Jurnal Ekonomi Perjuangan ( JUMPER )
Vol 7 No.1. 2025 ; Halaman 72 - 82
P-ISSN : 2714-8319/ E-ISSN : 2714-7452

Diserahkan:16/06/2025
Diterima:23/06/2025
Diterbitkan:24/06/2025

# PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN KEMUDAHAN BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN QRIS TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* GENERASI Z DI KOTA DAN KABUPATEN TASIKMALAYA

**Ilma Alya Zalyanti[1], Intan Rahayu[2*], Laras Pratiwi[3]**
**Universitas Perjuangan Tasikmalaya[1,2,3]**
Email: ilmaalya17@gmail.com, intanrahayu@unper.ac.id*, laraspratiwi@unper.ac.id

## *ABSTRACT*

*This study aims to determine the Effect of Financial Literacy and Ease of Transaction Using QRIS on Impulsive Buying partially. The population used in this study is Generation Z in Tasikmalaya City and Regency. The method used in this study is the associative descriptive method with a quantitative approach. Sample selection uses the Purposive Sampling method. The sample used was 100 people. The data collection method used in this study is primary data obtained from distributing questionnaires via Google Form. The data analysis technique used is multiple linear regression with the help of the SPSS Version 27 Program. The results of this study indicate that Financial Literacy has a negative effect on Impulsive Buying, and Ease of Transaction has a positive effect on Impulsive Buying.*

***Keyword : Financial Literacy, the Ease of Transactions, Impulsive Buying.***

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Bertransaksi Menggunakan QRIS terhadap *Impulsive Buying* secara parsial. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kota dan Kabupaten Tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Pemilihan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner melalui *google form.* Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan Program SPSS Versi 27. Hasil penelitian ini menunjukkan Literasi Keuangan berpengaruh negatif terhadap *Impulsive Buying*, dan Kemudahan Bertransaksi berpengaruh positif terhadap *Impulsive Buying.*

**Kata Kunci : Literasi Keuangan, Kemudahan Bertransaksi, *Impulsive Buying.***

## PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, kemajuan teknologi di Indonesia telah mengubah industri keuangan secara signifikan. Munculnya *financial technology (fintech)* yang telah menguasai bisnis di sektor keuangan adalah salah satu contoh paling jelas dari perubahan ini. Kennedy (2017) menyatakan bahwa kemajuan *fintech* telah mengubah cara orang meminjam, menyimpan, dan bertransaksi uang (Tsakila et al. 2024). Kemajuan sistem pembayaran digital di Indonesia menjadi salah satu indikator signifikan dari transformasi ekonomi yang didorong oleh perkembangan teknologi. Selain menyederhanakan transaksi harian, pembayaran digital turut berkontribusi pada peningkatan inklusi keuangan, percepatan pertumbuhan ekonomi, dan efisiensi operasional di berbagai sektor. Perubahan sistem pembayaran dari uang tunai menuju metode digital atau

Jurnal Ekonomi Perjuangan ( JUMPER )
Vol 7 No.1. 2025 ; Halaman 72 - 82
P-ISSN : 2714-8319/ E-ISSN : 2714-7452
Diserahkan:16/06/2025
Diterima:23/06/2025
Diterbitkan:24/06/2025

elektronik ini tak lepas dari dampak pesatnya inovasi teknologi. Berbagai layanan pembayaran digital, seperti dompet elektronik *(e-wallet),* perbankan *mobile*, dan pembayaran QR, telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat.

Kemajuan yang dilakukan oleh sistem pembayaran digital di Indonesia merupakan salah satu tanda penting dari transformasi ekonomi yang didorong oleh perkembangan teknologi. Fintech telah berkembang pesat untuk mendukung semua transaksi modern dan memudahkan berbagai bisnis. Kemajuan teknologi dan gaya hidup masyarakat yang otomatis juga membutuhkan teknologi informasi yang serba cepat (Kadir 2023).

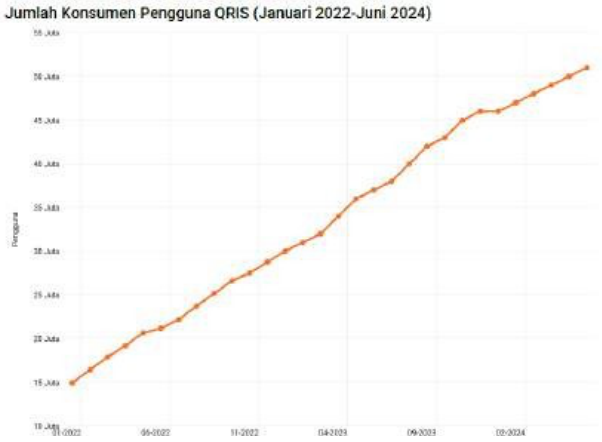
*Financial technology (fintech)* adalah kombinasi dari jasa keuangan dan teknologi baru yang memungkinkan transaksi jarak jauh dengan pembayaran cepat. Menurut situs web Asosiasi *Fintech* Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI), layanan *fintech* di Indonesia mencakup berbagai jenis, seperti pendanaan bersama *(peer-to-peer lending),* penggalangan dana *(crowdfunding),* pembiayaan melalui pintu gerbang digital, dompet elektronik, pengelolaan risiko investasi, penyedia informasi pasar, dan layanan pembayaran digital. *Digital payment* adalah salah satu industri yang sangat dominan di Indonesia. Layanan transaksi seperti GoPay, OVO, Dana, dan LinkAja sekarang menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Pengadopsian QR *Code Indonesian Standard*, atau QRIS, sebuah metode pembayaran praktis oleh Bank Indonesia, jelas merupakan faktor pendorong perkembangan *fintech* di Indonesia. Untuk mengikuti tren saat ini, beberapa *platform* perdagangan mulai menggunakan metode pembayaran berbasis QR-*Code*. Dengan sistem ini, orang mulai tidak membayar dengan tunai lagi. Untuk menggunakan pembayaran elektronik atau tanpa tunai, seseorang perlu memahami teknologi (Farhan & Shifa 2023).

Dipengaruhi oleh faktor teknologi, sosial, dan psikologis, Generasi Z di Indonesia, yang merupakan generasi *digital native*, generasi ini cenderung membeli sesuatu secara impulsif. Menurut Bank Indonesia, banyaknya *platform e-commerce* (seperti Shopee, Tokopedia, dan Tokopedia TikTok) dan metode pembayaran digital (seperti QRIS dan *e-wallet*) telah mempercepat proses belanja secara instan serta mengurangi kendala yang terkait dengan transaksi konvensional. Generasi Z mengatakan mereka melakukan pembelian spontan, terutama dalam hal pakaian, *gadget*, dan makanan. Mereka mengatakan ini didorong oleh diskon cepat, iklan target, dan tekanan sosial dari konten influencer (Ekawati et al. 2024). Gamifikasi dalam aplikasi belanja, seperti *cashback, e-commerce livestream*, dan notifikasi promo, menciptakan urgensi palsu, serta memperparah fenomena ini. Selain itu, penggunaan QRIS dengan hanya satu klik pembayaran membuat Gen Z lebih cenderung membuat keputusan keuangan yang tidak terencana. Akibatnya, banyak dari mereka mengalami masalah keuangan seperti utang konsumtif dan minim tabungan (Prastika et al. 2025).

QRIS merupakan integrasi dari berbagai kode QR yang disediakan oleh penyelenggara jasa sistem pembayaran (PJSP). Dengan memiliki satu kode QRIS dari salah satu penerbit, pemilik *merchant* dapat melakukan transaksi non-tunai menggunakan kode QR dari berbagai penerbit lain (Rahadi et al. 2023). Sejak pandemi COVID-19, penggunaan QRIS semakin meningkat karena didorong oleh kebutuhan masyarakat untuk melakukan transaksi secara non-tunai. QRIS juga telah diperluas penggunaannya untuk mendukung transaksi lintas negara *(cross-border payments),* yang memungkinkan pembayaran QR lintas negara ASEAN, dimulai dengan Thailand dan Malaysia, lalu merambat ke Singapura, Filipina, dan Vietnam (Praditya 2023).

Jurnal Ekonomi Perjuangan ( JUMPER )
Vol 7 No.1. 2025 ; Halaman 72 - 82
P-ISSN : 2714-8319/ E-ISSN : 2714-7452

Diserahkan:16/06/2025
Diterima:23/06/2025
Diterbitkan:24/06/2025




**Gambar 1. Jumlah Pengguna QRIS di Indonesia**
Sumber: databoks.katadata.co.id

Meskipun adopsi QRIS semakin meningkat, tetap masih ada masalah, terutama terkait dengan literasi digital dan keuangan masyarakat. Banyak bisnis kecil belum memahami manfaat QRIS atau ragu untuk menggunakannya karena mereka tidak begitu memahami teknologi. Dengan demikian, pemerintah dan industri *fintech* terus melakukan pendidikan dan sosialisasi untuk membuat pelaku usaha dan masyarakat umum lebih familiar dengan teknologi ini (Trimulato, Saidah Fitri et al. 2022). Dengan adopsi yang terus meningkat dan ekosistem digital yang semakin kuat, QRIS diharapkan dapat membantu digitalisasi transaksi di Indonesia, mendukung inklusi keuangan, dan mendorong ekonomi yang lebih modern dan efisien.

Penerapan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran digital yang mudah diakses oleh berbagai kalangan turut mempengaruhi perilaku konsumen, termasuk Generasi Z. Generasi Z yang lahir dan berkembang di era digital, memiliki keterampilan tinggi dalam menggunakan teknologi dan umumnya mengutamakan kemudahan serta kecepatan dalam berbagai aktivitas, termasuk transaksi (Rinjani & Arnita 2023). Dengan hadirnya metode pembayaran QRIS, yang hanya melakukan transaksi pembayaran dengan memindai QR *Code* dari berbagai *platform digital*, hal ini sangat memungkinkan Generasi Z untuk melakukan pembelian tanpa hambatan dan tanpa berpikir panjang, sehingga mendorong perilaku *impulsive buying.* Keahlian keuangan generasi ini kurang, terutama dalam perencanaan keuangan pribadi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Deloitte pada tahun 2022, 46% Gen Z di seluruh dunia bergantung pada gaji mereka untuk membayar biaya hidup mereka, dan 26% di antara mereka tidak yakin apakah mereka mampu membayarnya. Artinya Generasi muda lebih mengutamakan penggunaan uang untuk kebutuhan sehari-hari dibandingkan menyimpannya untuk persiapan kebutuhan di masa depan (Rinjani & Arnita 2023)

Generasi Z lebih cenderung melakukan pembelian tak terduga karena kemudahan transaksi QRIS. Generasi Z dapat dengan mudah tergoda untuk membeli sesuatu hanya karena dorongan sesaat, terutama di dunia digital yang penuh dengan iklan dan promosi menarik. Ini terjadi karena mereka memiliki akses cepat ke barang-barang secara *cashless*. Dengan integrasi QRIS dengan

Jurnal Ekonomi Perjuangan ( JUMPER )
Vol 7 No.1. 2025 ; Halaman 72 - 82
P-ISSN : 2714-8319/ E-ISSN : 2714-7452
Diserahkan:16/06/2025
Diterima:23/06/2025
Diterbitkan:24/06/2025

berbagai aplikasi dompet digital, diskon, *cashback*, dan promosi lainnya seringkali memicu keinginan untuk membeli secara spontan. Jika *platform e-commerce* dan media sosial terhubung dengan metode pembayaran QRIS, proses transaksi hanya dipercepat dalam beberapa detik.

Dalam konteks ini, kemudahan bertransaksi menggunakan QRIS sangat menguntungkan. Namun, dibalik kemudahan tersebut tentu ada dampak negatif seperti keputusan membeli yang dapat terjadi secara spontan tanpa perencanaan yang matang karena Generasi Z tidak perlu lagi melalui proses yang cukup panjang atau merepotkan dalam melakukan pembelian. Selain dampak negatif tersebut, *impulsive buying* juga dapat berdampak negatif pada pengelolaan keuangan pribadi mereka. Generasi Z, yang biasanya kurang pengalaman dalam manajemen keuangan, dapat mengalami kesulitan menabung dan pengeluaran yang melebihi anggaran karena pembelian impulsif. Akibatnya, literasi keuangan menjadi semakin penting untuk mengimbangi kemajuan teknologi pembayaran seperti QRIS. Generasi ini harus dididik tentang pentingnya pengelolaan keuangan yang sehat, seperti membuat anggaran atau membatasi pengeluaran tidak terencana, agar mereka dapat memanfaatkan kemudahan QRIS tanpa terjebak dalam kebiasaan konsumtif.

Kurangnya literasi keuangan ini menjadi tantangan besar, mengingat Generasi Z berada pada fase penting dalam membentuk kebiasaan keuangan mereka untuk masa depan. Oleh karena itu, untuk membantu generasi ini memanfaatkan teknologi pembayaran dengan bijak, edukasi finansial harus menjadi prioritas utama. Program literasi keuangan yang ditawarkan oleh pemerintah, lembaga keuangan, dan perusahaan *fintech* sangat penting untuk memberikan pengetahuan dasar tentang keuangan, seperti pentingnya menabung, cara mengelola pengeluaran, dan pemahaman yang lebih dalam tentang produk keuangan digital. Generasi Z diharapkan memiliki literasi keuangan yang memadai sehingga dapat menggunakan QRIS dan teknologi pembayaran lainnya dengan lebih bijak, menghindari transaksi impulsif, dan membangun kebiasaan keuangan yang sehat dan berkelanjutan.

Permasalahan literasi keuangan yang rendah di kalangan generasi Z, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, juga menjadi tantangan di daerah-daerah seperti di Kota dan Kabupaten Tasikmalaya. Menurut Indriyani & Sartika (2022) Generasi Z di Kota Tasikmalaya juga akrab dengan dan menggunakan sistem pembayaran *e-wallet* dalam kehidupan sehari-hari mereka, terutama selama pandemi COVID-19 (Santika, Aliyani, and Mintarsih 2022). Kemajuan teknologi keuangan membuat pembayaran menjadi lebih praktis dan cepat, tetapi di sisi lain, juga dapat mengurangi kesadaran individu terhadap jumlah uang yang dikeluarkan karena tidak ada transaksi fisik yang terlihat. Hal ini semakin diperparah dengan tingkat literasi keuangan yang masih bervariasi, di mana banyak generasi muda belum memiliki pemahaman yang baik dalam mengelola keuangan pribadi. Meskipun penetrasi teknologi digital, termasuk penggunaan QRIS, semakin meluas di berbagai wilayah, tingkat literasi keuangan di daerah-daerah ini sering kali belum memadai untuk mengikuti laju perkembangan teknologi pembayaran. Seperti yang dikatakan oleh Kepala OJK Tasikmalaya Melati Usman mengatakan bahwa masyarakat Tasikmalaya masih kurang berhati hati dalam mengelola keuangan pribadi sehingga program edukasi dan literasi keuangan masih harus dilanjutkan dan diperluas (Amriruddin 2024).

Meskipun adopsi QRIS mungkin lebih lambat di daerah pedesaan atau kabupaten dibandingkan di kota, masalah literasi keuangan masih sangat penting. Tanpa kesadaran yang cukup, mereka cenderung melakukan pembelian impulsif, terutama dalam kategori produk konsumtif seperti makanan, fashion, dan barang gaya hidup. Jika kebiasaan ini terus berlanjut

Jurnal Ekonomi Perjuangan ( JUMPER )
Vol 7 No.1. 2025 ; Halaman 72 - 82
P-ISSN : 2714-8319/ E-ISSN : 2714-7452
Diserahkan:16/06/2025
Diterima:23/06/2025
Diterbitkan:24/06/2025

tanpa adanya pengendalian, bisa berdampak pada ketidakseimbangan keuangan di masa depan, seperti kurangnya tabungan, utang konsumtif, dan ketergantungan pada metode pembayaran digital tanpa perencanaan yang matang. Banyak generasi Z di Kabupaten Tasikmalaya masih kesulitan mendapatkan informasi tentang keuangan digital, seperti cara mengelola anggaran, pentingnya menabung, atau produk keuangan seperti pinjaman online yang semakin populer. Sebaliknya, mereka mulai terbiasa dengan teknologi pembayaran, yang membuat mereka lebih mudah terjebak dalam kebiasaan konsumtif meskipun tidak mengetahui risikonya. Kesenjangan antara kemudahan teknologi pembayaran dan rendahnya literasi keuangan ini bisa berdampak pada masalah ekonomi di masa depan, terutama bagi generasi Z di Tasikmalaya. Untuk mengatasi masalah ini, pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan penyedia layanan keuangan harus bekerja sama untuk meningkatkan pengetahuan keuangan melalui sosialisasi dan pelatihan yang lebih intensif. Generasi Z di Tasikmalaya membutuhkan peningkatan kesadaran keuangan agar mereka dapat memanfaatkan inovasi teknologi seperti QRIS dengan bijak, menghindari kebiasaan belanja impulsif, dan merencanakan masa depan keuangan mereka dengan lebih baik.

Penelitian ini memiliki perbedaan dari studi sebelumnya dengan menitikberatkan pada penggunaan uang elektronik QRIS di kalangan Generasi Z di wilayah Kota dan Kabupaten Tasikmalaya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademis sekaligus memberikan manfaat bagi peneliti lain serta pelaku usaha lokal dalam memahami lebih dalam konteks penggunaan uang elektronik di kalangan Generasi Z di Tasikmalaya.

Urgensi penelitian ini terletak pada semakin meningkatnya penggunaan QRIS di kalangan Generasi Z di Kota dan Kabupaten Tasikmalaya, yang berpotensi mendorong perilaku *impulsive buying.* Kemudahan transaksi digital yang ditawarkan QRIS dapat mengurangi kesadaran terhadap pengeluaran, sehingga banyak individu yang cenderung melakukan pembelian tanpa perencanaan. Di sisi lain, tingkat literasi keuangan yang masih bervariasi di kalangan generasi ini menjadi faktor penting dalam mengontrol kebiasaan konsumsi mereka. Jika tidak diimbangi dengan pemahaman yang baik tentang manajemen keuangan, kemudahan transaksi ini dapat menyebabkan masalah finansial jangka panjang, seperti kurangnya tabungan, ketergantungan pada metode pembayaran digital, atau bahkan perilaku konsumtif yang tidak sehat. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengidentifikasi sejauh mana literasi keuangan dapat mengurangi dampak negatif dari kemudahan bertransaksi terhadap impulsive buying, serta memberikan wawasan bagi pemangku kepentingan dalam merancang strategi edukasi keuangan yang lebih efektif untuk generasi muda di era digital.

Berdasarkan latar belakang yang disusun pada penelitian ini, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Bertransaksi Menggunakan QRIS Terhadap *Impulsive Buying* Generasi Z di Kota dan Kabupaten Tasikmalaya."

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk memperoleh gambaran atau deskripsi terkait literasi keuangan, kemudahan bertransaksi menggunakan QRIS, dan *impulsive buying.* Studi ini

Jurnal Ekonomi Perjuangan ( JUMPER )
Vol 7 No.1. 2025 ; Halaman 72 - 82
P-ISSN : 2714-8319/ E-ISSN : 2714-7452

Diserahkan:16/06/2025
Diterima:23/06/2025
Diterbitkan:24/06/2025

menggunakan pendekatan asosiatif dengan tujuan untuk menganalisis bagaimana literasi keuangan dan kemudahan bertransaksi menggunakan QRIS memengaruhi perilaku *impulsive buying*. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari tanggapan responden yang dibagikan kepada 100 responden melalui kuesioner via google form. Data sekunder pada peneltian ini diperoleh dari literasi buku, artikel ilmiah, dan artikel berita.

**Tabel 1.** Opersionalisasi Variabel

| Variabel | Definisi | Indikator | Skala Pengukuran |
|---|---|---|---|
| Literasi Keuangan (X1) | Literasi keuangan ialah suatu keterampilan yang harus dikuasai oleh setiap individu untuk memperbaiki taraf hidupnya dengan upaya pemahaman terhadap perencanaan dan pengalokasian sumber daya keuangan yang tepat dan efisien (Irawati & Kasemetan, 2023) . | 1. Pengetahuan keuangan<br>2. Tabungan dan pinjaman<br>3. Investasi<br>(Prakoso, 2020) | Interval |
| Kemudahan Betransaksi (X2) | Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha atau upaya (Hasanah & Abidin, 2022). | 1. Mudah dioperasikan<br>2. Mudah dipelajari<br>3. Mudah dimengerti<br>4. Dapat dikendalikan<br>(Rayhan & Fauziah Aryza 2023) | Interval |
| *Impulsive Buying* (Y) | Pembelian impulsif adalah suatu tindakan dimana konsumen berkeinginan untuk membeli suatu produk dimana awalnya | 1. Spontanitas<br>2. Kekuatan, paksaan, dan intensitas<br>3. Kegembiraan dan simulasi | Interval |

Jurnal Ekonomi Perjuangan ( JUMPER )
Vol 7 No.1. 2025 ; Halaman 72 - 82
P-ISSN : 2714-8319/ E-ISSN : 2714-7452
Diserahkan:16/06/2025
Diterima:23/06/2025
Diterbitkan:24/06/2025

| | |
|---|---|
| pembeli tidak memiliki rencana untuk membeli produk (Ariyanti & Setyo Iriani, 2022) | 4. Mengabaikan konsekuensi (Fadilah Andriani, Nur Ahmadi Bi Rahmani 2023) |

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

**Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kota dan Kabupaten Tasikmalaya yang tidak diketahui jumlah populasinya. Sementara itu, sampel atau responden survei dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kota dan Kabupaten Tasikmalaya pengguna QRIS. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Skala pengukuran menggunakan skala interval dengan lima kategori respon mulai dai skor 1 "sangat tidak setuju" hingga skor 5 "sangat setuju".

**Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian artikel ini adalah menggunakan analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, uji *goodness of fit*, dan koefisien determinasi. Seluruh analisis data diolah melalui program SPSS versi 27.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kota dan Kabupaten Tasikmalaya yang menggunakan QRIS dari rentang usia 13 hingga 28 tahun. Dari hasil analisis menunjukkan sebagian besar responden bertempat tinggal di Kota Tasikmalaya sebanyak 69 responden, serta 31 responden bertempat tinggal di Kabupaten Tasikmalaya. Frekuensi penggunaan QRIS dalam hasil analisis ini menunjukkan 54 responden melakukan transaksi menggunakan QRIS beberapa kali dalam sebulan, 18 responden memiliki frekuensi jarang menggunakan QRIS, dan 28 responden memiliki frekuensi penggunaan QRIS setiap hari.

**Hasil Uji Validitas & Reliabilitas**

Berdasarkan hasil uji validitas diperoleh bahwa seluruh item pernyataan dari tiap variabel dinyatakan valid dengan nilai R hitung > R Tabel (0,1966). Hasil uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas angka yang diperoleh hasil *Cronbach's Alpha* > 0,6 sehingga uji reliabilitas terpenuhi (Reliabel).

**Hasil Uji Asumsi Klasik**

Pada uji normalitias ini menggunakan uji statistik *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan memperoleh nilai sebesar 0,200 > 0,05 hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas pada SPSS Versi 27 menunjukkan hasil pada kolom *tolerance* yang menyatakan bahwa Literasi Keuangan (0,966 > 0,10) dan Kemudahan Bertransaksi (0,966 > 0,10), selain itu pada kolom VIF Literasi Keuangan (1,035 < 10) dan Kemudahan Bertransaksi (1,035 < 10), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan dan Kemudahan

Jurnal Ekonomi Perjuangan ( JUMPER )
Vol 7 No.1. 2025 ; Halaman 72 - 82
P-ISSN : 2714-8319/ E-ISSN : 2714-7452

Diserahkan:16/06/2025
Diterima:23/06/2025
Diterbitkan:24/06/2025

Bertransaksi tidak terjadi multikolinearitas. Berdasarkan uji heteroskedastisitas diketahui bahwa nilai signifikansi Literasi Keuangan (0,573 > 0,05) dan Kemudahan Bertransaksi (0,847 > 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga dapat dikatakan uji heterokedastisitas terpenuhi. Sementara itu, hasil uji autokorelasi menunjukkan DU < D < 4-DU (1,715 < 1,963 < 2,285), yang artinya tidak terjadi autokorelasi.

**Hasil Regresi Linear Berganda**

Pada hasil Uji Regresi Linear Berganda menghasilkan nilai konstanta (α) senilai 37,930. Hal ini berarti apabila variabel Literasi Keuangan tidak terjadi peningkatan maka nilai *Impulsive* Buying sebesar 37,930. Nilai koefisien regresi dari Literasi Keuangan ($X_1$) memiliki nilai sebesar -1,215 menunjukkan bahwa setiap bertambah satu satuan variabel Literasi Keuangan maka *Impulsive Buying* Generasi Z di Kota dan Kabupaten Tasikmalaya akan mengalami penurunan sebesar 1,215. Nilai Koefisien regresi dari Kemudahan Bertransaksi ($X_2$) memiliki nilai sebesar 0,521, ini menunjukkan bahwa setiap bertambah satu satuan variabel Kemudahan Bertransaksi maka akan meningkatkan *Impulsive Buying* Generasi Z di Kota dan Kabupaten Tasikmalaya sebesar 0,521.

**Tabel 2. Uji Regresi Linear Berganda**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | 37.930 | 6.452 | | 5.879 | .000 |
| | Literasi Keuangan | -1.215 | .194 | -.540 | -6.276 | .000 |
| | Kemudahan Bertransaksi | .521 | .173 | .259 | 3.006 | .003 |

a. Dependent Variable: Impulsive Buying

**Hasil Uji Hipotesis (Uji T)**

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis (uji t) diperoleh variabel Literasi Keuangan memiliki nilai sig sebesar 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak. Artinya Literasi Keuangan berpengaruh negatif terhadap *Impulsive Buying.* Sedangkan untuk variabel Kemudahan Bertransaksi memiliki nilai sig 0,003 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak. Artinya terdapat Kemudahan Bertransaksi berpengaruh positif terhadap *Impulsive Buying.*

**Hasil Uji *Goodness of Fit***

Berdasarkan hasil analisis uji *goodness of fit* dapat disimpulkan bahwa nilai sig f sebesar 0,000 < 0,05 dan F hitung > F tabel yaitu 21,476 > 3,09 artinya Ha diterima dan Ho ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dinyatakan layak.

Jurnal Ekonomi Perjuangan ( JUMPER )
Vol 7 No.1. 2025 ; Halaman 72 - 82
P-ISSN : 2714-8319/ E-ISSN : 2714-7452

Diserahkan:16/06/2025
Diterima:23/06/2025
Diterbitkan:24/06/2025

**Tabel 3. Uji *Goodness of Fit***

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 2030.534 | 2 | 1015.267 | 21.476 | .000[b] |
| | Residual | 4585.576 | 97 | 47.274 | | |
| | Total | 6616.110 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Impulsive Buying
b. Predictors: (Constant), Kemudahan Bertransaksi, Literasi Keuangan

**Hasil Koefisien Determinasi**

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R *Square* sebesar 0,307 atau 30,7%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan ($X_1$) dan Kemudahan Bertransaksi ($X_2$) mampu menjelaskan variabel *Impulsive Buying (Y)* sebesar 30,7% sedangkan sisanya yaitu 69,3% dijelaskan oleh variabel lain.

**Tabel 4. Koefisien Determinasi**

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .554[a] | .307 | .293 | 6.876 |

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Bertransaksi, Literasi Keuangan

## PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini pada uji valididtas menunjukkan seluruh butir pernyataan untuk setiap variabel dinyatakan valid. Pada uji reliabilitas mendapatkan hasil reliabel. Pada hasil uji asumsi klasik dinyatakan tidak terjadi penyimpangan sehingga dapat menggunakan alat analisis regresi linear berganda. Pada hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan Literasi Keuangan berpengaruh negatif terhadap *Impulsive Buying*, dan Kemudahan Bertransaksi menggunakan QRIS berpengaruh positif terhadap *Impulsive Buying*.maka dapat diartikan bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh yang kuat terhadap Impulsive Buying, karena jika tingkat literasi keuangan pada seorang individu tinggi maka akan menekan perilaku pembelian impulsif. Begitu juga pada kemudahan bertransaksui, jika suatu transaksi semakin mudah maka perilaku pembelian seorang individu akan meningkat.

Saran bagi penyedia layanan QRIS untuk bekerja sama dengan toko untuk memberikan promosi waktu terbatas, diskon khusus, atau cashback untuk mengurangi jumlah transaksi yang dilakukan. Peneliti juga menyarankan kepada penyedia layanan QRIS untuk menyediakan fitur seperti pengingat pengeluaran, batas harian, atau ringkasan pengeluaran bulanan untuk tetap mengawasi kebiasaan belanja individu.

Jurnal Ekonomi Perjuangan ( JUMPER )
Vol 7 No.1. 2025 ; Halaman 72 - 82
P-ISSN : 2714-8319/ E-ISSN : 2714-7452

Diserahkan:16/06/2025
Diterima:23/06/2025
Diterbitkan:24/06/2025

## DAFTAR RUJUKAN

Amriruddin, Faizal. 2024. "Judi Online Sedot Rp 327 T, Tasik Gagas Literasi Keuangan Sejak Dini." *DetikJabar*. Retrieved October 21, 2024 (https://www.detik.com/jabar/bisnis/d-7383522/judi-online-sedot-rp-327-t-tasik-gagas-literasi-keuangan-sejak-dini).

Ekawati, Ni Wayan, I. Gusti Ayu Ketut Giantari, Komang Rahayu Indrawati, Putu Arina Hermarani, and I. Putu Agus Wenta Pharamadita. 2024. *Paradigma Perilaku Pembelian Impulsif Dan Kompulsif Pada Generasi Z*. CV. Intelektual Manifes Media.

Fadilah Andriani, Nur Ahmadi Bi Rahmani, Nuri Aslami. 2023. "Pengaruh Tampilan Produk Dan Gratis Ongkir Terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion Dengan Diskon Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus : Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)." *Jurnal Manajemen Akuntnasi (JUMSI)* 2(4):985–1005.

Farhan, Ahmad, and Aishwari Wardani Shifa. 2023. "Penggunaan Metode Pembayaran QRIS Pada Setiap UMKM Di Era Digital." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4(2):1198–1206.

Kadir, Syahruddin. 2023. "Keuangan Terdesentralisasi (DeFi) Dan Fintech Syariah Dalam Sistem Keuangan Abad 21 Decentralized Finance (DeFi) And Sharia Fintech In The 21st Century Financial System." *Journal of Accounting and Finance (JACFIN)* 5(2):1–14.

Praditya, Ilyas Istianur. 2023. "Daftar Negara ASEAN Yang Sistem Pembayarannya Terkoneksi QRIS Bank Indonesia." *Liputan6*. Retrieved (https://www.liputan6.com/bisnis/read/5380798/daftar-negara-asean-yang-sistem-pembayarannya-terkoneksi-qris-bank-indonesia#:~:text=1.-,Thailand,dengan seluruh negara di ASEAN.).

Prakoso, Aryo. 2020. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Se-Eks Karesidenan Besuki." *Valid Jurnal Ilmiah* 17(2):151–61.

Prastika, Alfina Yuniar, Ana Kadarningsih, Kota Semarang, and Jawa Tengah. 2025. "Kontribusi Literasi Keuangan , Inklusi Keuangan , Dan Teknologi Finansial ( Fintech ) Pada Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa." 5(1):64–76.

Rahadi, Johan, Angel Agrecia, Vella Gisella Valecia, and Fitri Ayu Nofirda. 2023. "Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap Perilaku Konsumen." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7(3):31088–93.

Rayhan, Adhitya Wisnu, and Fauziah Aryza. 2023. "Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi, Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama)." *MAKREJU:Manajemen Kreatif Jurnal* 1(1):178–89.

Rinjani, V., and V. Arnita. 2023. "Kemudahan Financial Technology Terhadap Kemampuan Saving Behavior Generasi Z." *Journal of Management and Economics ...* 1(3):99–102.

Santika, Alis, Ranti Aliyani, and Ria Mintarsih. 2022. "Persepsi Dan Intensi Pelaku Umkm

Terhadap Penggunaan Qris Sebagai Sistem Pembayaran Digital Di Kota Tasikmalaya." *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan* 2(4):61–70. doi: 10.55047/transekonomika.v2i4.142.

Trimulato, Saidah Fitri, Zakiah, Ibnu Qizam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, and Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2022. "Linkage Bank Syariah Dan Fintech Syariah Penyaluran Pembiayaan Berbasis Digital Dan Risiko Pembiayaan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8(02):1257–69. doi: http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4902.

Tsakila, Nur Fazri, M. Arya Wirahadi, Azwar Alif Fadilah, and Henri Simanjuntak. 2024. "Analisis Dampak Fintech Terhadap Kinerja Dan Inovasi Perbankan Di Era Ekonomi Digital." *Indonesian Journal of Law and Justice* 1(4):11. doi: 10.47134/ijlj.v1i4.2787.