudahan Penggunaan QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Gen-Z di Kota Denpasar”	Gaya Hidup Hedonisme, Kemudahan, Perilaku Konsumtif	1. Sama-sama meneliti QRIS sebagai objek penelitian. Sama-sama menggunakan variabel gaya hidup hedonis dan kemudahan.	1. Fokus penelitian terdahulu pada perilaku konsumtif, sedangkan penelitian sekarang fokus pada penggunaan QRIS mobile banking. 2. Tidak menggunakan teori TAM dan TPB
7.	Dina Ramadhan, Hendri Rahmayani Asri, Hantoro Arief Gisijanto, Nenik Diah	“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan	Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup, Literasi Keuangan Digital,	1. Variabel yang digunakan Sama-sama menggunakan penggunaan QRIS pada kalangan muda/mahasi	1. Penelitian ini menambahkan variabel literasi keuangan digital dan persepsi manfaat, sementara penelitian sekarang menekankan pada

⁴² I Gusti Ayu Agung Sinta, dkk., “Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Kemudahan Penggunaan QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Gen-Z di Kota Denpasar”, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 12, No. 2, 2023.

	Hartanti, dan Ekaning Setyarini ⁴³	Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda”	Keputusan Penggunaan QRIS	swa. gaya hidup dan kemudahan.	<i>hedonic lifestyle</i> , kemudahan, dan <i>price value</i> . 2. hanya menggunakan TAM sebagai dasar, sementara penelitian sekarang menggabungkan TAM dan TPB agar analisis lebih komprehensif.
8.	Nurrikkika ⁴⁴	“Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan dan Kemudahan Bertransaksi terhadap Keputusan	Gaya Hidup, Kepercayaan, Kemudahan, Keputusan Penggunaan	1. Variabel yang digunakan Sama-sama menggunakan penggunaan QRIS, gaya hidup dan kemudahan.	1. Penelitian terdahulu menambahkan variabel kepercayaan, sedangkan penelitian sekarang menekankan pada <i>hedonic lifestyle</i> ,

⁴³ Dina Ramadhan, Hendri Rahmayani Asri, Hantoro Arief Gisijanto, Nenek Diah Hartanti, dan Ekaning Setyarini, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda”, *Jurnal Lentera Bisnis Manajemen*, Vol. 3, No. 2, 2023.

⁴⁴ Nurrikkika, “Pengaruh gaya hidup, kepercayaan dan kemudahan bertransaksi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Quick Response Indonesian Standard (QRIS) (Studi kasus pada nasabah Bank Syariah Indonesia)”, UIN Walisongo 2023

		Nasabah dalam Menggunakan <i>Quick Response Indonesian Standard (QRIS)</i> ”			kemudahan, dan <i>price value.</i>
9.	Putri Irda Asri Lestari dan Fityan Izza Noor Abidin ⁴⁵	“Pengaruh Gaya Hidup <i>Hedonis</i> , Tingkat Pendidikan dan Tingkat Pendapatan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS.”	Gaya Hidup <i>Hedonis</i> , Tingkat Pendidikan, Tingkat Pendapatan	1. Sama-sama meneliti variabel Hedonic <i>Lifestyle/Gaya Hidup Hedonis</i> , juga sama-sama fokus pada perilaku penggunaan QRIS	1. Penelitian terdahulu menambahkan variabel Tingkat Pendidikan dan Tingkat Pendapatan

⁴⁵ Putri Irda Asri Lestari & Fityan Izza Noor Abidin, Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Tingkat Pendidikan, dan Tingkat Pendapatan terhadap Keputusan Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS), Preprint, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 2023

10.	Wicky T.J. Laloan, Rudy S. Wenas, dan Sjendry S.R. Loindong ⁴⁶	“Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Risiko terhadap Minat Pengguna <i>E- Payment</i> QRIS pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis “	Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Risiko, Minat Pengguna	1. Sama-sama menggunakan variabel kemudahan, sama-sama meneliti faktor yang memengaruhi penggunaan QRIS di kalangan mahasiswa	1. penelitian terdahulu memakai variabel manfaat, risiko, sedangkan penelitian sekarang memakai <i>hedonic lifestyle</i> , <i>price value</i> . Lokasi sampel berbeda 2. Tidak menggunakan teori TAM dan TPB
-----	---	---	---	--	---

⁴⁶ W.T.J. Laloan, dkk., “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: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 11, No. 2, 2023, hlm. 375-386

B. Kajian Teori

1. TAM (*Theory Acceptance Model*)

Technology Acceptance Model (TAM) diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1985 sebagai pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang secara khusus dirancang untuk konteks teknologi dan sistem informasi. Model ini bertujuan untuk menjelaskan serta memprediksi proses adopsi teknologi oleh pengguna berdasarkan persepsi yang mereka miliki terhadap teknologi tersebut. Model ini menyederhanakan jalan pikir pengguna dari keyakinan terhadap teknologi → sikap terhadap penggunaan → niat berperilaku → penggunaan aktual.⁴⁷

Dalam model TAM, ada dua variabel kunci yang mempengaruhi penerimaan teknologi: *Perceived Usefulness* (PU / persepsi kegunaan) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU / persepsi kemudahan penggunaan).

a) *Perceived Usefulness* menggambarkan sejauh mana seseorang meyakini bahwa pemanfaatan suatu teknologi mampu meningkatkan efektivitas kinerja atau memberikan manfaat yang nyata bagi aktivitas yang dilakukan.

b) *Perceived Ease of Use* menunjukkan tingkat keyakinan individu bahwa teknologi yang digunakan tidak membutuhkan banyak usaha, mudah dipelajari, mudah dioperasikan, serta tidak menimbulkan kesulitan atau beban bagi penggunanya.

⁴⁷ Mahendra, A. "Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam Menjelaskan Penerimaan Sistem Informasi". *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 21(1), 142–150. (2020).

Kedua variabel tersebut selanjutnya memengaruhi sikap individu terhadap penggunaan teknologi (*attitude toward using*) serta membentuk niat perilaku (*behavioral intention*) dalam menggunakannya. Niat perilaku tersebut kemudian menjadi pendorong utama terjadinya penggunaan teknologi secara aktual (*actual use*). Kelebihan TAM adalah model yang parsimoni (sederhana tetapi kuat) dan mudah diterapkan dalam berbagai konteks teknologi. Karena keterbatasan variabel dasar (PU dan PEOU), banyak penelitian menambahkan variabel eksternal (seperti kepercayaan, risiko, pengalaman, gaya hidup, nilai harga) ke dalam model TAM agar lebih kaya dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi. Dengan memasukkan variabel eksternal, peneliti bisa memperluas pemahaman mengapa seseorang menerima atau menolak suatu sistem teknologi di lingkungan spesifik.⁴⁸

Dalam penelitian ini, bermaksud menguji pengaruh *hedonic lifestyle*, kemudahan, dan *price value* terhadap penggunaan QRIS *mobile banking*. Hal ini bisa memandang kemudahan sebagai bagian dari PEOU (*Perceived Ease of Use*) di TAM, yakni persepsi pengguna bahwa sistem QRIS pada *mobile banking* mudah digunakan. Sedangkan *price value* (nilai harga) dan *hedonic lifestyle* bisa dimasukkan sebagai variabel eksternal yang memodifikasi atau

⁴⁸ Putri, L. & Syahrial, R. "Pengembangan Model Penerimaan Teknologi dengan Variabel Eksternal pada Layanan Finansial Digital". *Jurnal GLORY*, 2(1), 45–55. (2022).

memperkuat hubungan dari PU/PEOU ke niat/perilaku penggunaan. Dengan demikian, model TAM ini dijadikan kerangka dasar dan kemudian dimodifikasi agar relevan dengan konteks penggunaan QRIS pada *mobile banking*, untuk menjelaskan lebih komprehensif tentang keputusan penggunaan QRIS pada *mobile banking*.

2. TPB (*Theory Planned Behavior*)

Theory of Planned Behavior (TPB) dikembangkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1991 sebagai pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Dalam *Theory of Reasoned Action* (TRA) dijelaskan bahwa keinginan atau niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan terbentuk melalui pengaruh sikap individu terhadap perilaku tersebut serta tekanan atau norma subjektif yang berasal dari lingkungan sosialnya. Namun TRA dianggap kurang mampu menjelaskan situasi ketika individu tidak selamanya memiliki kendali penuh atas perilakunya.⁴⁹ Untuk itu, Ajzen menambahkan komponen *Perceived Behavioral Control* (PBC / kontrol perilaku yang dirasakan) ke dalam model sehingga menjadi TPB, ada tiga faktor penentu niat berperilaku: sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan komponen utama pada teori ini yakni:

- a) Sikap (*Attitude toward Behavior*): sejauh mana seseorang memandang perilaku tersebut sebagai hal yang positif atau

⁴⁹ Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.

negatif, berdasarkan keyakinan individu terhadap konsekuensi dari perilaku itu.

- b) Norma Subjektif (*Subjective Norms*): tingkat sejauh mana individu merasakan adanya persetujuan atau penolakan dari pihak-pihak yang dianggap penting di sekitarnya, seperti keluarga, teman, maupun figur sosial, terhadap perilaku yang akan dilakukan.
- c) Kontrol Perilaku yang Dirasakan (*Perceived Behavioral Control*): menunjukkan sejauh mana seseorang meyakini dirinya memiliki kapasitas, ketersediaan sumber daya, dan kontrol yang memadai untuk melakukan suatu tindakan, termasuk bagaimana individu memandang kemudahan serta berbagai kendala yang berpotensi dihadapi. Ketiga variabel tersebut secara simultan memengaruhi niat (*intention*) individu untuk melakukan suatu perilaku. Semakin positif sikap yang dimiliki, semakin kuat dukungan norma subjektif, serta semakin tinggi tingkat kontrol yang dirasakan, maka intensi seseorang untuk berperilaku akan semakin meningkat.

Kelebihan TPB dibanding TRA adalah kemampuannya menjelaskan perilaku ketika terdapat hambatan atau kondisi yang di luar kontrol penuh individu. Karena tidak semua tindakan bersifat volisional sempurna, PBC memberikan elemen penyesuaian realistis terhadap kenyataan bahwa faktor eksternal bisa mempengaruhi

pelaksanaan.⁵⁰ TPB telah diterapkan dalam banyak penelitian perilaku konsumen, adopsi teknologi, kesehatan, dan perilaku sosial lainnya. Peneliti sering memodifikasi TPB dengan menambahkan variabel eksternal atau konstruk tambahan seperti motivasi emosional, persepsi risiko, norma moral, dan nilai harga agar model menjadi lebih sesuai dengan konteks empiris yang diteliti

Penelitian ini mengacu pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai landasan teoretis yang digunakan dalam penyusunan dan analisis penelitian. Variabel seperti kemudahan dapat dipahami sebagai bagian dari *perceived behavioral control* (PBC), ketika pengguna menilai bahwa suatu sistem mudah untuk dioperasikan, maka mereka akan merasa memiliki tingkat kontrol yang cukup dalam menggunakannya. *Hedonic lifestyle* dan *price value* dapat dijadikan sebagai variabel eksternal yang memodifikasi keterkaitan antara sikap individu, norma subjektif, serta kontrol perilaku dengan niat maupun perilaku dalam menggunakan QRIS. Dengan memasukkan variabel eksternal ini ke dalam TPB, penelitian ini akan memperkaya model TPB standar sehingga lebih sesuai konteks *mobile banking* dan QRIS.

3. *Hedonic Lifestyle*

Hedonic lifestyle atau gaya hidup *hedonis* merupakan pola kehidupan yang hanya menekankan pada pencarian kesenangan, kepuasan emosional, dan pengalaman menyenangkan dalam setiap

⁵⁰ Lubis, Z. A. "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian di Shopee Live Menggunakan Theory of Planned Behavior". *Jurnal GREAT: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol.1 No.2, 2024

aktivitas, termasuk dalam perilaku konsumsi. Individu dengan gaya hidup hedonis cenderung memilih produk atau layanan tidak hanya berdasarkan fungsi utilitas, tetapi juga karena nilai simbolik, kesenangan emosional, trend, serta sensasi yang ditawarkan. Dalam konteks penggunaan teknologi keuangan seperti QRIS, gaya hidup hedonis dapat memengaruhi preferensi individu untuk memilih metode pembayaran digital yang dianggap lebih praktis, modern, dan sesuai dengan tren sosial, sehingga tidak semata-mata berperan sebagai sarana transaksi, tetapi juga memberikan rasa kepuasan psikologis dan status sosial tertentu⁵¹

Keterkaitan *hedonic lifestyle* dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) terlihat jelas dalam pembentukan intensi penggunaan QRIS. Menurut Ajzen (1991), niat berperilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*. Pertama, gaya hidup hedonis berkontribusi pada sikap positif individu terhadap penggunaan QRIS, karena pengguna dengan kecenderungan *hedonis* melihat QRIS sebagai sesuatu yang menyenangkan, praktis, dan memberi pengalaman modern. Kedua, norma subjektif juga berperan karena individu dengan gaya hidup *hedonis* biasanya lebih memperhatikan pandangan lingkungan sosial, sehingga tren penggunaan QRIS di kalangan teman sebaya atau komunitas dapat memperkuat niat mereka untuk menggunakannya. Ketiga, persepsi

⁵¹ Siti Dinda Haryani, Auliya Syaf, Muhammad Fadhli, "Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Kecenderungan Impulsive Buying Pada Remaja", *Jurnal Anfusina*, Volume 5, No. 1, Tahun 2022

kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) terbentuk dari tingkat keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengakses perangkat, aplikasi, serta infrastruktur digital yang selaras dengan tuntutan gaya hidup hedonis. Oleh karena itu, gaya hidup *hedonis* berperan dalam memperkuat keterkaitan antara sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap niat untuk menggunakan QRIS.⁵²

Dengan kata lain, *hedonic lifestyle* menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi bagaimana seseorang membentuk intensi perilaku dalam menggunakan QRIS. Mahasiswa dengan gaya hidup hedonis cenderung lebih terbuka pada teknologi baru, lebih sensitif terhadap trend sosial, serta merasa lebih percaya diri menggunakan layanan keuangan digital. Hal ini menjadikan *hedonic lifestyle* relevan untuk dianalisis dalam kerangka TPB, karena dapat menjelaskan bagaimana sikap, norma sosial, dan persepsi kontrol bersinergi dalam mendorong perilaku penggunaan QRIS

4. Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menggambarkan pandangan individu mengenai tingkat kesederhanaan suatu teknologi sehingga dapat dimanfaatkan tanpa memerlukan usaha yang berlebihan. Dalam layanan keuangan digital, kemudahan tercermin dari anggapan pengguna bahwa QRIS atau mobile banking mudah

⁵² I Gusti Ayu Ratih Meilani & Putu Sri Arta Jaya Kusuma, "Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Kemudahan Penggunaan QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Gen-Z di Kota Denpasar", *Accounting Research Unit (ARU Journal)*, Volume 5, Nomor 1, 2024

dipelajari, tidak kompleks dalam pengoperasiannya, serta memungkinkan transaksi dilakukan secara cepat dan efisien. Aspek kemudahan ini meliputi unsur teknis seperti desain antarmuka yang sederhana, alur transaksi yang praktis, serta rendahnya kendala teknis saat digunakan. Ketika pengguna memiliki persepsi bahwa QRIS mudah digunakan, dorongan untuk memilih metode pembayaran ini akan semakin kuat dibandingkan dengan cara pembayaran konvensional.

Hubungan antara kemudahan penggunaan dan *Technology Acceptance Model* (TAM) memiliki keterkaitan yang sangat erat. Menurut Fred Davis, TAM menjelaskan bahwa niat seseorang dalam mengadopsi suatu teknologi dipengaruhi oleh dua konstruk utama, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Persepsi kemudahan penggunaan mencerminkan keyakinan individu bahwa teknologi dapat digunakan tanpa menimbulkan kesulitan yang berarti. Dalam konteks QRIS, ketika mahasiswa merasakan bahwa sistem tersebut mudah digunakan, hal ini akan meningkatkan pandangan mereka terhadap manfaat QRIS dalam mempermudah proses transaksi. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan berperan penting dalam membentuk sikap positif terhadap QRIS dan pada akhirnya memperkuat niat untuk menggunakannya.⁵³

⁵³ Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.

Dengan kata lain, kemudahan berfungsi sebagai pintu masuk bagi penerimaan teknologi baru. Jika mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember memandang QRIS sebagai sistem pembayaran yang praktis, efisien, dan tidak membebani, maka hal tersebut akan meningkatkan sikap positif, memperkuat persepsi kegunaan, dan pada akhirnya meningkatkan intensi mereka untuk menggunakannya dalam aktivitas keuangan sehari-hari.

5. *Price Value*

Price value menggambarkan penilaian individu mengenai perbandingan antara manfaat yang diterima dengan pengorbanan atau biaya yang dikeluarkan dalam menggunakan suatu produk atau layanan. Dalam konteks teknologi keuangan digital seperti QRIS, *price value* mencerminkan sejauh mana pengguna menilai bahwa biaya penggunaan, baik berupa biaya transaksi, penggunaan kuota internet, maupun sumber daya lainnya, sebanding dengan manfaat yang diperoleh, seperti kemudahan, kecepatan, dan keamanan transaksi. Ketika manfaat yang dirasakan lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan, maka nilai harga dipersepsikan positif. Sebaliknya, apabila manfaat yang diterima dianggap lebih kecil daripada pengorbanan yang ditanggung, maka *price value* akan dipersepsikan negatif.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB), *price value* dapat memengaruhi sikap individu terhadap suatu perilaku (*attitude*

toward behavior). Apabila mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember memandang bahwa penggunaan QRIS memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya atau pengorbanan yang dikeluarkan, maka penilaian tersebut akan membentuk sikap yang cenderung positif terhadap QRIS. Sikap positif ini kemudian berperan sebagai faktor pendorong dalam membentuk niat untuk menggunakan QRIS. Dengan demikian, semakin tinggi persepsi mahasiswa terhadap nilai ekonomis QRIS, semakin kuat pula sikap positif yang terbentuk terhadap penggunaan layanan pembayaran tersebut.⁵⁴

Selain itu, *price value* juga berkaitan dengan norma subjektif (*subjective norms*) dalam TPB. Mahasiswa seringkali membandingkan pengalaman dan pendapat teman sebaya terkait manfaat dan biaya QRIS. Apabila lingkungan sosial menganggap QRIS efisien dan terjangkau, maka tekanan sosial atau dorongan dari orang lain akan memperkuat niat mahasiswa untuk menggunakan QRIS. Dengan demikian, norma subjektif dapat memperkuat hubungan antara *price value* dan intensi perilaku, karena penilaian tentang harga dan manfaat seringkali dipengaruhi oleh opini kelompok sosial⁵⁵

6. QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*)

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah standar kode QR nasional yang diterapkan dalam sistem pembayaran digital di

⁵⁴ Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.

⁵⁵ Rachmawati, D. (2021). “Pengaruh Price Value, Trust, dan Hedonic Motivation terhadap Intention to Use Mobile Payment di Indonesia”. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 19(1), 11–22.

Indonesia dan dikembangkan oleh Bank Indonesia bekerja sama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia. QRIS dirancang untuk menyatukan berbagai kode QR dari penyelenggara jasa sistem pembayaran agar dapat digunakan secara luas dan seragam oleh masyarakat. Melalui penerapan QRIS, pengguna tidak lagi perlu menginstal banyak aplikasi atau menghadapi beragam kode QR yang berbeda, karena seluruh transaksi pembayaran dapat dilakukan dengan satu standar kode QR yang sama. Keberadaan QRIS ini memberikan kemudahan bagi konsumen dan pelaku usaha dalam melakukan transaksi nontunai secara lebih efisien, praktis, dan aman.

QRIS menjadi salah satu elemen strategis dalam proses transformasi digital sektor keuangan di Indonesia. Melalui penerapan QRIS, Bank Indonesia berupaya meningkatkan inklusi keuangan, memperluas jangkauan masyarakat terhadap layanan pembayaran digital, serta mendorong efisiensi dalam sistem pembayaran nasional. QRIS dapat digunakan untuk berbagai jenis transaksi, seperti pembayaran ritel, donasi, layanan transportasi, hingga transaksi lintas negara. Dengan demikian, QRIS tidak hanya berperan sebagai instrumen pembayaran, tetapi juga sebagai media integrasi ekosistem digital yang mendukung percepatan pertumbuhan ekonomi nasional.

Di luar kegunaan praktisnya, QRIS juga memiliki nilai strategis dalam membangun sistem pembayaran yang lebih transparan, mudah dipantau, dan aman. Dari sisi konsumen, QRIS memberikan

kemudahan karena dapat digunakan melalui berbagai aplikasi mobile banking maupun dompet digital yang telah terintegrasi dengan sistem Bank Indonesia. Sementara itu, bagi pelaku usaha, penerapan QRIS membantu mempermudah pencatatan transaksi, meminimalkan risiko peredaran uang palsu, serta memperluas jangkauan pasar kepada lebih banyak konsumen. Oleh karena itu, QRIS menjadi solusi pembayaran yang efisien, baik bagi pengguna individu maupun bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Dari sudut pandang akademis, QRIS dapat dipandang sebagai bentuk inovasi teknologi yang dapat dikaji menggunakan pendekatan teori perilaku, seperti *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Dalam perspektif TAM, tingkat penerimaan terhadap QRIS dipengaruhi oleh persepsi pengguna mengenai kemudahan penggunaan serta manfaat yang dirasakan. Sementara itu, melalui kerangka TPB, perilaku penggunaan QRIS dapat dijelaskan berdasarkan sikap individu terhadap teknologi tersebut, pengaruh norma sosial yang mendorong pemanfaatannya, serta persepsi kontrol individu terkait akses dan kemampuan dalam menggunakannya. Oleh karena itu, QRIS tidak hanya berfungsi sebagai sarana pembayaran, tetapi juga merepresentasikan fenomena

sosial yang mencerminkan perubahan perilaku keuangan masyarakat di era digital.⁵⁶

7. *Mobile Banking*

Mobile banking yaitu, fasilitas perbankan yang disediakan oleh bank untuk memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan melalui perangkat seluler, seperti ponsel pintar atau tablet. Melalui aplikasi *mobile banking*, nasabah dapat memanfaatkan beragam layanan, mulai dari melihat saldo rekening, melakukan transfer dana, membayar tagihan, hingga membeli produk digital. Kehadiran layanan ini merupakan wujud inovasi teknologi yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam mengelola keuangan, tanpa harus datang langsung ke kantor cabang atau menggunakan mesin ATM.

Mobile banking tidak sekadar berfungsi sebagai media transaksi, melainkan juga menjadi alat strategis bagi industri perbankan untuk meningkatkan mutu layanan dan memperkuat daya saing. Melalui aplikasi yang dirancang aman dan mudah diakses, layanan ini dapat meningkatkan efisiensi operasional bank, memperluas jangkauan pelayanan ke berbagai lapisan masyarakat, serta mendukung peningkatan literasi dan inklusi keuangan. Upaya tersebut sejalan dengan kebijakan dan inisiatif yang didorong oleh Bank Indonesia dan

⁵⁶ Rahmawati, D., & Prasetyo, T. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan QRIS di Kalangan Generasi Milenial". *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 5(1), 23–35. 2022

Otoritas Jasa Keuangan dalam mempercepat digitalisasi sistem keuangan nasional.⁵⁷

Penggunaan *mobile banking* dapat dikaji melalui kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), di mana sejauh mana nasabah menerima layanan ini dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) serta manfaat yang diperoleh (*perceived usefulness*). Semakin tinggi persepsi kemudahan dan manfaat yang dirasakan dari aplikasi *mobile banking*, maka semakin besar pula minat dan niat nasabah untuk memanfaatkannya dalam kegiatan keuangan sehari-hari.⁵⁸

C. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan sementara yang diajukan sebagai jawaban dugaan terhadap rumusan masalah penelitian, yang kebenarannya harus diuji melalui pengumpulan dan analisis data. Penyusunan hipotesis didasarkan pada teori, konsep, atau temuan dari penelitian terdahulu, sehingga berfungsi sebagai panduan dalam menentukan arah dan fokus penelitian. Dengan demikian, hipotesis menjadi dasar untuk menguji hubungan antarvariabel secara empiris dalam penelitian kuantitatif.⁵⁹

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁵⁷ Bank Indonesia. (2021). *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025*. Jakarta: Bank Indonesia.

⁵⁸ Nugroho, A., & Hidayat, W. "Analisis Penerimaan Mobile Banking Menggunakan Model TAM". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 36(1), 87–98. 2021

⁵⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013).

1. *Hedonic lifestyle* terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh I Nyoman Budiarta dan Komang Endrawan Sumadi Putra menemukan bahwa motivasi *hedonis* turut meningkatkan minat penggunaan QRIS pada *mobile banking*. Hal ini disebabkan karena QRIS tidak hanya memberikan kemudahan dalam transaksi, tetapi juga menghadirkan pengalaman digital modern yang selaras dengan pola hidup *hedonis*.⁶⁰ Sementara itu, penelitian Nurrizkika menegaskan bahwa gaya hidup, termasuk gaya hidup *hedonis*, memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan QRIS pada *mobile banking*. Nasabah dengan kecenderungan mengikuti trend dan mengutamakan kenyamanan lebih mudah terdorong untuk mengadopsi sistem pembayaran digital tersebut.⁶¹

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, hipotesis dapat dirumuskan bahwa gaya hidup hedonis (*hedonic lifestyle*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan QRIS dalam layanan *mobile banking*. Individu dengan gaya hidup hedonis cenderung menekankan kesenangan, kenyamanan, dan kepuasan dalam melakukan transaksi, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan mereka untuk mengadopsi metode pembayaran digital modern seperti

⁶⁰ I Nyoman Budiarta & Komang Endrawan Sumadi Putra, "Digital Payment Experience: The Influence of Hedonic Motivation and Price Value on QRIS Usage Intention", *INVEST :Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 6, No. 2, 2025, hlm. 398-407.

⁶¹ Nurrizkika, "Pengaruh gaya hidup, kepercayaan dan kemudahan bertransaksi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Quick Response Indonesian Standard (QRIS) (Studi kasus pada nasabah Bank Syariah Indonesia)", UIN Walisongo 2023

QRIS. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *hedonic lifestyle* seseorang, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi sehari-hari. maka, hipotesis penelitian ini adalah:

H_1 : *Hedonic lifestyle* berpengaruh terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking*

2. Kemudahan terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sophiana Nandias, terbukti bahwa tingkat kemudahan dalam menggunakan QRIS secara signifikan memengaruhi minat mahasiswa untuk mengadopsi teknologi pembayaran tersebut.⁶² Temuan ini mengindikasikan bahwa layanan digital yang lebih mudah diakses cenderung meningkatkan minat pengguna, terutama di kalangan mahasiswa, untuk memanfaatkannya.

Selain itu, studi yang dilakukan oleh Dina Ramadhan, Hendri Rahmayani Asri, Hantoro Arief Gisijanto, Nenik Diah Hartanti, dan Ekaning Setyarini juga menegaskan bahwa persepsi kemudahan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan generasi muda dalam mengadopsi QRIS.⁶³ Kemudahan di sini

⁶² Sophiana Nandias. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Minat Mahasiswa dalam Bertransaksi Menggunakan QRIS pada Mahasiswa FEB ITS Mandala Jember". Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember (2024).

⁶³ Dina Ramadhan, Hendri Rahmayani Asri, Hantoro Arief Gisijanto, Nenik Diah Hartanti, dan Ekaning Setyarini, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda", *Jurnal Lentera Bisnis Manajemen*, Vol. 3, No. 2, 2023.

mencakup kemudahan akses, kecepatan, dan kepraktisan penggunaan QRIS dalam transaksi sehari-hari.

Dari hasil kedua penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan berperan secara positif dan signifikan dalam mendorong adopsi QRIS melalui layanan *mobile banking*. Hal ini terjadi karena pengguna cenderung lebih memilih memanfaatkan QRIS ketika sistem yang tersedia mudah dipahami, praktis, dan bebas dari hambatan. Dengan kata lain, semakin besar kemudahan yang dirasakan, semakin tinggi pula kemungkinan pengguna untuk melakukan transaksi menggunakan QRIS di platform *mobile banking*. Maka hipotesis pada penelitian ini adalah:

H_1 : Kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking*

3. *Price value* terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking*

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mahendra Adhi Nugrohoa, Retno Sulistyania, Budi Tiara Novitasaria, dan Richard Chinomona mengungkapkan bahwa *price value* berperan penting dan signifikan dalam mendorong penggunaan digital banking di Indonesia. Temuan ini menunjukkan bahwa ketika masyarakat menilai suatu layanan memiliki nilai yang sepadan dengan biaya atau manfaat yang diterima, minat mereka untuk mengadopsi layanan tersebut cenderung

meningkat..⁶⁴ Selain itu, studi yang dilakukan oleh Jacelyn Wangdra dan Hermaya Ompusunggu menegaskan bahwa *price value* menjadi faktor kunci dalam mendorong penggunaan layanan *fintech*. Mahasiswa cenderung lebih tertarik menggunakan platform keuangan digital yang dianggap memberikan keuntungan atau manfaat lebih tinggi dibandingkan biaya yang mereka keluarkan.⁶⁵

Hasil dari kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa *price value* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan QRIS melalui layanan *mobile banking*. Hal ini karena pengguna cenderung menilai QRIS sebagai layanan yang efisien, hemat biaya, dan mampu menghadirkan manfaat maksimal dalam mendukung transaksi sehari-hari. Dengan kata lain, semakin besar nilai yang dirasakan dari layanan ini, semakin tinggi kemungkinan individu untuk memanfaatkan QRIS sebagai alat pembayaran digital. Maka hipotesis pada penelitian ini adalah:

H₁ : *Price value* berpengaruh terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking*

⁶⁴ Mahendra Adhi Nugroho dkk., "Digital Bank Adoption in Indonesia: The Role of Price Value, Perceived Risk, and Intention to Use", 2025

⁶⁵ Jacelyn Wangdra dan Hermaya Ompusunggu, "Pengaruh Hedonic Motivation, Price Value dan Risk Perception terhadap Fintech Adoption pada Kalangan Mahasiswa di Kota Batam" *scientia Journal*. Vol 7. No 5 2025

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni metode yang menitikberatkan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dalam bentuk data numerik, serta menganalisisnya menggunakan teknik statistik. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian adalah untuk mengevaluasi pengaruh variabel bebas, yaitu *hedonic lifestyle*, kemudahan, dan *price value*, terhadap variabel terikat, yakni penggunaan QRIS pada layanan *mobile banking* mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember. Jenis penelitian yang diterapkan adalah penelitian asosiatif kausal (*causal associative research*), yang bertujuan untuk mengidentifikasi serta menganalisis hubungan sebab-akibat antara dua atau lebih variabel penelitian.⁶⁶ Penelitian ini juga bertujuan untuk menilai sejauh mana *hedonic lifestyle*, kemudahan, dan *price value* memengaruhi penggunaan QRIS pada layanan *mobile banking*, baik secara individu (parsial) maupun bersama-sama (simultan). Dengan demikian, penelitian ini tidak sekadar menggambarkan fenomena yang terjadi, tetapi juga secara empiris menguji pengaruh antarvariabel yang diteliti.

⁶⁶ Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta (2012).

B. Populasi Dan Sample

Dalam konteks penelitian kuantitatif, populasi merujuk pada seluruh individu atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan telah ditentukan oleh peneliti sebagai fokus studi, sekaligus menjadi dasar dalam penarikan kesimpulan. Populasi ini menjadi target utama generalisasi, sehingga data yang diperoleh diharapkan dapat mencerminkan kondisi populasi secara keseluruhan. Karena jumlah populasi sering kali terlalu besar untuk diteliti secara menyeluruh, pengambilan sampel menjadi langkah krusial. Sampel berfungsi sebagai wakil dari populasi, sehingga hasil penelitian yang diperoleh dari sampel dapat digeneralisasikan, asalkan sampel tersebut bersifat representatif.⁶⁷

1. Populasi

Dalam penelitian, populasi merujuk pada seluruh elemen atau objek yang memiliki ciri-ciri tertentu dan telah ditentukan oleh peneliti sebagai bahan kajian, yang kemudian menjadi dasar untuk menarik kesimpulan. Populasi ini meliputi individu, kelompok, gejala, maupun peristiwa yang relevan dengan topik penelitian, sehingga menjadi acuan utama dalam melakukan generalisasi hasil penelitian.⁶⁸ Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih menggunakan metode tertentu dan dianggap mewakili karakteristik keseluruhan

⁶⁷ Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

⁶⁸ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. (2015)

populasi. Pengambilan sampel diperlukan karena peneliti sering terbatas oleh waktu, tenaga, dan biaya sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh anggota populasi⁶⁹. Melalui penggunaan sampel, peneliti tetap dapat memperoleh data yang valid dan reliabel.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan Simple Random Sampling, yaitu metode pemilihan sampel secara acak. Dengan teknik ini, anggota sampel diambil dari populasi tanpa memperhitungkan adanya kelompok atau stratifikasi tertentu di dalam populasi⁷⁰. Sampel yang dipilih diasumsikan dapat menggambarkan karakteristik populasi secara menyeluruh. Untuk menetapkan jumlah sampel dari suatu populasi, dapat digunakan rumus berikut:

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n: Ukuran sampel

N: Ukuran populasi

e: Margin eror yang ditoleransi⁷¹

Dengan menggunakan nilai e 5% maka diperoleh jumlah sample sebagai berikut:

⁶⁹ Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31

⁷⁰ Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

⁷¹ Ma'ruf Abdullah, "*Metodologi Penelitian Kuantitatif*", (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 237.

$$n = \frac{2163}{1 + 2163(0,05)^2}$$

$$n = \frac{2163}{1 + 2163 (0,0025)}$$

$$n = \frac{2163}{1 + 5,4075}$$

$$n = \frac{2163}{6,4075} = 337,6$$

Berdasarkan perhitungan, jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 337,6 mahasiswa. Untuk kepentingan praktis, angka tersebut dibulatkan menjadi 340 responden mahasiswa.

C. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data

Data merupakan elemen krusial dalam setiap penelitian, karena seluruh temuan diperoleh melalui proses pengumpulan dan pengolahan informasi yang kemudian diinterpretasikan menjadi kesimpulan. Tahap pengumpulan data menjadi salah satu langkah paling penting, karena hal ini menunjukkan bahwa tujuan penelitian bergantung pada ketersediaan data yang valid dan relevan. Oleh karena itu, penggunaan instrumen pengumpulan data sangat diperlukan agar proses tersebut dapat dilakukan secara terstruktur, terencana, dan sistematis. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan mencakup:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan merancang serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis,

lalu menyebarkannya kepada responden. Instrumen ini digunakan untuk mendapatkan informasi, pandangan, atau tanggapan dari responden yang sesuai dengan kebutuhan serta tujuan penelitian.⁷² Dalam penelitian ini, skala Likert digunakan sebagai instrumen pengukuran untuk menangkap sikap, penilaian, dan persepsi responden terhadap objek yang diteliti. Melalui skala ini, peneliti dapat menilai sejauh mana responden menyetujui atau merespons setiap pernyataan yang diajukan. Data yang diperoleh bersifat kuantitatif, sehingga dapat dianalisis secara statistik dan mampu menggambarkan kecenderungan pandangan serta perilaku responden dengan lebih objektif.⁷³ Variabel-variabel yang dijadikan fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Sumber
<i>Hedonic Lifestyle</i> (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesenangan/kenikmatan yang diperoleh saat menggunakan QRIS 2. Penggunaan QRIS sebagai sarana tren/gaya hidup modern 3. Aspek emosional positif (seru, menyenangkan) dalam menggunakan metode pembayaran digital 4. Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap keputusan memakai QRIS 	I Gusti Ayu Ratih Meilani, Putu Sri Arta Jaya Kusuma (2024)

⁷² Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Bandung, Alfabeta, 2016), 142

⁷³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Bandung, Alfabeta, 2016), 93

Kemudahan (<i>Perceived Ease of Use</i>) (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seberapa mudah mahasiswa memahami cara menggunakan QRIS 2. Waktu / usaha teknis yang dibutuhkan untuk memakai QRIS 3. Minimnya hambatan / kesulitan dalam penggunaan QRIS (teknologi / jaringan / kecepatan) 	Syahri, Setyawati (2023)
<i>Price Value</i> (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi bahwa manfaat QRIS sepadan / melebihi biaya penggunaan 2. Pengaruh harga / biaya / biaya transaksi terhadap minat/niat menggunakan QRIS 3. Pengaruh insentif (promo / diskon / reward) terhadap keputusan penggunaan 4. Kesiapan membayar jika ada biaya tambahan karena kemudahan / kecepatan 	Ferren Noor Annisa, Sri Vandayuli Riorini, Ruri Kirana, Rethasioina Ginting (2023)
Penggunaan QRIS (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Niat untuk terus menggunakan QRIS dalam <i>mobile banking</i> 2. Frekuensi penggunaan (berapa sering dalam periode tertentu) 3. Intensitas transaksi QRIS (jumlah transaksi / volume) 4. Kepuasan terhadap pengalaman penggunaan QRIS 	Agustin, Fazizah (2023)

2. Dokumentasi

Selain mengandalkan data primer, penelitian ini juga didukung oleh pemanfaatan data sekunder yang bersumber dari beragam dokumen, laporan, serta publikasi resmi yang diterbitkan oleh lembaga-lembaga terkait, seperti Bank Indonesia dan Otoritas Jasa

Keuangan, serta berbagai publikasi perbankan syariah yang mengulas penerapan dan penggunaan QRIS.

D. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan sebagai tahap berikutnya setelah seluruh informasi dari responden maupun sumber pendukung lainnya terkumpul. Proses ini melibatkan serangkaian langkah pengolahan data untuk mempersiapkan informasi agar dapat dianalisis secara sistematis juga dilaksanakan secara terstruktur, baik data yang diperoleh melalui observasi, penyebaran kuesioner, maupun studi dokumentasi. Proses pengolahan data dilakukan dengan mengelompokkan informasi sesuai karakteristiknya, menjaga keutuhan dan keakuratan data, mengidentifikasi temuan yang bersifat esensial, serta menyusun data ke dalam bagian-bagian yang relevan. Dengan demikian, hasil analisis dapat diinterpretasikan secara lebih runtut, sistematis, dan mudah dipahami⁷⁴. Pengolahan data dilakukan untuk menyusun dan menyajikan informasi secara sistematis sehingga hasil penelitian sehingga informasi tersebut dapat dipahami secara lebih jelas, baik oleh peneliti maupun pembaca. Dalam penelitian ini, tahapan analisis data dilaksanakan melalui beberapa prosedur yang akan diuraikan sebagai berikut:

1. Proses editing

Tahap pertama dalam pengolahan data dimulai dengan proses penyuntingan (editing), yaitu meninjau kembali seluruh data yang

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung, Alfabeta, 2016), 147
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

diperoleh dari lapangan, baik melalui observasi maupun jawaban survei responden, untuk memastikan data tersebut lengkap dan jelas sebelum dianalisis lebih lanjut.

2. Tabulasi

Tahap berikutnya dalam pengolahan data adalah tabulasi, yang mencakup pengumpulan, pengorganisasian, dan penyajian data agar memudahkan proses analisis selanjutnya. Setelah data tertata, analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* versi Windows.

3. Uji instrumen data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah prosedur yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen penelitian dapat mengukur konsep atau variabel yang dimaksud hendak diteliti. Dalam pendekatan kuantitatif, pengujian ini umumnya diterapkan pada kuesioner dengan cara membandingkan skor total instrumen dengan skor yang diperoleh dari setiap butir pertanyaan. Apabila suatu item memiliki hubungan yang signifikan dengan skor keseluruhan, maka item tersebut dinyatakan valid karena mampu mencerminkan variabel penelitian secara akurat. Sebaliknya, butir pertanyaan yang menunjukkan tingkat hubungan yang lemah atau tidak signifikan dianggap kurang representatif, sehingga perlu diperbaiki atau dieliminasi. Dengan demikian, pelaksanaan uji

validitas menjadi tahapan krusial untuk memastikan kualitas data yang dikumpulkan serta memastikan bahwa temuan penelitian didukung oleh dasar ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan.⁷⁵

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan melalui angket atau kuesioner memiliki tingkat akurasi yang memadai, yaitu kemampuan alat ukur dalam menangkap aspek-aspek yang secara spesifik menjadi fokus kajian penelitian. Melalui uji ini, peneliti dapat menilai apakah setiap butir pertanyaan telah sesuai dengan tujuan pengukuran yang ditetapkan dalam penelitian, pemeriksaan validitas dilakukan menggunakan SPSS for Windows sehingga hubungan antara setiap butir pertanyaan dan skor keseluruhan dapat dievaluasi dengan cepat dan akurat. Suatu item dianggap valid apabila korelasinya dengan skor keseluruhan menunjukkan signifikansi statistik, sehingga dapat dipercaya dalam mengukur variabel yang diteliti. Beberapa kategori nilai yang digunakan untuk menentukan validitas dijelaskan sebagai berikut:

- a) Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel} = \text{valid}$
 - b) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel} = \text{tidak valid}$
- b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai sejauh mana suatu instrumen penelitian konsisten dan dapat diandalkan, yakni

⁷⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 121.

kemampuan alat ukur dalam menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya. Tujuan pengujian ini adalah memastikan bahwa instrumen, terutama kuesioner, akan memberikan hasil yang serupa jika digunakan kembali dalam kondisi yang setara. Instrumen yang terbukti reliabel menunjukkan bahwa alat ukur tersebut memiliki konsistensi yang baik dalam mengukur variabel penelitian, menandakan kestabilan dan keandalan alat, sehingga kesimpulan yang dihasilkan menjadi lebih valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha, yang digunakan untuk menilai konsistensi internal instrumen penelitian, khususnya kuesioner. Nilai *Cronbach's Alpha* mencerminkan sejauh mana alat ukur dapat diandalkan; semakin tinggi nilainya, semakin besar pula tingkat keandalan instrumen tersebut. Secara umum, interpretasi terhadap nilai reliabilitas dapat dikategorikan sebagai berikut: 0,00–0,20 sangat rendah, 0,21–0,40 rendah, 0,41–0,60 sedang, 0,61–0,80 tinggi, dan 0,81–1,00 sangat tinggi. Instrumen penelitian dianggap memenuhi syarat untuk digunakan apabila nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$, meskipun pada penelitian eksploratif, nilai $\geq 0,60$ masih dapat diterima⁷⁶.

⁷⁶ Ghozali, I. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro (2018).

4. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk memverifikasi bahwa model regresi yang diterapkan memenuhi seluruh ketentuan statistik yang diperlukan, sehingga hasil analisis menjadi valid dan dapat dipercaya ketentuan metodologis dan terbebas dari kesalahan perumusan model. Melalui tahapan ini, peneliti dapat memastikan bahwa data yang digunakan telah sesuai dengan prasyarat analisis regresi, sehingga hasil pengujian hipotesis yang diperoleh memiliki tingkat keabsahan yang lebih tinggi dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menilai apakah data penelitian terdistribusi secara normal. Dalam studi ini, pemeriksaan normalitas diterapkan dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*, dengan mempertimbangkan dua kriteria utama sebagai dasar penilaian kelayakan distribusi data:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka residual tidak berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka residual berdistribusi normal.⁷⁷

⁷⁷ Abd Rozak dan Wiwin Sri Hidayati, "Pengolahan data dengan SPSS," (2019): 53.

b) Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas adalah bagian dari tahapan asumsi klasik yang bertujuan untuk mendeteksi hubungan yang terlalu kuat antarvariabel independen dalam model regresi. Kondisi ini dapat menghambat akurasi analisis, karena membuat sulit untuk menilai pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah. Dalam penelitian kuantitatif, pemeriksaan multikolinearitas biasanya dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) yang diperoleh melalui pengolahan data menggunakan SPSS, dengan kriteria tertentu sebagai pedoman pengambilan keputusan:

- 1) Nilai *Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10: Ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas yang signifikan antara variabel independen dalam model regresi.
- 2) Nilai *Tolerance* < 0,10 dan VIF > 10: Ini menunjukkan adanya multikolinieritas yang signifikan antara variabel independen⁷⁸

c) Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengecek apakah varians residual dalam model regresi tersebar secara merata atau menunjukkan perbedaan. Pengujian ini penting untuk memastikan bahwa estimasi parameter regresi bebas dari bias serta memiliki

⁷⁸ Dwi Prayitno, *Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), 152.

kestabilan dan keandalan yang cukup untuk dianalisis lebih lanjut.⁷⁹

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda adalah teknik analisis kuantitatif yang digunakan untuk menilai hubungan antara satu variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Metode ini dipakai ketika peneliti ingin mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara simultan maupun individual. Selain itu, analisis ini memungkinkan peneliti untuk menentukan arah hubungan apakah positif atau negatif—serta menilai kontribusi relatif masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen,⁸⁰

Dalam analisis regresi linier berganda, model ekonometrika yang digunakan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \dots + e^{81}$$

Keterangan:

Y: Penggunaan QRIS pada *mobile banking*

a: Konstanta

b₁ : Koefisien regresi variabel X₁

b₂ : Koefisien regresi variabel X₂

b₃ : Koefisien regresi variabel X₃

X₁ : *Hedonic lifestyle*

⁷⁹ Dwi Prayitno, *Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), 152

⁸⁰ Ghazali, I. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. (2018).

⁸¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 2016, 192

X_2 : Kemudahan

X_3 : *Price value*

e: Eror

6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan tahap krusial dalam penelitian yang bertujuan untuk menilai apakah dugaan awal yang dirumuskan dapat diterima atau ditolak berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh, berdasarkan landasan teori atau temuan penelitian terdahulu. Melalui pengujian ini, peneliti dapat menentukan apakah hubungan atau pengaruh antarvariabel yang ditemukan pada sampel penelitian dapat digeneralisasikan dan berlaku pada populasi secara keseluruhan⁸².

a) Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t adalah metode statistik yang digunakan untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dalam model regresi. Pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah kontribusi tiap variabel bebas signifikan, dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya berada dalam kondisi tetap. Adapun ketentuan pengambilan keputusan dalam uji t dijelaskan sebagai berikut:

⁸² Gujarati, D. N., & Porter, D. C. *Dasar-Dasar Ekonometrika* (terjemahan). Jakarta: Salemba Empat. (2012).

- 1) Jika nilai signifikan >0.05 maka H_0 diterima artinya H_1 ditolak.
- 2) Jika nilai signifikan <0.05 maka H_0 ditolak artinya H_1 diterima.⁸³

b) Uji F

Pengujian statistik ini dilakukan untuk menilai apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, uji ini digunakan untuk memastikan kelayakan model regresi yang dikembangkan dalam penelitian. Pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan $\geq \alpha = 0.05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- 2) Jika nilai signifikan $\leq \alpha = 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.⁸⁴

c) Uji R^2 (Uji Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 mendekati satu, semakin besar pula kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan perubahan variabel terikat. Sebaliknya, nilai R^2 yang

⁸³ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013)

⁸⁴ Aminatus Zahriyah, *Aplikasi Komputer Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, 67.

rendah menunjukkan bahwa model regresi kurang mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen, sehingga sebagian perubahan kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti.⁸⁵



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁸⁵ Sugiyono Susanto dan Agus, *Aplikasi Mudah Belajar SPSS dan Lisrael*, 170.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum Responden Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan karakteristik responden melalui pengumpulan data primer menggunakan kuesioner. Responden yang menjadi fokus penelitian adalah mahasiswa aktif di FEBI UIN KHAS Jember, yang mencakup program S1 Ekonomi Syariah, S1 Manajemen Zakat dan Wakaf, S1 Perbankan Syariah, serta S1 Akuntansi Syariah. Penelitian ini difokuskan untuk menganalisis pengaruh hedonic lifestyle, kemudahan, dan price value terhadap penggunaan QRIS pada layanan mobile banking. Pengambilan sampel dilakukan Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik Simple Random Sampling, yaitu metode pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai responden tanpa adanya pengelompokan atau pertimbangan strata tertentu. Berikut adalah gambaran umum mengenai responden penelitian:

1. Prodi (Program Studi)

Tabel 4. 1 Program Studi

No	Prodi	Presentase
1.	Ekonomi Syariah	22,4%
2.	Manajemen Zakat dan Wakaf	10,9%
3.	Perbankan Syariah	45,9%
4.	Akuntansi Syariah	20,9%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2026

Data karakteristik program studi responden yang ditampilkan dalam tabel, dapat dilihat bahwa 22,4% responden berasal dari program studi Ekonomi Syariah, 10,9% dari Manajemen Zakat dan Wakaf, 45,9% berasal dari Perbankan Syariah, dan 20,9% merupakan mahasiswa program Akuntansi Syariah.

B. Deskripsi Variabel Penelitian

Pemaparan variabel penelitian dilakukan untuk menampilkan distribusi jawaban responden terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner, yang merefleksikan indikator-indikator dari masing-masing variabel yang diteliti. Persepsi *Hedonic Lifestyle* (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Persepsi *Price Value* (X3), serta Penggunaan QRIS pada *Mobile Banking* (Y). Penyajian deskripsi ini bertujuan untuk memperkuat dan melengkapi temuan dari analisis data yang telah dilakukan. Penilaian tanggapan responden menggunakan skala Likert, dengan skor 5 untuk Sangat Setuju (SS), 4 untuk Setuju (S), 3 untuk Netral (N), 2 untuk Tidak Setuju (TS),

dan 1 untuk Sangat Tidak Setuju (STS). Rekapitulasi hasil tanggapan responden untuk Setiap variabel dijelaskan atau disajikan sebagai berikut:

1. Penilaian Responden terhadap Persepsi *Hedonic Lifestyle*

Variabel Persepsi *Hedonic Lifestyle* dalam penelitian ini diukur melalui lima pernyataan, dengan skor jawaban mulai dari 1 hingga 5. Hasil distribusi jawaban responden berdasarkan perhitungan menunjukkan data berikut:

Tabel 4. 2 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Presepsi *Hedonic Lifestyle*

No	Butir Pertanyaan	Jawaban					
		SS	S	N	TS	STS	Total
		%	%	%	%	%	%
1	X1.p1	26,5%	64,4%	7,6%	0	1,5%	100%
2	X1.p2	28,2%	61%	8,8%	0	2,0%	100%
3	X1.p3	32,6%	63,8%	2,5%	0	1,1%	100%
4	X1.p4	25,9%	62,6%	8,5%	2,1%	0,9%	100%
5	X1.p5	34,1%	62,1%	2,3%	0,9%	0,6%	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah 2026

Keterangan:

X1.p1= Pertanyaan 1 variabel *hedonic lifestyle*

X1.p2= Pertanyaan 2 variabel *hedonic lifestyle*

X1.p3= Pertanyaan 3 variabel *hedonic lifestyle*

X1.p4= Pertanyaan 4 variabel *hedonic lifestyle*

X1.p5= Pertanyaan 5 variabel *hedonic lifestyle*

Berdasarkan hasil penelitian yang disajikan pada tabel tersebut, diketahui bahwa mayoritas responden cenderung memilih opsi “Sangat Setuju” atau “Setuju” terhadap pernyataan yang diajukan. Untuk item X1.p1, sebanyak 26,5% responden memilih sangat setuju, 64,4% setuju, 7,6% netral, dan 1,5% sangat tidak setuju terkait pernyataan “Saya sering melakukan pembelian barang/jasa untuk kesenangan pribadi.” Pada X1.p2, 28,2% responden sangat setuju, 61% setuju, 8,8% netral, dan 2,0% sangat tidak setuju terhadap pernyataan “Saya suka mencoba hal baru agar tidak ketinggalan tren.” Selanjutnya, pada X1.p3, 32,6% responden sangat setuju, 63,8% setuju, 2,5% netral, dan 1,1% sangat tidak setuju untuk pernyataan “Saya tertarik menggunakan fitur pembayaran digital karena terlihat modern dan menarik.” Pada X1.p4, 25,9% responden sangat setuju, 62,6% setuju, 8,5% netral, 2,1% tidak setuju, dan 0,9% sangat tidak setuju terhadap pernyataan “Saya merasa bangga ketika menggunakan produk/layanan yang dianggap keren oleh orang lain.” Terakhir, untuk X1.p5, 34,1% responden sangat setuju, 62,1% setuju, 2,3% netral, 0,9% tidak setuju, dan 0,6% sangat tidak setuju terhadap pernyataan “Saya merasa penggunaan QRIS melalui mobile banking mencerminkan gaya hidup modern.”

Secara umum, mayoritas responden menunjukkan sikap setuju terhadap pernyataan-pernyataan pada variabel X1. Hal ini tercermin dari skor yang relatif tinggi di seluruh item, yang mengindikasikan

bahwa persepsi responden terhadap *hedonic lifestyle* tergolong dominan.

2. Penilaian Responden terhadap Persepsi Kemudahan

Variabel Persepsi Kemudahan dalam penelitian ini diukur menggunakan lima pernyataan, dengan skor jawaban mulai dari 1 hingga 5. Hasil distribusi jawaban responden berdasarkan perhitungan menunjukkan data berikut

Tabel 4. 3 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Presepsi
Kemudahan

No	Butir Pertanyaan	Jawaban					Total
		SS	S	N	TS	STS	
		%	%	%	%	%	
1	X2.p1	36,8%	60,3%	1,8%	0,7%	0,4%	100%
2	X2.p2	39,1%	58,2%	1,5%	0	1,2%	100%
3	X2.p3	39,1%	57,6%	2,0%	0	1,3%	100%
4	X2.p4	42,6%	54,7%	1,5%	0	1,2%	100%
5	X2.p5	42,4%	55,3%	4,2%	0	1,1%	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah 2026

Keterangan:

X2.p1= Pertanyaan 1 variabel kemudahan

X2.p2= Pertanyaan 2 variabel kemudahan

X2.p3= Pertanyaan 3 variabel kemudahan

X2.p4= Pertanyaan 4 variabel kemudahan

X2.p5= Pertanyaan 5 variabel kemudahan

Dari hasil penelitian yang disajikan pada tabel tersebut, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden cenderung memilih opsi “Sangat Setuju” atau “Setuju” terhadap pernyataan yang diajukan pada variabel X2. Untuk item X2.p1, sebanyak 26,5% responden sangat setuju, 64,4% setuju, 1,8% netral, 0,7% tidak setuju, dan 0,4% sangat tidak setuju terkait pernyataan “Saya dengan cepat memahami cara menggunakan QRIS di mobile banking.” Pada X2.p2, 39,1% responden sangat setuju, 58,2% setuju, 1,5% netral, dan 1,3% sangat tidak setuju terhadap pernyataan “Proses transaksi QRIS di mobile banking mudah dilakukan.” Selanjutnya, pada X2.p3, 39,1% responden sangat setuju, 57,6% setuju, 2,0% netral, dan 1,3% sangat tidak setuju untuk pernyataan “Tidak memerlukan banyak bantuan saat menggunakan QRIS.” Untuk X2.p4, 42,6% responden sangat setuju, 54,7% setuju, 1,5% netral, dan 1,2% sangat tidak setuju terkait pernyataan “Menggunakan QRIS di mobile banking menghemat waktu saya.” Terakhir, pada X2.p5, 42,4% responden sangat setuju, 55,3% setuju, 4,2% netral, dan 1,1% sangat tidak setuju terhadap pernyataan “Fitur QRIS mudah diakses kapan pun saya butuhkan.”

Secara umum, mayoritas responden menunjukkan sikap setuju terhadap pernyataan-pernyataan pada variabel X2. Hal ini tercermin dari skor yang relatif tinggi di seluruh item, yang mengindikasikan bahwa persepsi responden terhadap kemudahan tergolong dominan.

3. Penilaian Responden terhadap Persepsi *Price Value*

Variabel Persepsi *Price Value* dalam penelitian ini diukur melalui lima pernyataan, dengan skor jawaban mulai dari 1 hingga 5. Hasil distribusi jawaban responden berdasarkan perhitungan menunjukkan data berikut

Tabel 4. 4 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Presepsi *Price Value*

No	Butir Pertanyaan	Jawaban					
		SS	S	N	TS	STS	Total
		%	%	%	%	%	%
1	X3.p1	38,5%	57,1%	3,2%	0	1,2%	100%
2	X3.p2	36,7%	57,5%	4,9%	0	0,9%	100%
3	X3.p3	35%	58,8%	5,0%	0	1,2%	100%
4	X3.p4	39,1%	57,1%	3,2%	0	0,6%	100%
5	X3.p5	30,3%	63,5%	5%	0	1,2%	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah 2026

Keterangan:

X3.p1= Pertanyaan 1 variabel *price value*

X3.p2= Pertanyaan 2 variabel *price value*

X3.p3= Pertanyaan 3 variabel *price value*

X3.p4= Pertanyaan 4 variabel *price value*

X3.p5= Pertanyaan 5 variabel *price value*

Berdasarkan hasil penelitian yang ditampilkan pada tabel tersebut, mayoritas responden cenderung memilih opsi “Sangat Setuju” atau

“Setuju” terhadap pernyataan pada variabel X3. Untuk item X3.p1, sebanyak 38,5% responden sangat setuju, 57,1% setuju, 3,2% netral, dan 1,2% sangat tidak setuju terhadap pernyataan “Biaya penggunaan QRIS sebanding dengan manfaat yang saya peroleh.” Pada X3.p2, 36,7% responden sangat setuju, 57,5% setuju, 4,9% netral, dan 0,9% sangat tidak setuju terkait pernyataan “Saya merasa menggunakan QRIS di mobile banking lebih efisien dibanding metode lain.” Selanjutnya, untuk X3.p3, 35% responden sangat setuju, 58,8% setuju, 5,0% netral, dan 1,2% sangat tidak setuju terhadap pernyataan “Menggunakan QRIS membantu saya bertransaksi tanpa biaya tambahan.” Pada X3.p4, 39,1% responden sangat setuju, 57,1% setuju, 3,2% netral, dan 0,6% sangat tidak setuju terhadap pernyataan “QRIS memberikan nilai tambah karena lebih cepat dan praktis.” Terakhir, untuk X3.p5, 30,3% responden sangat setuju, 63,5% setuju, 5% netral, dan 1,2% sangat tidak setuju terhadap pernyataan “Saya merasa penggunaan QRIS melalui mobile banking memberi keuntungan ekonomis.”

Secara umum, mayoritas responden menunjukkan sikap setuju terhadap pernyataan-pernyataan pada variabel X3. Hal ini tercermin dari skor yang relatif tinggi di seluruh item, yang mengindikasikan bahwa persepsi responden terhadap *price value* tergolong dominan.

4. Penilaian Responden terhadap Persepsi Penggunaan QRIS Pada *Mobile Banking* Variabel Persepsi Penggunaan QRIS Pada *Mobile*

Banking dalam penelitian ini diukur melalui lima pernyataan, dengan skor jawaban mulai dari 1 hingga 5. Hasil distribusi jawaban responden berdasarkan perhitungan menunjukkan data berikut:

Tabel 4. 5 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Penggunaan QRIS
Pada *Mobile Banking*

No	Butir Pertanyaan	Jawaban					
		SS	S	N	TS	STS	Total
		%	%	%	%	%	%
1	Y.p1	31,5%	60%	6,8%	0	1,7%	100%
2	Y.p2	31,5%	62,4%	5,0%	0	1,1%	100%
3	Y.p3	34,7%	59,1%	5,0%	0	1,2%	100%
4	Y.p4	31,2%	61,5%	5,6%	0	1,4%	100%
5	Y.p5	34,4%	61,2%	3,2%	0	1,2%	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah 2026

Keterangan:

Y.p1= Pertanyaan 1 variabel penggunaan QRIS pada *mobile banking*

Y.p2= Pertanyaan 2 variabel penggunaan QRIS pada *mobile banking*

Y.p3= Pertanyaan 3 variabel penggunaan QRIS pada *mobile banking*

Y.p4= Pertanyaan 4 variabel penggunaan QRIS pada *mobile banking*

Y.p5= Pertanyaan 5 variabel penggunaan QRIS pada *mobile banking*

Berdasarkan hasil penelitian yang ditampilkan pada tabel tersebut, mayoritas responden cenderung memilih opsi “Sangat Setuju” atau “Setuju” terhadap pernyataan pada variabel Y. Untuk item Y.p1, sebanyak 31,5% responden sangat setuju, 60% setuju, 6,8% netral, dan 1,7% sangat tidak setuju terkait pernyataan “Saya berniat menggunakan QRIS pada setiap transaksi digital saya.” Pada Y.p2, 31,5% responden sangat setuju, 62,4% setuju, 5,0% netral, dan 1,1% sangat tidak setuju terhadap pernyataan “Saya akan terus menggunakan QRIS pada masa depan.” Selanjutnya, untuk Y.p3, 34,7% responden sangat setuju, 59,1% setuju, 5,0% netral, dan 1,2% sangat tidak setuju terhadap pernyataan “Saya sering menggunakan QRIS melalui mobile banking untuk transaksi sehari-hari.” Pada Y.p4, 31,2% responden sangat setuju, 61,5% setuju, 5,6% netral, dan 1,4% sangat tidak setuju terkait pernyataan “Saya lebih memilih QRIS dibanding metode pembayaran lain.” Terakhir, untuk Y.p5, 34,4% responden sangat setuju, 61,2% setuju, 3,2% netral, dan 1,2% sangat tidak setuju terhadap pernyataan “Saya merasa puas dan nyaman saat menggunakan QRIS di mobile banking.”

Secara umum, mayoritas responden menunjukkan sikap setuju terhadap pernyataan-pernyataan pada variabel X1. Hal ini tercermin dari skor yang relatif tinggi di seluruh item, yang mengindikasikan

bahwa persepsi responden penggunaan QRIS pada *mobile banking* tergolong dominan.

C. Analisis Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Sebuah kuesioner dapat dianggap valid jika setiap item pertanyaannya mampu menangkap dan merepresentasikan aspek yang memang ingin diukur. Validitas menjadi salah satu sifat krusial dari suatu instrumen karena berhubungan langsung dengan tingkat kepercayaan terhadap data yang dihasilkan. Singkatnya, validitas menunjukkan seberapa tepat suatu alat ukur dalam menilai hal yang memang seharusnya diukur. Berikut adalah kriteria yang digunakan untuk menguji validitas sebuah instrumen.:

- a. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka instrumen pertanyaan atau variabel penelitian dinyatakan valid.
- b. Apabila r hitung $<$ r tabel, maka instrumen pertanyaan atau variabel penelitian dinyatakan tidak valid.⁸⁶

Jika hasil pengujian menunjukkan nilai yang signifikan, maka setiap item pertanyaan dinyatakan layak digunakan karena telah memenuhi kriteria validitas (valid). Dari kuesioner yang dibagikan kepada 340 responden, diperoleh hasil pengujian validitas yang dirangkum sebagai berikut:

⁸⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian*, 2015, hlm 147.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel *Hedonic Lifestyle* (X1)

No	Variabel	Indikator	R.Hitung	R.Tabel	Keterangan
1	X1	X1.p1	0,760	0,106	Valid
2	X1	X1.p2	0,677	0,106	Valid
3	X1	X1.p3	0,700	0,106	Valid
4	X1	X1.p4	0,824	0,106	Valid
5	X1	X1.p5	0,730	0,106	Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah 2026

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel Persepsi Kemudahan memenuhi kriteria validitas, karena nilai r hitung lebih besar daripada nilai r pada tabel.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan (X2)

No	Variabel	Indikator	R.Hitung	R.Tabel	Keterangan
1	X2	X2.p1	0,795	0,106	Valid
2	X2	X2.p2	0,881	0,106	Valid
3	X2	X2.p3	0,882	0,106	Valid
4	X2	X2.p4	0,872	0,106	Valid
5	X2	X2.p5	0,894	0,106	Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah 2026

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel Persepsi Kemudahan memenuhi kriteria validitas, karena nilai r hitung lebih besar daripada nilai r pada tabel.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel *Price Value* (X3)

No	Variabel	Indikator	R.Hitung	R.Tabel	Keterangan
1	X3	X3.p1	0,880	0,106	Valid
2	X3	X3.p2	0,873	0,106	Valid
3	X3	X3.p3	0,906	0,106	Valid
4	X3	X3.p4	0,844	0,106	Valid
5	X3	X3.p5	0,883	0,106	Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah 2026

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel Persepsi Kemudahan memenuhi kriteria validitas, karena nilai r hitung lebih besar daripada nilai r pada tabel.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan QRIS Pada *Mobile Banking* (Y)

No	Variabel	Indikator	R.Hitung	R.Tabel	Keterangan
1	Y	Y.p1	0,909	0,106	Valid
2	Y	Y.p2	0,900	0,106	Valid
3	Y	Y.p3	0,926	0,106	Valid
4	Y	Y.p4	0,921	0,106	Valid
5	Y	Y.p5	0,867	0,106	Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah 2026

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel Persepsi Kemudahan memenuhi kriteria validitas, karena nilai r hitung lebih besar daripada nilai r pada tabel.

b. Uji Reliabilitas

Setelah seluruh item dalam kuesioner dinyatakan valid, tahap berikutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian tetap konsisten apabila digunakan berulang kali dalam kondisi yang serupa. Kuesioner dianggap reliabel jika nilai koefisien reliabilitasnya mencapai atau melebihi 0,60. Dengan kata lain, semakin tinggi nilai *Cronbach's Alpha* di atas batas tersebut, semakin dapat diandalkan instrumen tersebut, Semakin tinggi nilai tersebut, semakin besar konsistensi tiap pertanyaan. Setelah instrumen terbukti reliabel, peneliti dapat melanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu memilih metode analisis data yang sesuai dan melaksanakan pengujian hipotesis penelitian.⁸⁷

Tabel 4. 10 Hasil Uji Reabilitas Variabel Hedonic Lifestyle (X1)

Cronbach's Alpha	N of Items
0,800	5

Sumber: Output SPSS 23, 2026

Dari tabel tersebut, nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh sebesar 0,800, lebih tinggi dari ambang batas minimal 0,60. Oleh karena itu, variabel *Hedonic Lifestyle (X1)* dapat diklasifikasikan sebagai reliabel.

⁸⁷ V. Wiratna Sujarweni, Metode Penelitian, 2015, hlm 147.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kemudahan (X2)

Crombach's Alpha	N of Items
0,909	5

Sumber: Output SPSS 23,2026

Dari tabel tersebut, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,909 berada di atas ambang batas minimal 0,60, sehingga variabel Kemudahan (X2) dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Reabilitas Variabel Price Value (X3)

Crombach's Alpha	N of Items
0,925	5

Sumber: Output SPSS 23, 2026

Dari tabel tersebut, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,925 berada di atas ambang batas minimal 0,60, sehingga variabel *Price Value* (X3) dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Reabilitas Variabel penggunaan QRIS Pada
Mobile Banking (Y)

Crombach's Alpha	N of Items
0,945	5

Sumber: Output SPSS 23,2026

Dari tabel tersebut, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,909 berada di atas ambang batas minimal 0,60, sehingga variabel Penggunaan QRIS Pada *Mobile Banking* (Y) dapat dinyatakan reliabel.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan reliabel, dan pernyataan yang berkaitan

dengan variabel-variabel penelitian memiliki konsistensi yang cukup stabil.

2. Analisis Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, pengujian normalitas data dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Proses pengujian dilakukan dengan mengevaluasi nilai probabilitas dari hasil analisis dan membandingkannya dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan. Data dianggap memenuhi asumsi normalitas jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, apabila nilai probabilitas kurang dari 0,05, data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas

One Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		340
Normal Parameters	Mean	0,000000
	Std. Deviation	1,39077351
Most Extreme Differences	Absolute	0,187
	Posistive	0,187
	Negative	-0,143
Test Statistic		0,187
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,735

- a. Test distribution is normal
- b. Calculated from data
- c. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Output SPSS 23, 2026

Hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov–Smirnov menunjukkan nilai signifikansi $0,735 > 0,05$, sehingga data penelitian memenuhi asumsi distribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mendeteksi apakah terdapat hubungan yang terlalu kuat antarvariabel independen dalam model regresi. Pengujian ini menitikberatkan pada nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebagai indikator utama. Model regresi dianggap bebas dari multikolinearitas jika nilai tolerance melebihi batas yang ditetapkan dan nilai VIF berada dalam rentang yang diperbolehkan ($VIF \leq 10$).⁸⁸

Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Hedonic Lifestyle</i>	0,654	1,529	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kemudahan	0,446	2,241	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Price Value</i>	0,405	2,466	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data primer yang telah diolah 2026

⁸⁸ Dwi Prayitno, *Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), hlm 97

Berdasarkan tabel output coefficients, variabel *Hedonic Lifestyle* memiliki nilai tolerance sebesar 0,654 dan VIF sebesar 1,529. Variabel Kemudahan menunjukkan nilai tolerance 0,446 dengan VIF 2,241, sedangkan variabel *Price Value* memiliki nilai tolerance 0,405 dan VIF 2,466. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan bebas dari multikolinearitas, karena semua nilai tolerance berada di atas batas minimum yang ditetapkan dan nilai VIF masih berada dalam rentang yang diperbolehkan ($VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah terdapat perbedaan dalam penyebaran varians residual

di setiap pengamatan pada model regresi yang digunakan.⁸⁹

Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode Glejser. Gejala heteroskedastisitas terdeteksi jika variabel independen menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap nilai absolut residual. Kriteria penilaian hasil uji Glejser dijelaskan sebagai berikut:

- a. Jika nilai Sig $> 0,05$ maka lolos uji heteroskedastisitas
- b. Jika nilai Sig $< 0,05$ maka tidak lolos uji heteroskedastisitas

⁸⁹ Dwi Prayitno, *Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), hlm 97

Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,040	1,810		1,980	0,109
	HEDONIC	0,060	0,054	0,120	1,696	0,120
	KEMUDAHAN	0,076	0,068	0,070	0,467	0,880
	PRICEVALUE	0,187	0,076	0,065	1,235	0,076

a. Dependent Variabel: ADSRES2

Sumber: Output SPSS 23, 2026

Berdasarkan data pada tabel, model regresi yang digunakan tidak menunjukkan indikasi heteroskedastisitas.

Kesimpulan ini diperkuat oleh nilai signifikansi variabel

Hedonic Lifestyle (0,109), *Kemudahan* (0,120), *Price Value* (0,880), yang semuanya lebih besar dari 0,05, sehingga tidak ada variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen ABSRES2.

3. Analisis Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menilai pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen yang diukur dengan skala interval. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan model

persamaan regresi linier berganda yang dianalisis melalui perangkat lunak statistik SPSS versi 23, dengan formulasi berikut:

Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,132	1,810		0,163	0,871
	HEDONIC	0,243	0,034	0,251	7,145	0,10
	KEMUDAHAN	0,074	0,148	0,072	1,998	0,34
	PRICE VALUE	0,715	0,046	0,688	5,438	0,002

a. Dependea. Variabel: QRIS

Sumber: Output SPSS 23

Hasil perhitungan regresi linier berganda memungkinkan persamaan regresi berikut untuk merepresentasikan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

$$Y = 2,132 + 0,243X_1 + 0,074X_2 + 0,715X_3$$

Berdasarkan persamaan dapat diketahui bahwa:

- a. Koefisien konstanta sebesar 2,132 mengindikasikan variabel Penggunaan QRIS pada *Mobile Banking* memiliki kecenderungan positif. Hal ini dapat diartikan bahwa pengguna pada dasarnya sudah memiliki tingkat kepercayaan atau kesiapan untuk melakukan transaksi pembayaran melalui QRIS.

- b. Koefisien regresi untuk variabel *Hedonic Lifestyle* (X1) sebesar 0,243 dengan arah positif. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan orientasi terhadap gaya hidup hedonis cenderung diikuti oleh peningkatan intensitas penggunaan QRIS pada *mobile banking*, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan.
- c. Variabel Kemudahan (X2) menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,074 dengan arah positif. Hal ini menandakan bahwa semakin besar persepsi kemudahan yang dirasakan oleh pengguna, semakin tinggi pula kecenderungan penggunaan QRIS pada *mobile banking*, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan.
- d. Variabel *Price Value* (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,715 dengan arah positif. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi nilai harga yang lebih tinggi cenderung mendorong peningkatan penggunaan QRIS pada *mobile banking*, dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

4. Uji Hipotesis

a. Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap variasi yang terjadi pada variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan merujuk pada hipotesis penelitian, yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai T hitung dan T tabel
 - a. Jika nilai T hitung $>$ T tabel atau sig $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
 - b. Jika nilai T hitung $<$ T tabel atau sig $>$ 0,05 maka H_1 ditolak dan H_0 diterima
2. Berdasarkan nilai signifikan
 - a. Apabila nilai sig. $<$ 0,05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (H_0 ditolak).
 - b. Apabila nilai sig. $>$ 0,05 maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (H_0 diterima).

Tabel 4. 18 Hasil Uji t

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,132	1,810		0,163	0,871
	HEDONIC	0,243	0,034	0,251	7,145	0,010
	KEMUDAHAN	0,074	0,148	0,072	1,998	0,034
	PRICE VALUE	0,715	0,046	0,688	5,438	0,002

a. Dependent Variable: QRIS

Sumber: Output SPSS 23,2026

Analisis lanjutan terhadap hasil uji t yang ditampilkan pada tabel diatas adalah sebagai berikut:

1) Variabel *Hedonic Lifestyle*

Nilai t hitung untuk variabel *Hedonic Lifestyle* tercatat sebesar 7,145, melebihi t tabel 1,967, dengan nilai signifikansi 0,010 ($<0,05$). Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang menunjukkan bahwa *Hedonic Lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan QRIS melalui *mobile banking*.

2) Variabel Kemudahan

Nilai t hitung untuk variabel Kemudahan adalah 1,998, melebihi t tabel 1,967, dengan signifikansi 0,034 ($<0,05$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima, menunjukkan bahwa Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan QRIS melalui *mobile banking*.

3) Variabel *Price Value*

Nilai t hitung untuk variabel *Price Value* tercatat sebesar 5,438, melebihi t tabel 1,967, dengan signifikansi 0,002 ($<0,05$). Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima, menunjukkan bahwa *Price Value* secara signifikan memengaruhi penggunaan QRIS melalui *mobile banking*.

b. Hasil Uji F

Uji F bertujuan untuk mengevaluasi kemampuan model regresi dalam menjelaskan pengaruh kolektif seluruh variabel

bebas terhadap variabel terikat, dengan kriteria pengambilan keputusan yang dijabarkan sebagai berikut:

a. Apabila nilai F hitung $>$ dari F tabel atau sig $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima

b. Apabila nilai F hitung $<$ dari F tabel atau sig $>$ 0,05 maka H_a ditolak dan H_0 diterima

dapun pengaruh kolektif variabel-variabel independen dapat dinilai berdasarkan nilai signifikansi, dengan kriteria penentuan sebagai berikut:

a. Jika nilai signifikansi $<$ 0,05 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.

b. jika nilai signifikansi $>$ 0,05 maka H_1 ditolak dan H_0 diterima

Tabel 4. 19 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1767,936	3	589,312	301,976	0,000
	Residual	655,711	336	1,925		
	Total	24233,647	339			

a. Dependent Variabel: QRIS

b. Predictors: (Constant), PRICEVALUE, HEDONIC.
KEMUDAHAN

Sumber: Output SPSS 23, 2026

Dari tabel hasil pengolahan data, diperoleh nilai F hitung sebesar 301,976, yang lebih tinggi dibandingkan F tabel sebesar 2,631. Nilai signifikansi tercatat 0,000, berada di bawah batas 0,05. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_1) diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel *Hedonic Lifestyle*, Kemudahan, dan *Price Value* secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking*. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh kolektif ketiga variabel independen terhadap penggunaan QRIS terbukti benar.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini digunakan untuk mengevaluasi kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel terikat. Koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0 hingga 1, di mana nilai rendah menunjukkan keterbatasan kemampuan variabel independen, sementara nilai mendekati 1 mencerminkan akurasi tinggi model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 4. 20 Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,854 ^a	0,729	0,727	1,397

a. Predictors: (Constant), PRICEVALUE, HEDONIC.

KEMUDAHAN

Sumber: Output SPSS 23, 2026

Dari tabel tersebut, nilai *Adjusted R²* sebesar 0,727 (72,7%) menunjukkan bahwa variabel *Hedonic Lifestyle*, Kemudahan, dan *Price Value* secara kolektif menjelaskan 72,7 persen variasi penggunaan QRIS pada *mobile banking*, sedangkan 27,3 persen sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

D. Pembahasan

Penelitian ini difokuskan pada pembahasan dan analisis temuan penelitian yang diperoleh melalui pengolahan data kuesioner serta pengujian statistik dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Pembahasan dalam penelitian ini difokuskan pada analisis penelitian ini mengevaluasi pengaruh variabel independen *Hedonic Lifestyle*, Kemudahan, dan *Price Value* terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan QRIS pada *mobile banking*, dengan jumlah responden sebanyak 340 mahasiswa. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 23, dimulai dengan pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas (*Kolmogorov-Smirnov*), multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, kemudian dilanjutkan dengan regresi linier berganda untuk menguji hipotesis penelitian. Pengujian hipotesis kemudian dilakukan melalui uji

parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta pengujian koefisien determinasi (R^2).

1. Pengaruh Variabel *Hedonic Lifestyle* Terhadap Penggunaan QRIS Pada *Mobile Banking*

Hasil pengolahan data kuesioner pada variabel *hedonic lifestyle* menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan respons yang positif. Sebanyak 340 responden atau sekitar 92 persen menyatakan setuju bahwa gaya hidup hedonis turut memengaruhi minat mereka dalam menggunakan QRIS digunakan sebagai sarana transaksi, di mana hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS dipengaruhi tidak hanya oleh pertimbangan fungsional, tetapi juga oleh gaya hidup, tren, serta keinginan akan kenyamanan dan kepuasan dalam transaksi. Uji t parsial pada variabel Hedonic Lifestyle (SPSS v23) menghasilkan t hitung 7,145 > t tabel 1,967 dengan signifikansi $0,010 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, menunjukkan pengaruh signifikan *Hedonic Lifestyle* terhadap penggunaan QRIS melalui *mobile banking*.

Dengan demikian, pengaruh *hedonic lifestyle* terhadap penggunaan QRIS pada layanan mobile banking dapat dijelaskan melalui kecenderungan individu yang mengutamakan kenyamanan, kesenangan, dan rasa puas dalam setiap aktivitas yang dilakukan, termasuk saat melakukan transaksi keuangan. Kehadiran QRIS yang memberikan proses pembayaran yang praktis, cepat, serta didukung

oleh tampilan aplikasi yang modern dan menarik mampu menciptakan pengalaman transaksi yang menyenangkan dan sesuai dengan preferensi emosional pengguna. Selain itu, penggunaan QRIS juga merepresentasikan bagian dari perkembangan tren digital yang dapat memperkuat citra sosial di lingkungan pergaulan, sehingga mendorong individu untuk memanfaatkannya sebagai sarana mengekspresikan gaya hidup dan aktualisasi diri⁹⁰. Meskipun demikian, dalam perspektif Islam, kecenderungan terhadap gaya hidup hedonis perlu dikendalikan agar tidak berkembang menjadi perilaku konsumtif yang berlebihan dan tidak terarah. Islam mengajarkan pentingnya kesederhanaan serta pengelolaan harta secara bijaksana dan bertanggung jawab. Prinsip tersebut sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Isra ayat 26–27, yang mengingatkan manusia untuk menjauhi sikap boros dan perilaku menghambur-hamburkan harta, karena perbuatan tersebut tidak diridhai oleh Allah SWT⁹¹.

Temuan ini mendukung Teori *Theory of Planned Behavior* (Ajzen), yang menyatakan bahwa perilaku individu dalam menggunakan QRIS dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi terhadap kontrol perilaku⁹². Gaya hidup *hedonis* berkontribusi dalam membentuk sikap yang lebih positif terhadap penggunaan

⁹⁰ Lestari, Putri Irda Asri & Abidin, Fityan Izza Noor. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Keputusan Penggunaan QRIS. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. (2022).

⁹¹ Kementerian Agama Republik Indonesia. Al-Qur'an dan Terjemahannya. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an. (QS. Al-Isra: 26–27).

⁹² Ajzen, I. *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.

QRIS, karena layanan ini dipersepsikan mampu memberikan kenyamanan serta kepuasan dalam proses bertransaksi. Selain itu, pengaruh lingkungan sosial turut memperkuat norma subjektif, di mana individu terdorong untuk mengikuti perkembangan teknologi pembayaran yang sedang berkembang. Di sisi lain, persepsi terhadap kemudahan penggunaan QRIS juga meningkatkan kontrol perilaku yang dirasakan oleh pengguna. Perpaduan dari ketiga aspek tersebut menjadikan kecenderungan gaya hidup *hedonis* berperan dalam memperkuat niat mahasiswa untuk menggunakan QRIS, yang selanjutnya tercermin dalam perilaku penggunaan aktual dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri Irda Asri Lestari dan Fityan Izza Noor Abidin⁹³, Temuan ini mengindikasikan bahwa orientasi gaya hidup hedonis secara positif dan signifikan memengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan QRIS. Semakin tinggi kecenderungan gaya hidup *hedonis*, semakin besar minat mereka untuk menggunakan QRIS sebagai sarana pembayaran dalam kegiatan transaksi sehari-hari.

2. Pengaruh Variabel Kemudahan Terhadap Penggunaan QRIS

Pada Mobile Banking

Hasil pengolahan data kuesioner pada variabel kemudahan menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan respons yang

⁹³ Putri Irda Asri Lestari & Fityan Izza Noor Abidin, Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Tingkat Pendidikan, dan Tingkat Pendapatan terhadap Keputusan Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS), Preprint, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 2023

bersifat positif. Sebanyak 340 responden atau sekitar 97 persen menyatakan bahwa QRIS mudah dipahami dan digunakan dalam kegiatan transaksi sehari-hari. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan berperan sebagai faktor dominan dalam keputusan mahasiswa untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Selanjutnya, berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada Analisis parsial terhadap variabel Kemudahan (SPSS v23) menunjukkan t hitung 1,998 > t tabel 1,967 dengan signifikansi 0,034 (<0,05), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking* secara parsial.

Dengan demikian, kemudahan penggunaan terbukti menjadi faktor penting dalam mendorong pemanfaatan QRIS pada layanan *mobile banking*. Pengguna cenderung memilih metode pembayaran yang bersifat praktis, mudah dipahami, dan tidak melibatkan prosedur yang rumit dalam pengoperasiannya. Integrasi QRIS ke dalam Melalui aplikasi *mobile banking*, mahasiswa dapat menyelesaikan transaksi secara praktis dan efisien tanpa melalui tahapan yang kompleks. Semakin sederhana suatu sistem digunakan, semakin rendah hambatan yang dirasakan pengguna, baik dari aspek teknis maupun pemahaman,

sehingga pada akhirnya membentuk sikap positif terhadap penggunaan teknologi tersebut dalam aktivitas transaksi sehari-hari.⁹⁴

Iemuan ini selaras dengan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang mengindikasikan bahwa persepsi mengenai kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh langsung terhadap sikap serta niat individu dalam menerima dan memanfaatkan suatu sistem informasi⁹⁵. Dalam penerapan QRIS, tingkat kemudahan yang dirasakan pada proses pemindaian kode, tahapan konfirmasi pembayaran, serta keterpaduannya dengan aplikasi *mobile banking* berperan dalam membentuk persepsi positif mahasiswa terhadap teknologi tersebut. Dengan demikian, semakin besar tingkat kemudahan yang dirasakan mahasiswa UIN KHAS Jember dalam menggunakan QRIS, semakin tinggi pula ketertarikan mereka serta frekuensi pemanfaatannya dalam melakukan transaksi sehari-hari. Kondisi Temuan ini konsisten dengan prinsip-prinsip penerimaan teknologi yang dijabarkan dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM).

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sophiana Nandias⁹⁶, Persepsi terhadap kemudahan

⁹⁴ Pratiwi, N. M., & Dewi, C. K. Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan E-Wallet. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(2), 78–89.

⁹⁵ Davis, F. D. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.

⁹⁶ Sophiana Nandias. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Minat Mahasiswa dalam Bertransaksi Menggunakan QRIS pada Mahasiswa FEB ITS Mandala Jember”. Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember (2024).

penggunaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam memanfaatkan QRIS untuk bertransaksi. Dengan kata lain, semakin mudah QRIS dipahami dan digunakan, semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk menjadikannya sebagai alat pembayaran dalam kegiatan sehari-hari. Temuan ini menegaskan bahwa faktor kemudahan, baik terkait pemahaman sistem maupun proses operasional QRIS, merupakan aspek penting yang mendorong peningkatan adopsi QRIS di kalangan mahasiswa.

3. Pengaruh Variabel *Price Value* Terhadap Penggunaan QRIS Pada *Mobile Banking*

Hasil pengolahan data kuesioner pada variabel *price value* menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif. Sebanyak 340 responden atau sekitar 94 persen menyatakan bahwa penggunaan QRIS dinilai memiliki nilai yang seimbang. Temuan penelitian menunjukkan adanya pertimbangan mahasiswa terhadap keseimbangan hubungan antara biaya yang dikeluarkan dengan keuntungan atau manfaat yang diperoleh dalam memilih QRIS sebagai metode pembayaran. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek efisiensi biaya menjadi salah satu pertimbangan utama dibandingkan dengan keuntungan yang dirasakan oleh pengguna. Selanjutnya, Analisis parsial terhadap variabel *Price Value* (SPSS v23) menunjukkan t hitung $5,438 > t$ tabel $1,967$ dengan signifikansi $0,002$

(<0,05), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menegaskan bahwa *Price Value* secara signifikan memengaruhi penggunaan QRIS, serta berperan penting dalam mendorong adopsi layanan *mobile banking*.

Mahasiswa cenderung menilai kesesuaian antara pengorbanan biaya dan manfaat yang diterima dalam setiap transaksi. QRIS yang umumnya menawarkan biaya rendah, bahkan sering kali tanpa pungutan tambahan, serta didukung oleh kemudahan, kecepatan, dan keamanan transaksi, dipersepsikan sebagai metode pembayaran yang memberikan nilai tinggi. Persepsi bahwa keuntungan yang diperoleh lebih besar daripada biaya yang ditanggung membentuk sikap positif terhadap penggunaan QRIS, sehingga mendorong mahasiswa untuk menggunakannya sebagai sarana pembayaran utama dalam kegiatan sehari-hari.

Hal ini juga sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen, persepsi *price value* berperan dalam membentuk sikap terhadap perilaku, karena individu akan mengevaluasi apakah suatu tindakan memberikan keuntungan atau kerugian bagi dirinya⁹⁷. Ketika mahasiswa menilai bahwa penggunaan QRIS memberikan manfaat ekonomis yang menguntungkan, sikap mereka terhadap pemanfaatan layanan tersebut cenderung menjadi lebih positif. Selain itu, persepsi mengenai nilai harga turut

⁹⁷ Ajzen, I. *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211 (1991).

memengaruhi terbentuknya norma subjektif, terutama ketika lingkungan sosial memandang QRIS sebagai metode pembayaran yang hemat dan efisien. Situasi ini juga memperkuat kontrol perilaku yang dirasakan, karena mahasiswa merasa mampu menggunakan QRIS tanpa terbebani oleh biaya yang besar.⁹⁸. Dengan demikian, semakin positif penilaian mahasiswa terhadap price value dalam penggunaan QRIS, maka kecenderungan niat mereka untuk terus menggunakan QRIS juga akan semakin meningkat. Niat tersebut kemudian berperan dalam membentuk perilaku penggunaan yang nyata serta berkelanjutan, sebagaimana dijabarkan dalam kerangka konseptual *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Hasil ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh I Nyoman Budiarta dan Komang Endrawan Sumadi Putra⁹⁹, Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *price value* terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan QRIS. Semakin tinggi persepsi mahasiswa terhadap proporsi manfaat yang diterima dibandingkan biaya yang dikeluarkan, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk mengadopsi QRIS sebagai alat pembayaran. Dengan kata lain, persepsi terhadap nilai harga terbukti menjadi faktor penting yang mendorong peningkatan adopsi dan pemanfaatan QRIS di kalangan mahasiswa.

⁹⁸ Jogyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.

⁹⁹ I Nyoman Budiarta & Komang Endrawan Sumadi Putra, "Digital Payment Experience: The Influence of Hedonic Motivation and Price Value on QRIS Usage Intention", *INVEST :Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 6, No. 2, 2025, hlm. 398-407.

4. Pengaruh *Hedonic Lifestyle*, Kemudahan, dan *Price Value* Terhadap Penggunaan QRIS Pada *Mobile Banking*

Hasil uji F (SPSS v23) menunjukkan F hitung $301,976 > F$ tabel $2,631$ dengan signifikansi $0,000 (<0,05)$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menegaskan bahwa secara simultan, variabel *Hedonic Lifestyle*, Kemudahan, dan *Price Value* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan QRIS.

Selanjutnya, temuan tersebut menegaskan bahwa penggunaan QRIS pada layanan mobile banking dipengaruhi oleh kombinasi faktor emosional, fungsional, dan ekonomis yang melekat pada ketiga variabel tersebut. *Hedonic lifestyle* merefleksikan kecenderungan mahasiswa dalam mencari pengalaman yang menyenangkan, mengikuti perkembangan teknologi digital, serta menampilkan gaya hidup modern. Kondisi ini mendorong terbentuknya sikap positif terhadap QRIS ketika teknologi tersebut mampu memberikan nilai hiburan dan citra sosial. Di sisi lain, persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam penerimaan teknologi, di mana QRIS dipandang praktis, mudah dipahami, dan nyaman digunakan. Persepsi tersebut berkontribusi dalam meningkatkan sikap dan niat mahasiswa untuk mengadopsi QRIS sebagai alat pembayaran digital, sebagaimana ditunjukkan oleh berbagai penelitian yang menegaskan peran

kemudahan penggunaan dalam meningkatkan intensi pemanfaatan sistem pembayaran digital di Indonesia.¹⁰⁰

price value dipandang sebagai pertimbangan rasional karena mahasiswa menilai kesesuaian antara pengorbanan biaya dan manfaat yang diperoleh dari penggunaan QRIS. Ketika manfaat yang dirasakan dinilai sebanding atau bahkan melebihi biaya yang dikeluarkan, maka sikap positif serta kecenderungan untuk menggunakan QRIS akan semakin kuat¹⁰¹. Pada kerangka *Theory of Planned Behavior*, sikap positif terhadap teknologi yang dibentuk oleh penilaian emosional dan rasional dikombinasikan dengan dukungan lingkungan sosial sebagai norma subjektif, serta persepsi kontrol perilaku berupa keyakinan bahwa QRIS mudah digunakan dan memberikan keuntungan, secara bersama-sama membentuk niat yang kuat untuk mengadopsi QRIS dalam praktik transaksi sehari-hari.

Temuan ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh I Nyoman Budiarta dan Komang Endrawan Sumadi Putra,¹⁰² yang menunjukkan bahwa motivasi *hedonis* dan *Price Value* secara positif dan signifikan memengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan QRIS. Semakin tinggi kepuasan emosional dan persepsi proporsi manfaat-biaya,

¹⁰⁰ Syahri, A. & Setyawati, C. Y. Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Intention to Use QRIS BCA Mobile, *Jurnal Keuangan dan Bisnis (QRIS & Ease of Use di Indonesia)*.

¹⁰¹ R. Suprono Wahyujatmiko. Consumer Behavior toward Digital Transactions Using QRIS melalui TAM, *E-Journal (Perceived Ease of Use & Usefulness mempengaruhi sikap penggunaan QRIS)*.

¹⁰² I Nyoman Budiarta & Komang Endrawan Sumadi Putra, "Digital Payment Experience: The Influence of Hedonic Motivation and Price Value on QRIS Usage Intention", *INVEST :Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 6, No. 2, 2025, hlm. 398-407.

semakin besar kecenderungan mahasiswa untuk mengadopsi QRIS sebagai sarana pembayaran

Berdasarkan temuan penelitian, adopsi QRIS di kalangan mahasiswa dipengaruhi oleh gaya hidup hedonis, kemudahan penggunaan, dan *Price Value*. Secara parsial, ketiga variabel ini memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan QRIS. Temuan ini menegaskan bahwa orientasi *hedonic lifestyle*, kecenderungan mengikuti tren digital, serta pertimbangan rasional mengenai keseimbangan manfaat dan biaya menjadi faktor utama dalam keputusan mahasiswa menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran digital. Selain itu, persepsi kemudahan penggunaan juga memperkuat minat, karena sistem yang praktis dan mudah dioperasikan meningkatkan kenyamanan serta efisiensi transaksi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan dari analisis yang telah dilakukan pada penelitian berjudul “Pengaruh Hedonic Lifestyle, Kemudahan, dan Price Value terhadap Penggunaan QRIS pada Mobile Banking (Studi pada Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember)”, maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada variabel *hedonic lifestyle*, hasil uji parsial (uji t) menunjukkan nilai t hitung sebesar 7,145 yang lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,967, serta tingkat signifikansi sebesar 0,010 yang berada di bawah batas 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa *hedonic lifestyle* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking*.
2. Untuk variabel kemudahan, hasil uji t menghasilkan nilai t hitung sebesar 1,998 yang melampaui nilai t tabel sebesar 1,967, dengan nilai signifikansi sebesar 0,034 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking*.
3. Pada variabel *price value*, hasil pengujian menunjukkan nilai t hitung sebesar 5,438 yang lebih tinggi daripada nilai t tabel sebesar 1,967, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002 yang berada di bawah 0,05.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa price value memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking*.

4. Secara keseluruhan, Analisis simultan menunjukkan bahwa Hedonic Lifestyle, Kemudahan, dan Price Value secara bersama-sama memengaruhi penggunaan QRIS pada *mobile banking*, dengan $R^2 = 0,729$, yang menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 72,9% variasi penggunaan QRIS, sedangkan 27,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian terkait pengaruh *Hedonic Lifestyle*, Kemudahan, dan *Price Value* terhadap penggunaan QRIS pada *mobile banking* (studi pada mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember), peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan berikut ini:

1. Bagi pihak perbankan dan penyedia layanan *mobile banking*, khususnya yang menghadirkan fasilitas QRIS, diharapkan terus melakukan peningkatan kualitas layanan dengan memperhatikan karakteristik gaya hidup digital mahasiswa, tingkat kemudahan sistem, serta nilai manfaat yang ditawarkan. Optimalisasi fitur yang ramah pengguna, desain aplikasi yang menarik, jaminan keamanan transaksi, serta biaya administrasi yang rendah perlu menjadi fokus utama guna meningkatkan kenyamanan dan loyalitas pengguna. Selain itu, pengembangan inovasi layanan yang selaras dengan kebutuhan dan

tren generasi muda juga penting dilakukan agar minat penggunaan QRIS di kalangan mahasiswa dapat terus terjaga dan meningkat.

2. Bagi mahasiswa dan pengguna QRIS, diharapkan dapat memanfaatkan layanan pembayaran digital secara cerdas, aman, dan bertanggung jawab. Pengguna juga perlu meningkatkan pemahaman terkait literasi keuangan digital, mengenali fitur-fitur yang tersedia, serta lebih memperhatikan aspek keamanan dalam setiap transaksi. Dengan pemahaman yang memadai, Pemanfaatan Selain mempermudah dan mempercepat proses transaksi, QRIS juga berkontribusi dalam pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa secara lebih sistematis.
3. Bagi kalangan akademisi, Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis sekaligus memperluas wawasan dalam bidang ekonomi Islam, perbankan digital, dan sistem pembayaran elektronik, sekaligus menjadi referensi penting bagi studi perilaku konsumen dalam penggunaan teknologi keuangan bagi peneliti dan akademisi mendatang.
4. Bagi peneliti selanjutnya, Penelitian ini memiliki keterbatasan, termasuk dalam hal ukuran sampel, jumlah responden, dan cakupan variabel yang diteliti. Sehubungan dengan hal tersebut, disarankan agar tujuan dan cakupan studi diperluas sehingga dapat menghasilkan ilustrasi yang lebih komprehensif terkait penggunaan QRIS. Selain itu, variabel lain juga diubah agar hasil studi menjadi lebih komprehensif dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Astiansyah, S. A. Analisis Preferensi Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada Generasi Z. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* (2024), Volume 3, Nomor 2 (hal. 96-101)
- Nirwasita, K. S. (2024). Preferensi Mahasiswa dalam Penggunaan QRIS (Studi pada UPN Veteran Jakarta). *E-Journal UPN Veteran Jakarta*.
- Muhith, A., Hepni, H., Sulthoniyah, L., Dewi, R. F., Ramadhan, F. A., Khalid, Z. A. K., & Ghani, F. A. (2025). Enhancing lecturer quality in the digital era: A case study of Islamic higher education in East Java. *Fikroh: Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam*, 18(2), 203–218
- Rahayu Sri Rejeki, Prihartini Budi Astuti “*Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*”, *Jurnal Manajemen, Bisnis, Akuntansi*, Vol.6 No.4 2024 | Hal. 592-612
- Laloan, W., Wenas, R., & Loindong, S. (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* Vol.11 No.2 2023, Hal. 375-386
- Abdillah, M. K., & Anggitaningsih, R. (2025). Pengaruh penerapan prinsip good corporate governance dan e-service quality terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember dalam bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(1), 90–93.
- Bank Indonesia, Statistik Sistem Pembayaran (2023). Diakses Pada 12 September 2025 Pukul 18:26 <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/pengantar.aspx#floating-1>
- Lestari, P. I. A., & Abidin, F. I. N. (2022). *Dampak Adopsi QRIS terhadap Pendidikan dan Pendapatan Gaya Hidup Hedonis di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi (JEMBA)*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Khairunnisa Musari. *Seri 2 IAEI Jawa Timur Menulis: Peluang dan Tantangan Ekonomi Syariah pada Era Industri dan Society 5.0*. Jakad Media Publishing, 2024. ISBN: 978-623-468-215-1. (Bagian “Menuju Era Industri dan Society 5.0”)

Kementrian Komunikasi dan Digital (Komdigi)

<https://www.komdigi.go.id/berita/ekonomi-digital/detail/transaksi-qrismelonjak-22654-revolusi-pembayaran-digital-di-indonesia>. Diakses Pada 13 September 2025 Pada Pukul 14:18

Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 37.

Wangdra, J., & Ompusunggu, H. (2025). Pengaruh Hedonic Motivation, Price Value dan Risk Perception terhadap Fintech Adoption pada Kalangan Mahasiswa di Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 7(3).

Davis, F. D. (1986). A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results (*Ph.D. Thesis, Massachusetts Institute of Technology*).

Chairun Nisa Safitri & M.Husnain, "Dampak Gaya Hidup Hedonisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Magister Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia", *Jurnal Mahasiswa FIAI-UII, at-Thullab*, Vol.7, Nomor.1, 2025

Onsardi, Untung Devomila Putri. "Pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan dan keamanan terhadap loyalitas konsumen belanja secara online di Lazada." *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)* 2.2 (2021): 156-163.

Wangdra, Jacelyn, and Hermaya Ompusunggu. "Pengaruh Hedonic Motivation, Price Value dan Risk Perception terhadap Fintech Adoption pada Kalangan Mahasiswa di Kota Batam." *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 7.3 (2025).

Sriekaningsih, A. (2020). *QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0*. Penerbit Andi.

Nuraeni, I., Nugroho, L., & Sugiarti, D. (2024). Kajian Knowledge Based Theory Dalam Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Dan Bank Konvensional (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Dan Bank Mandiri). *Pelita: Jurnal Penelitian, Terapan Dan Aplikatif*, 1(2), 78- 95.

W.T.J. Laloan, Rudy S. Wenas & Sjendry S.R. Loindong, "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: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 11, No. 2, 2023, hlm. 375-386

- Mahendra Adhi Nugroho dkk., “*Digital Bank Adoption in Indonesia: The Role of Price Value, Perceived Risk, and Intention to Use*”, 2025
- I Nyoman Budiarta & Komang Endrawan Sumadi Putra, “Digital Payment Experience: The Influence of Hedonic Motivation and Price Value on QRIS Usage Intention”, *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 6, No. 2, 2025, hlm. 398-407.
- Romansyah Sahabuddin, dkk., “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan QRIS terhadap Minat Pengguna di Kalangan Gen Z Melalui Kepuasan Pelanggan”, *E-Jurnal Kampus Akademik*, Vol. 5, No. 1, 2024.
- Sophiana Nandias. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Minat Mahasiswa dalam Bertransaksi Menggunakan QRIS pada Mahasiswa FEB ITS MandalaJember”. Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember (2024).
- I Gusti Ayu Agung Sinta, dkk., “Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Kemudahan Penggunaan QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Gen-Z di Kota Denpasar”, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 12, No. 2, 2023.
- Dina Ramadhan, Hendri Rahmayani Asri, Hantoro Arief Gisijanto, Nenik Diah Hartanti, dan Ekaning Setyarini, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda”, *Jurnal Lentera Bisnis Manajemen*, Vol. 3, No. 2, 2023.
- Nurritzika, “Pengaruh gaya hidup, kepercayaan dan kemudahan bertransaksi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Quick Response Indonesian Standard (QRIS) (Studi kasus pada nasabah Bank Syariah Indonesia)”, UIN Walisongo 2023
- Abd Rozak dan Wiwin Sri Hidayati, "*Pengolahan data dengan SPSS*," (2019): 53.
- Dwi Prayitno, *Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), 152.
- Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Pres, 2020),
- Putu A. Wijaya, Ida G. A. Imbayani, dan I. M. S. Prayoga, “Pengaruh Shopping Lifestyle, Store Atmosphere, dan Hedonic Shopping Value Terhadap Keputusan Pembelian pada Vondutch Ubud”, *E-Journal Value*, Vol. 5, No. 2 (2025)
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013).

- Pratiwi, N. M., & Dewi, C. K. Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan E-Wallet. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(2), 78–89. (2020).
- Wibowo, A. Kajian tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Sistem Informasi*, 1(2), 1–9.
- Jogiyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Budiarta, I. N., & Putra, K. E. S. Pengaruh Motivasi Hedonis dan Price Value terhadap Minat Penggunaan QRIS. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 3(2), 112–123. (2022)
- Syahri, A. & Setyawati, C. Y. Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Intention to Use QRIS BCA Mobile, *Jurnal Keuangan dan Bisnis (QRIS & Ease of Use di Indonesia)*.
- R. Suprono Wahyujatmiko. Consumer Behavior toward Digital Transactions Using QRIS melalui TAM, *E-Journal (Perceived Ease of Use & Usefulness mempengaruhi sikap penggunaan QRIS)*.
- Lestari, Putri Irda Asri & Abidin, Fityan Izza Noor. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Keputusan Penggunaan QRIS. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. (2022)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

MATRIKS PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator Variabel	Metode Penelitian	Fokus Penelitian	Grand Theory
<p>Pengaruh <i>Hedonic Lifestyle</i>, Kemudahan, dan <i>Price Value</i> terhadap Penggunaan QRIS pada <i>Mobile Banking</i> (Studi pada Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Hedonic Lifestyle</i> (X1) 2. Kemudahan (X2) 3. <i>Price Value</i> (X3) 4. Penggunaan QRIS Pada <i>Mobile Banking</i> (Y) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <ol style="list-style-type: none"> a. Kesenangan/kenikmatan saat menggunakan QRIS b. QRIS sebagai sarana tren/gaya hidup modern c. Aspek emosional positif (seru, menyenangkan) dalam penggunaan digital payment d. Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap keputusan memakai QRIS 2. <ol style="list-style-type: none"> a. Kemudahan memahami cara menggunakan QRIS b. Waktu/usaha teknis yang dibutuhkan c. Minim hambatan/kesulitan (teknologi/jaringan/kecepatan) 3. <ol style="list-style-type: none"> a. Manfaat QRIS sepadan/melebihi biaya penggunaan Pengaruh harga/biaya transaksi terhadap minat menggunakan QRIS b. Pengaruh insentif (promo/diskon/reward) c. Kesediaan membayar jika ada biaya tambahan karena kemudahan/kecepatan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendekatan dan jenis penelitian: Kuantitatif 2. Populasi dan Sampel: <i>simple random sampling</i> 3. Teknik Pengumpulan Data: <ol style="list-style-type: none"> a. Kuesioner b. Dokumentasi 4. Analisis data: <ol style="list-style-type: none"> a. Proses editing b. Tabulasi c. Instrument data <ul style="list-style-type: none"> • Uji validitas • Uji Reabilitas • Uji Asumsi Klasik • Uji Normalitas • Uji Multikolonieritas • Uji heteroskedastisitas • Uji Regresi Linear berganda Uji T dan Uji F • Koefisien Determinasi (Uji R Square) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengaruh <i>Hedonic Lifestyle</i> terhadap penggunaan QRIS pada <i>mobile banking</i> mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember 2. Pengaruh Kemudahan terhadap penggunaan QRIS pada <i>mobile banking</i> mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember 3. Pengaruh <i>Price Value</i> terhadap penggunaan QRIS pada <i>mobile banking</i> mahasiswa FEBI UIN KHAS 	<ol style="list-style-type: none"> 1. TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>): pengaruh persepsi kemudahan (PEOU) terhadap niat penggunaan QRIS 2. TPB (<i>Theory of Planned Behavior</i>): pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat dan perilaku pengguna

		 <p>UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ J E M B E R</p>	<p>Jember 4. Pengaruh <i>Hedonic Lifestyle</i>, Kemudahan, dan <i>Price Value</i> secara simultan terhadap penggunaan QRIS pada <i>mobile banking</i> mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember</p>	<p>an QRIS</p>
--	--	---	--	----------------

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Redita Maysa Ayu

NIM : 221105010030

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan jujur bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat penjiplakan karya ilmiah, kecuali yang dikutip dalam skripsi ini dan dikutip sebagai sumber referensi.

Apabila di kemudian hari hasil karya ini benar terbukti ada unsur plagiarisme dan complain dari pihak luar, maka saya siap diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Oleh karena itu pernyataan ini saya buat dengan jujur tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jember, 25 Februari 2026

Saya yang menyatakan



Redita Maysa Ayu
NIM. 221105010030

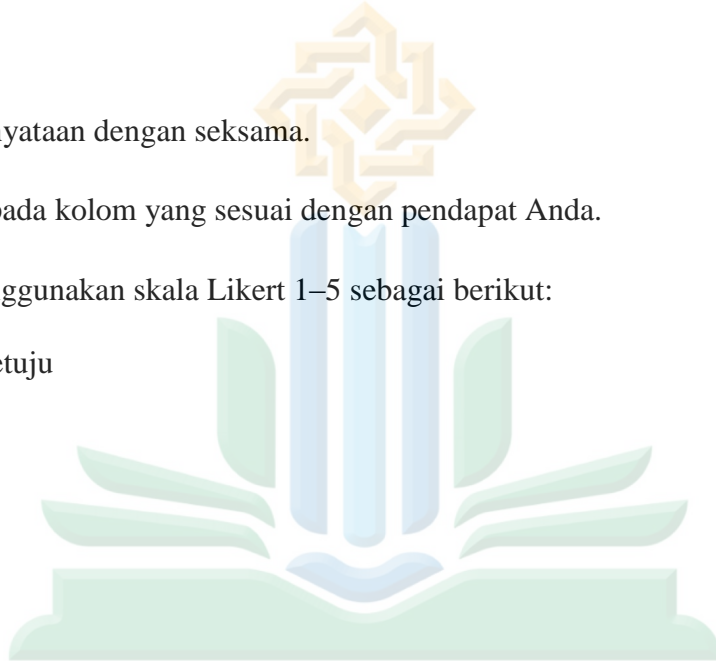
KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH HEDONIC LIFESTYLE, KEMUDAHAN, DAN PRICE VALUE TERHADAP
PENGUNAAN QRIS (QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD) PADA
MOBILE BANKING (Studi pada Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember)

Petunjuk Pengisian:

1. Bacalah setiap pernyataan dengan seksama.
2. Berilah tanda (✓) pada kolom yang sesuai dengan pendapat Anda.
3. Skala jawaban menggunakan skala Likert 1–5 sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju



A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin : _____
2. Usia : _____
3. Program Studi : _____
4. Lama menggunakan Mobile Banking : _____
5. Pernah menggunakan QRIS pada Mobile Banking: Ya () Tidak ()

<i>Hedonic Lifestyle (X1)</i>						
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya sering melakukan pembelian barang/jasa untuk kesenangan pribadi					
2	Saya suka mencoba hal baru agar tidak ketinggalan tren.					
3	Saya tertarik menggunakan fitur pembayaran digital karena terlihat modern dan menarik					
4	Saya merasa bangga ketika menggunakan produk/layanan					

	yang dianggap keren oleh orang lain					
5	Saya merasa penggunaan QRIS melalui mobile banking mencerminkan gaya hidup modern					

Kemudahan (X2)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya dengan cepat memahami cara menggunakan QRIS di <i>mobile banking</i>					
2	Proses transaksi QRIS di <i>mobile banking</i> mudah dilakukan.					

3	Saya tidak memerlukan banyak bantuan saat menggunakan QRIS					
4	Menggunakan QRIS di <i>mobile banking</i> menghemat waktu saya					
5	Fitur QRIS mudah diakses kapan pun saya butuhkan.					

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

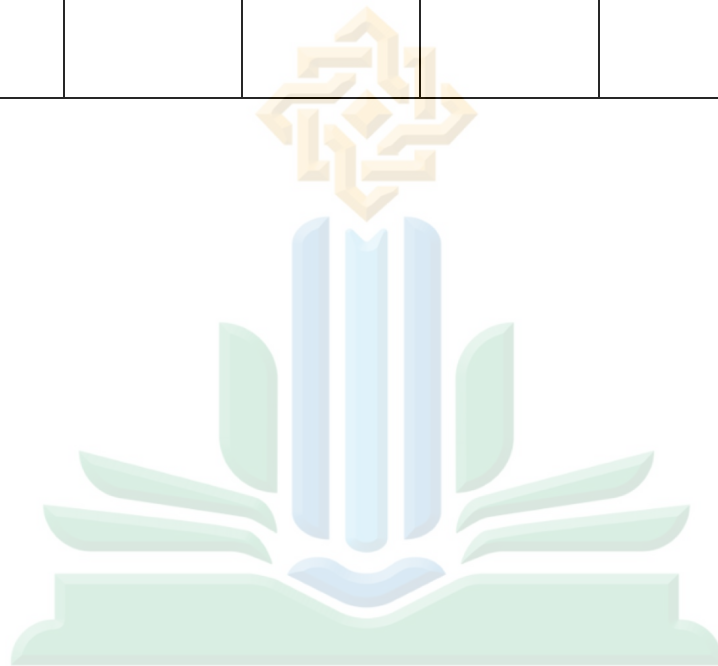
Price Value (X3)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Biaya penggunaan QRIS sebanding dengan manfaat yang saya peroleh					
2	Saya merasa					

	<p>penggunaan QRIS di <i>mobile banking</i> lebih efisien dibanding metode lain</p>					
3	<p>Menggunakan QRIS membantu saya bertransaksi tanpa biaya tambahan yang berarti.</p>					
4	<p>QRIS memberikan nilai tambah karena lebih cepat dan praktis</p>					
5	<p>Saya merasa penggunaan QRIS melalui <i>mobile banking</i> memberikan keuntungan ekonomis</p>					

Penggunaan QRIS Pada <i>Mobile Banking</i> (Y)						
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya berniat menggunakan QRIS pada setiap transaksi digital saya					
2	Saya akan terus menggunakan QRIS di masa depan.					
3	Saya sering menggunakan QRIS melalui <i>mobile banking</i> untuk transaksi sehari-hari.					
4	Saya lebih memilih QRIS dibanding metode pembayaran lain					

5	Saya merasa puas dan nyaman saat menggunakan QRIS di <i>mobile</i> <i>banking</i> .					
---	---	--	--	--	--	--



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : 157 / Un.22/D.5.WD.1/KM.05.00/11/2025 3 November 2025
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Dekan FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember,
Jawa Timur Kode Pos: 68136

Dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi, maka dengan ini saya :

Nama : Redita Maysa Ayu
NIM : 221105010030
Semester : 7 (Tujuh)
Prodi : Ekonomi Dan Bisnis slam

Mohon izin untuk mengadakan Penelitian/Riset pada tanggal 4 November – 4 Desember 2025 mengenai Pengaruh Hedonic Lifestyle, Kemudahan, Price Value Terhadap Penggunaan QRIS (Quick Responses Code Indonesian Standard) Pada Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember).

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu



Handwritten signature



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 1 Mangli, Jember, Kode Pos 68136
Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: infofebi@uinkhas.ac.id
Website: www.febi.uinkhas.ac.id



SURAT KETERANGAN

Nomor: ~~177~~Un.22/D.5.KJ.1/PP.00.9/02/2026

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I.
NIP : 197608122008011015
Pangkat, Gol./Ruang : Penata Tingkat I / III.d
Jabatan : Ketua Jurusan Ekonomi Islam
Unit kerja : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menerangkan bahwa nama dibawah ini:

Nama : Redita Maysa Ayu
NIM : 221105010030
Semester : 7 (Tujuh)
Program Studi/ Fakultas : Perbankan Syariah/ Fakultas Ekonomi
dan Bisnis UIN KHAS Jember

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas skripsi, pada tanggal 4 November - 4 Desember 2025 dengan judul "Pengaruh Hedonic Lifestyle, Kemudahan, Price Value Terhadap Penggunaan QRIS (Quick Responses Code Indonesia Standard) Pada Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa FEBI UINKHAS Jember)






Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 23 Februari 2026
a.n Dekan,
Ketua Jurusan



JURNAL KEGIATAN PENELITIAN DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Nama : Redita Maysa Ayu
NIM : 221105010030
Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah
Instansi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Judul : PENGARUH *HEDONIC LIFESTYLE*, KEMUDAHAN, *PRICE VALUE* TERHADAP PENGGUNAAN QRIS (*QUICK RESPONSE CODE* *INDONESIAN STANDARD*) PADA *MOBILE BANKING* (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember)
Lokasi Penelitian : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jl. Mataram No.1, Krajan, Sempusari, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68131, Indonesia

No	Hari/Tanggal	Uraian Kegiatan	Paraf
1	Kamis, 6 Nov 2025	Menyerah surat izin penelitian	
2	Setelah, 11 Nov 2025	meminta data jumlah mahasiswa FEBI	
3	Rabu, 12 Nov 2025	Penyebaran kuesioner	
4	Jumat, 5 Des 2025	Pengolahan data hasil kuesioner	
5	Senin, 26 Jan 2026	selesai penelitian	

Mengetahui,

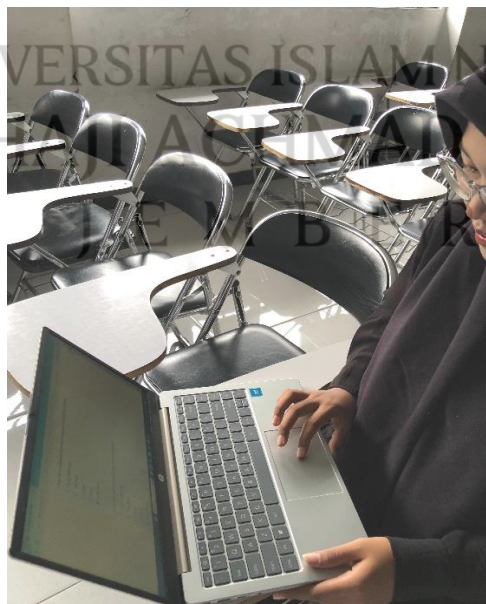
Jember, 24 Februari 2026


(Wiwik Nur Cahyani, S.Pd., M.E)

DOKUMENTASI PENELITIAN



Meminta Data Jumlah Mahasiswa FEBI



Pengisian Kuesioner Penelitian Oleh Mahasiswa

TABULASI DATA

P 1	P 2	P 3	P 5	P 6	X 1	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	X 2	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	X 3	P 17	P 18	P 19	P 20	P 21	Y
5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	23
3	3	4	3	4	20	5	4	4	5	4	22	4	4	4	5	4	21	3	3	3	3	4	16
5	4	5	5	4	27	5	4	4	4	5	22	4	3	3	3	3	16	4	5	4	3	3	19
3	3	4	3	4	21	5	5	4	5	4	23	4	3	3	5	4	19	4	4	4	4	4	20
3	3	4	3	4	20	4	3	4	3	4	18	3	3	3	4	4	17	4	4	3	4	3	18
3	4	5	3	4	23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20
3	3	4	3	3	20	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	5	17
4	4	5	3	4	24	4	4	5	5	4	22	4	4	5	5	4	22	4	5	5	5	4	23
4	4	3	3	4	19	5	5	5	5	5	22	4	5	4	5	4	22	3	3	3	3	5	17
3	4	5	2	4	20	5	5	5	5	5	22	4	0	3	5	4	16	4	4	4	3	5	20
4	3	3	3	3	19	4	4	3	4	4	19	3	3	4	4	3	17	3	3	4	3	4	17
4	3	5	3	4	22	5	5	5	5	5	22	5	4	5	4	4	22	3	4	4	3	4	18
3	3	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	18	4	4	4	4	4	20
4	3	4	2	2	16	4	5	5	5	5	24	5	4	4	4	5	22	3	4	4	4	4	19
4	4	4	3	4	23	3	4	4	4	3	18	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	3	19
3	4	5	4	4	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	5	21

3	3	4	3	3	9	3	3	3	3	4	6	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	4	7
3	3	1	3	1	6	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5
3	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	2	4	5	4	4	4	21	4	4	3	4	4	9
5	4	5	5	5	2	9	5	5	5	5	2	5	3	4	3	5	3	18	4	4	4	3	9
4	3	4	2	4	1	9	5	5	4	5	2	4	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5
3	3	4	3	4	2	0	4	4	3	4	1	9	4	3	4	4	3	18	2	3	4	3	6
3	4	3	3	4	2	0	3	4	3	4	1	8	3	3	4	3	3	16	3	3	3	3	5
4	4	4	4	5	2	5	4	4	4	4	2	0	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	2
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	0
3	4	5	3	5	2	3	5	5	4	5	2	3	4	4	4	5	4	21	3	3	3	4	8
5	5	5	5	5	3	0	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	3	0	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	3	0	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	3	0	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5
3	3	4	4	4	2	5	4	4	4	4	2	1	4	3	4	3	17	3	3	3	3	5	
5	5	5	5	5	3	0	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5
4	3	5	4	5	2	5	5	4	5	5	2	4	4	3	4	3	18	4	4	3	3	8	
3	3	4	3	3	1	9	4	4	4	4	2	1	4	5	5	5	24	3	3	3	3	5	
4	3	4	3	3	2	0	3	3	3	3	1	5	3	3	3	3	15	3	3	3	3	5	
4	4	5	3	4	2	4	5	4	5	4	2	4	4	4	4	3	19	3	4	4	3	8	
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	2	5	4	4	5	4	22	4	5	5	4	2	

4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	5	21	4	4	5	5	5	2	3		
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0		
3	3	4	2	4	1	8	4	4	5	4	5	2	4	4	3	4	3	18	3	3	4	2	3	1	5	
3	2	3	2	2	1	4	4	4	4	4	4	2	0	3	3	4	4	4	18	2	2	3	3	3	1	3
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0	
4	5	4	4	4	2	5	5	4	4	5	5	2	3	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2	5	
4	4	4	5	5	2	7	5	5	5	4	3	2	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2	5	
5	5	5	5	5	3	0	5	5	4	5	5	2	4	5	5	5	5	25	5	4	4	3	5	2	1	
5	4	4	4	4	2	5	4	5	5	5	4	2	3	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0	
4	4	4	4	5	2	5	5	5	5	3	5	2	3	5	5	5	5	25	4	4	5	4	4	2	1	
5	5	5	5	5	2	8	5	5	5	4	5	2	4	5	5	4	4	22	5	5	5	5	5	2	5	
4	4	4	5	4	2	6	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0	
4	4	5	3	4	2	5	4	4	4	4	4	2	0	5	5	5	4	24	4	4	4	4	4	2	0	
4	4	4	5	5	2	7	5	5	4	4	4	2	2	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0	
5	5	4	3	4	2	4	4	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4	2	3	
5	4	4	4	5	2	6	5	4	4	4	4	2	1	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2	5	
4	5	5	4	4	2	6	4	4	5	5	5	2	3	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2	5	
4	5	5	4	5	2	6	5	5	4	4	4	2	2	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2	5	
4	4	4	4	4	2	4	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2	5	
5	5	4	4	4	2	6	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	5	22	5	5	5	5	5	2	5	
5	5	5	3	5	2	5	5	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	2	2	

4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	2	0
4	4	4	4	5	2	5	4	4	4	4	2	0	4	4	4	5	5	22	5	4	5	4	4	2	2
2	2	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0
4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	5	5	2	4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	4	2	0
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	2	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	2	4
4	4	4	4	5	2	5	5	5	5	5	2	5	5	5	4	4	4	22	4	3	4	5	4	2	0
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	2	2
4	4	5	4	5	2	6	5	4	4	4	2	1	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	5	1	5	4	5	5	24	5	4	5	5	5	2	4
4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	5	2	4	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	4	2	0
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	2	2
4	5	5	5	5	2	9	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	2	4
4	5	4	4	4	2	5	5	5	5	5	2	5	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	2	0
4	4	4	4	4	2	4	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2	5
4	5	5	4	4	2	6	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	0	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	2	5
4	3	4	4	4	2	3	3	5	5	5	2	3	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2	5
4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	5	2	3	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0
4	4	4	4	5	2	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	4	2	0
4	3	4	3	4	2	4	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2	2

4	4	4	4	5	2	5	5	4	4	4	4	2	1	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0
4	5	5	4	4	2	6	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0
4	4	5	4	5	2	6	5	5	5	5	5	2	5	5	4	4	5	5	23	5	5	5	4	5	2	4
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	2	1	
4	4	4	4	5	2	5	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	2	2	
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	0	5	5	4	5	4	23	3	4	4	4	4	1	9	
5	5	4	4	4	2	6	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	2	2	
4	4	4	4	5	2	5	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0	
4	5	4	4	4	2	5	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0	
4	5	5	4	5	2	7	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	2	4	
4	3	4	4	5	2	4	5	4	4	4	2	1	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0	
5	4	4	4	4	2	5	4	4	5	5	2	3	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0	
4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	2	4	5	3	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0		
5	5	5	5	4	2	9	4	4	4	5	2	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	4	2	0		
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0		
4	4	4	4	4	2	4	5	5	5	5	2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0		
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0		
5	5	4	4	4	2	6	4	4	4	4	2	0	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	2	0	
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0		
4	5	5	5	5	2	9	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0		
3	3	4	3	4	2	4	4	5	5	5	2	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	4	1	1		

4	4	4	5	5	2	5	5	5	5	5	2	5	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	
5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	
4	4	4	5	4	2	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2		
5	4	4	4	5	2	4	4	5	4	2	2	4	4	5	4	4	21	4	4	5	4	5	2	
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	
4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	2	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	4	2		
4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	2	1	4	4	4	4	20	5	5	4	4	5	2		
4	4	5	5	4	2	4	4	4	4	2	1	5	5	5	4	23	4	5	5	4	5	2		
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2		
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2		
4	4	4	4	5	2	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2		
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2		
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2		
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2		
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2		
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2		
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2		
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2		
4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2		
5	5	5	3	4	2	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	2		

4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	
5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	
4	4	4	4	4	2	4	5	5	5	2	4	5	4	3	4	4	20	4	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	
4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	2	0	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2
5	4	5	5	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2
4	4	4	5	5	2	5	4	4	4	2	1	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2
4	4	5	3	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2
5	5	5	4	5	2	4	5	5	5	2	4	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	4	2
5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	2	0	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	2
4	4	5	4	4	2	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2
5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	

4	4	4	5	5	2	5	4	5	4	4	2	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	2
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2
4	4	5	5	4	2	5	4	5	4	5	2	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	2
4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2
5	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2
5	5	5	5	4	2	5	4	5	4	5	2	4	5	4	5	4	22	5	5	5	4	5	2
5	5	5	4	4	2	5	4	5	4	5	2	4	5	4	5	4	22	5	4	5	5	5	2
4	4	4	5	5	2	5	5	5	5	5	2	5	5	5	4	4	22	4	4	4	4	4	2
5	5	4	4	5	2	4	5	4	5	4	2	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	2
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2
5	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	4	24	4	4	5	5	5	2
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	4	24	4	5	5	5	5	2
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2
5	5	4	4	5	2	4	4	5	5	5	2	5	5	5	4	24	4	5	4	5	5	2	
5	5	5	4	5	2	5	4	5	5	5	2	4	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	2
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	5	2
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2
4	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2
5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2

4	4	4	5	5	2	5	5	5	5	4	2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0
4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0
5	5	4	4	5	2	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2	5
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2	5
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2	5
4	4	5	5	4	2	4	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0
4	5	5	4	5	2	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0
4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2	5
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	2	1
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2	5
5	5	4	4	5	2	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0
5	5	4	4	4	2	4	4	5	4	4	2	1	4	4	4	4	20	4	5	4	5	5	2	3
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	2	5
4	4	4	4	5	2	4	4	4	5	4	2	1	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	0
5	4	5	4	5	2	5	5	4	5	4	2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	2	2

HASIL SPSS
 1.UJI VALIDITAS
 a. HEDONIC

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	HEDONIC
P1	Pearson Correlation	1	.513**	.484**	.494**	.439**	.760**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340
P2	Pearson Correlation	.513**	1	.392**	.363**	.312**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340
P3	Pearson Correlation	.484**	.392**	1	.450**	.478**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340
P4	Pearson Correlation	.494**	.363**	.450**	1	.618**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340
P5	Pearson Correlation	.439**	.312**	.478**	.618**	1	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	340	340	340	340	340	340
HEDONIC	Pearson Correlation	.760**	.677**	.700**	.824**	.730**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	340	340	340	340	340	340

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. KEMUDAHAN

Correlations

		P6	P7	P8	P9	P10	KEMUDAHAN
P6	Pearson Correlation	1	.691**	.628**	.535**	.550**	.795**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340
P7	Pearson Correlation	.691**	1	.720**	.740**	.620**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340
P8	Pearson Correlation	.628**	.720**	1	.707**	.714**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000

	N	340	340	340	340	340	340
P9	Pearson Correlation	.535**	.740**	.707**	1	.748**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340
P10	Pearson Correlation	.550**	.620**	.714**	.748**	1	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	340	340	340	340	340	340
KEMUDAHAN	Pearson Correlation	.795**	.881**	.882**	.872**	.849**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	340	340	340	340	340	340

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. PRICE VALUE

Correlations

		P11	P12	P13	P14	P15	PRICEVALUE
P11	Pearson Correlation	1	.762**	.742**	.655**	.700**	.880**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340
P12	Pearson Correlation	.762**	1	.756**	.622**	.666**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340
P13	Pearson Correlation	.742**	.756**	1	.697**	.775**	.906**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340
P14	Pearson Correlation	.655**	.622**	.697**	1	.745**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340
P15	Pearson Correlation	.700**	.666**	.775**	.745**	1	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	340	340	340	340	340	340
PRICEVALUE	Pearson Correlation	.880**	.873**	.906**	.844**	.883**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	340	340	340	340	340	340

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

d. PENGGUNAAN QRIS

		Correlations					
		P16	P17	P18	P19	P20	QRIS
P16	Pearson Correlation	1	.820**	.801**	.787**	.693**	.909**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340
P17	Pearson Correlation	.820**	1	.796**	.768**	.685**	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340
P18	Pearson Correlation	.801**	.796**	1	.823**	.773**	.926**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340
P19	Pearson Correlation	.787**	.768**	.823**	1	.789**	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340
P20	Pearson Correlation	.693**	.685**	.773**	.789**	1	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	340	340	340	340	340	340
QRIS	Pearson Correlation	.909**	.900**	.926**	.921**	.867**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	340	340	340	340	340	340

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI REABILITAS

a. hedonic

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	5

b. kemudahan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	5

c. price value

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.925	5

d. penggunaan QRIS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.945	5

2. UJI ASUMSI KLASIK

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		340
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.39077351
Most Extreme Differences	Absolute	.187
	Positive	.187
	Negative	-.143
Test Statistic		.187
Asymp. Sig. (2-tailed)		.735 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

UJI MULTI KOLINIERITAS

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	HEDONIC	.654	1.529
	KEMUDAHAN	.446	2.241
	PRICEVALUE	.405	2.466

a. Dependent Variable: QRIS

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.040	1.810		1.980	.109
	HEDONIC	.060	.054	.120	1.696	.120
	KEMUDAHAN	.076	.068	.070	.476	.880
	PRICEVALUE	.167	.076	.065	1.235	.076

a. Dependent Variable: ADSRES2

PERSAMAAN REGRESI LINIER BERGANDA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.132	1.810		.163	.871
	HEDONIC	.243	.034	.251	7.145	.010
	KEMUDAHAN	.074	.148	.072	1.998	.034
	PRICEVALUE	.715	.046	.688	5.438	.002

a. Dependent Variable: QRIS

4. UJI HIPOTESIS

UJI KOEFISIEN RETERMINAN

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.854 ^a	.729	.727	1.397

a. Predictors: (Constant), PRICEVALUE, HEDONIC, KEMUDAHAN

UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1767.936	3	589.312	301.976	.000 ^b
	Residual	655.711	336	1.952		
	Total	2423.647	339			

a. Dependent Variable: QRIS

b. Predictors: (Constant), PRICEVALUE, HEDONIC, KEMUDAHAN

Hasil uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	2.132		
	HEDONIC	.243	.034	.251	7.145	.010
	KEMUDAHAN	.074	.148	.072	1.998	.034
	PRICEVALUE	.715	.046	.688	5.438	.002

a. Dependent Variable: QRIS



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Redita Maysa Ayu
NIM : 221105010030
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh *Hedonic Lifestyle*, Kemudahan, *Price Value* Terhadap Penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) Pada *Mobile Banking* (Studi Pada Mahasiswa UIN KHAS Jember)

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 25 Februari 2026

Operator Turnitin
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Hj. Mariah Ulfah, M.El
NIP. 197709142005012004





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Nomor : 174 /Un.22/D.5.KP.4/KM.05.00/02/2026

Yang bertandatangan di bawah ini Koordinator program Studi Perbankan Syariah,
menerangkan bahwa :

Nama : Redita Maysa Ayu
NIM : 221105010030
Semester : 8 (Delapan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan
skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk
mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 23 Februari 2026

Pen. Dekan
Koordinator Prodi. Perbankan Syariah
Ana Pratiwi



DAFTAR SITASI DOSEN

1. Khairunnisa Musari. *Seri 2 IAEI Jawa Timur Menulis: Peluang dan Tantangan Ekonomi Syariah pada Era Industri dan Society 5.0*. Jakad Media Publishing, 2024. ISBN: 978- 623-468-215-1. (Bagian “Menuju Era Industri dan Society 5.0”)
2. Abdillah, M. K., & Anggitaningsih, R. Pengaruh penerapan prinsip good corporate governance dan e-service quality terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember dalam bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(1), 90–93. (2025)
3. Agustiniingsih, M. D., Savitrah, R. M., & Lestari, P. C. A. (2021). Indonesian young consumers’ intention to donate using sharia fintech. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 34-44.
4. Muhith, A., Hepni, H., Sulthoniyah, L., Dewi, R. F., Ramadhan, F. A., Khalid, Z. A. K., & Ghani, F. A. (2025). Enhancing lecturer quality in the digital era: A case study of Islamic higher education in East Java. *Fikroh: Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam*, 18(2), 203– 218
5. Astuti, R. P., Kamila, N. S., Holida, N., & Agustin, M. Partisipasi Bank Indonesia dalam pengaturan digitalisasi sistem pembayaran Indonesia. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 2(1), 130–140. (2024)

BIODATA PENULIS



A. IDENTITAS DIRI

Nama : Redita Maysa Ayu
Alamat : Desa Kranji, Kecamatan Paciran, kabupaten
Lamongan
Tempat Tanggal Lahir : Lamongan 27 Mei 2004
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Belum Kawin
Email : reditamaysa@gmail.com
No Hp : 085961571638

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

- a) MI Muhammadiyah 09 Kranji : 2010 – 2016
- b) SMP Muhammadiyah 12 Paciran : 2016 – 2019
- c) MA Al-Ishlah Sendangagung : 2019 - 2022
- d) Universitas Islam Negeri Kiai : 2022 - 2026

Achmad Siddiq Jember