

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) *Perceived Ease of Use* mampu memberikan kontribusi terhadap *Perceive Usefulness* dalam penggunaan QRIS pada generasi Z, yang menunjukkan bahwa kemudahan sistem berbanding lurus dengan nilai manfaat yang dirasakan dalam aktivitas transaksi.
- 2) *Perceived Ease of Use* mampu memberikan kontribusi terhadap *Attitude Toward Using* dalam penggunaan QRIS. Semakin mudah dan fleksibel QRIS digunakan oleh Generasi Z, semakin kuat pula sikap positif mereka terhadap teknologi ini.
- 3) *Perceived Usefulness* mampu memberikan kontribusi terhadap *Attitude Toward Using* dalam penggunaan QRIS, sehingga ketika generasi Z menilai QRIS bermanfaat, sikap mereka terhadap penggunaannya juga cenderung lebih baik.
- 4) *Perceived Usefulness* mampu memberikan kontribusi terhadap *Behavioral Intention to Use* dalam penggunaan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z yang menilai QRIS bermanfaat

cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk terus menggunakan teknologi tersebut dalam kehidupan mereka.

- 5) *Attitude Toward Using* mampu memberikan kontribusi terhadap *Behavioral Intention to Use* dalam penggunaan QRIS. Hal ini menandakan bahwa sikap positif Generasi Z terhadap QRIS mendorong peningkatan niat mereka untuk terus menggunakan sistem dalam transaksi sehari-hari.
- 6) *Behavioral Intention to Use* mampu memberikan kontribusi terhadap *Actual System Use* dalam penggunaan QRIS. Sehingga semakin kuat niat Generasi Z untuk menggunakan QRIS, semakin besar kemungkinan mereka mengaplikasikannya dalam transaksi rutin.

5.2. Saran

- 1) Berkaitan dengan *Perceived Ease of Use*, pelaku usaha dan pengembang sistem pembayaran digital diharapkan dapat terus meningkatkan kemudahan penggunaan QRIS dengan menyediakan antarmuka yang sederhana, mudah dipahami, dan ramah pengguna bagi Generasi Z. Fasilitas ini akan mendorong pengguna untuk merasa tenang dan percaya diri saat memanfaatkan QRIS dalam kegiatan sehari-hari.
- 2) Berkaitan dengan *Perceived Usefulness*, pihak penyedia layanan QRIS disarankan untuk terus memberikan manfaat nyata dari penggunaan QRIS, seperti efisiensi waktu, keamanan transaksi, dan kemudahan pencatatan keuangan. Strategi pemasaran berbasis testimoni pengguna dan simulasi situasi nyata di kehidupan Generasi Z dapat meningkatkan

persepsi bahwa QRIS adalah alat pembayaran yang benar-benar bermanfaat dalam mendukung gaya hidup digital mereka.

- 3) Berkaitan dengan *Attitude Toward Using*, perlu dilakukan pendekatan yang membangun citra QRIS sebagai bagian dari gaya hidup modern Generasi Z. Kolaborasi dengan influencer, promosi yang dikaitkan dengan nilai-nilai yang relevan bagi generasi muda (seperti kecepatan, kenyamanan, dan cashback), serta tampilan visual yang menarik dalam aplikasi dapat meningkatkan sikap positif mereka terhadap penggunaan QRIS.
- 4) Berkaitan dengan *Behavioral Intention to Use*, penyedia layanan disarankan untuk memberikan dorongan secara berkelanjutan agar niat menggunakan QRIS dapat berkembang menjadi kebiasaan. Ini bisa dilakukan melalui insentif loyalitas seperti poin, diskon eksklusif, dan promosi musiman yang menargetkan kebutuhan harian Generasi Z, sehingga mereka semakin terdorong untuk terus memilih QRIS sebagai metode transaksi utama.
- 5) Berkaitan dengan *Actual System Use*, perlu dilakukan usaha untuk memperluas ekosistem penggunaan QRIS pada lokasi-lokasi yang sering dikunjungi oleh Generasi Z seperti kafe, mall, kampus, dan acara komunitas. Kolaborasi antara penyedia layanan, merchant lokal, dan institusi pendidikan juga dapat mendukung terciptanya kebiasaan penggunaan QRIS yang lebih konsisten dan berkelanjutan.

- 6) Bagi peneliti selanjutnya, disarankan agar memperluas variabel lainnya di luar TAM, seperti faktor sosial, keamanan, atau kepercayaan, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap perilaku pengguna QRIS. Penelitian lanjutan juga dapat mempertimbangkan metode kuantitatif dan kualitatif secara bersamaan untuk menggali motivasi dan hambatan penggunaan lebih mendalam.