

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *PERCEIVED USEFULNESS*
DAN *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN QRIS PADA
GENERASI Z DI BANJARMASIN**

SKRIPSI

**OLEH
RIZQIAH NAILY**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
2025**

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *PERCEIVED USEFULNESS*
DAN *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN QRIS PADA
GENERASI Z DI BANJARMASIN**

Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
dalam Ilmu Ekonomi

Oleh:

**Rizqiah Nailly
210105020060**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
BANJARMASIN
2025**

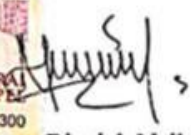
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizqiah Nailly
NIM : 210105020060
Tempat/Tanggal Lahir : Banjarmasin, 30 Juni 2003
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul:
"Pengaruh *Social Media Marketing*, *Perceived Usefulness* dan *Lifestyle* terhadap
Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Z di Banjarmasin"
Adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Apabila
dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya asli saya atau
merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai
ketentuan yang berlaku.
Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, 3 Juni 2025
Yang membuat pernyataan,


Rizqiah Nailly





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434; 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febi@uin-antasari.ac.id/febi.uinantasari@gmail.com website: www.febi.uin.antasari.ac.id

**SURAT PENETAPAN BEBAS PLAGIASI
Nomor : B- 135 /Un.14/III.5/PS.S1/PP.00.9/06 /2025**

Memperhatikan surat permohonan Saudara (i) dan hasil Rapat Tim Pemeriksa Plagiasi Tugas Akhir/ Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, maka kami dapat memberikan Surat Keterangan Bebas Plagiasi atas nama Saudara (i) :

Nama : Rizqiah Nailly
NIM : 210105020060
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Social Media Marketing, Perceived Usefulness dan Lifestyle terhadap Keputusan Penqgunaan QRIS pada Generasi Z di Banjarmasin

Dengan demikian, skripsi Saudara (i) dinyatakan :

**BEBAS PLAGIASI
Dengan Presentasi Plagiat 21 %**

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 13 Juni 2025
Ketua Jurusan

Faith El Wafa



PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh *Social Media Marketing, Perceived Usefulness* dan *Lifestyle* terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Z di Banjarmasin

Ditulis oleh : Rizqiah Naili
NIM : 210105020060
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program : Strata Satu (S-1)
Program Studi : Perbankan Syariah
Tahun Akademik : 2024–2025
Tempat dan tanggal lahir : Banjarmasin, 30 Juni 2003
Alamat : Jl. Ir. Phm. Noor gg. Satria RT.30 RW.03 NO.62
Kel. Kuin Cerucuk, Kec. Banjarmasin Barat, Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia.

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan sepenuhnya, kami dapat menyetujui untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

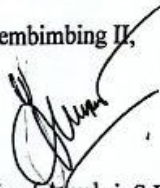
Banjarmasin, 3 Juni 2025

Pembimbing I,



Faqih El Wafa, M.SI
NIP. 19900523 201801 1 002

Pembimbing II,



Yusuf Asyabri, S.E., M.E
NIP. 19910224 202321 1 020

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin,



Faqih El Wafa, M.SI
NIP. 19900523 201801 1 002

PENGESAHAN

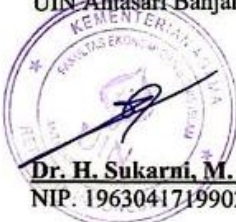
Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Social Media Marketing*, *Perceived Usefulness* dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Pada Generasi Z di Banjarmasin”, ditulis oleh Rizqiah Nailly NIM. 210105020060, telah diujikan dalam Tim Sidang Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 09 Juli 2025

Dinyatakan LULUS dengan predikat : A+ (90,1)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin


Dr. H. Sukarni, M. Ag
NIP. 19630417199021001

TIM PENGUJI

No	NAMA	TANDA TANGAN
1.	Dr. Yulia Hafizah, S.H.I., M.E.I. (Ketua)	1. 
2.	Faqih El Wafa, S.H.I., M.S.I. (Anggota)	2. 
3.	Yusuf Asyahr, S.E., M.E. (Anggota)	3. 
4.	M. Yulian Ma'mun, Lc, M.M (Anggota)	4. 

ABSTRAK

Rizqiah Naili. 2025. *Pengaruh Social Media Marketing, Perceived Usefulness dan Lifestyle terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Z di Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing I: Faqih El Wafa, M.SI. Pembimbing II: Yusuf Asyahri, S.E., M.E.

Kata Kunci: *Social Media Marketing, Perceived Usefulness, Lifestyle, Keputusan Penggunaan, QRIS, Generasi Z, Banjarmasin.*

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam sektor keuangan, termasuk munculnya sistem pembayaran non-tunai seperti QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). QRIS menjadi solusi efisien dan praktis dalam transaksi sehari-hari, terutama di era digital yang serba cepat. Generasi Z, yang dikenal sebagai generasi *digital native*, menjadi target potensial dalam adopsi teknologi ini karena mereka tumbuh dalam era serba digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Social Media Marketing, Perceived Usefulness*, dan *Lifestyle* terhadap keputusan penggunaan QRIS pada Generasi Z di Banjarmasin. Data pada penelitian ini dianalisis melalui SPSS 22 dengan uji data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan kriteria generasi Z di Banjarmasin dan pernah menggunakan QRIS. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner *online*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Media Marketing, Perceived Usefulness*, dan *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Temuan ini menunjukkan pentingnya strategi pemasaran digital dan persepsi manfaat serta gaya hidup dalam mendorong adopsi teknologi pembayaran di kalangan anak muda.

ABSTRACT

Rizqiah Nailly. 2025. The Influence of Social Media Marketing, Perceived Usefulness and Lifestyle on the Decision to Use QRIS on Generation Z in Banjarmasin. Thesis, Islamic Banking Undergraduate Program, Faculty of Islamic Economics and Business. Advisor I: Faqih El Wafa, M.SI. Advisor II: Yusuf Asyahri, S.E., M.E.

Keywords: Social Media Marketing, Perceived Usefulness, Lifestyle, Decision to Use, QRIS, Generation Z, Banjarmasin.

The development of digital technology has driven a major transformation in the financial sector, including the emergence of non-cash payment systems such as QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard). QRIS is an efficient and practical solution in daily transactions, especially in the fast-paced digital era. Generation Z, known as the digital native generation, is a potential target for the adoption of this technology because they grew up in a digital era. This study aims to analyze the influence of Social Media Marketing, Perceived Usefulness, and Lifestyle on the decision to use QRIS on Generation Z in Banjarmasin.

The data in this study were analyzed using SPSS 22 with data testing using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, coefficient of determination tests and hypothesis tests. This study uses a purposive sampling method with a sample size of 100 respondents with the criteria of generation Z in Banjarmasin and have used QRIS. This study uses a quantitative approach and data collection is carried out using an online questionnaire.

The results of the study show that Social Media Marketing, Perceived Usefulness, and Lifestyle have a positive and significant effect on the decision to use QRIS. This finding shows the importance of digital marketing strategies and perceived benefits and lifestyle in encouraging the adoption of payment technology among young people.

MOTTO

وَقَالَ رَبُّكُمْ ادْعُونِي أَسْتَجِبْ لَكُمْ

Wa qola robbukumud'uni astajib lakum

**“Tuhanmu berfirman, “Berdoalah kepada-Ku, niscaya akan Aku perkenankan bagimu (apa yang kamu harapkan).”
(QS. Ghafir 40:60)**

كُنْ فَيَكُونُ

Kun Fayakun

**“Jadilah, maka terjadilah”
(QS. Yasin 36:82)**

Makna:

Ketika Allah menghendaki sesuatu, Allah hanya berfirman dengan kata “kun” maka apa yang Ia kehendaki akan terjadi.

مَنْ جَدَّ وَجَدَ

Man jadda wa jada

"Barang siapa yang bersungguh-sungguh, maka ia akan berhasil."

Makna:

Kesuksesan bukanlah kebetulan, tetapi buah dari ketekunan, doa, dan usaha yang tidak mengenal lelah.

KATA PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur ke hadirat **Allah SWT**,
yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang,
yang membimbing langkah hamba-Nya dari gelap menuju cahaya ilmu.

Karya ini kupersembahkan dengan penuh kerendahan hati dan doa tulus untuk:

Abah dan Mama tercinta,
yang kasih sayangnya bagai rahmat Ilahi,
doa-doa kalian adalah benteng yang melindungi setiap jejak perjalanan hidupku,
menuntun dalam sabar dan ikhlas di setiap liku perjuangan.

Para Bapak dan Ibu Dosen,
yang menjadi wasilah ilmu dan amal,
menyirami jiwa ini dengan hikmah dan keikhlasan,
semoga Allah membalas setiap pengorbanan dan baktimu dengan keberkahan
yang tiada putus.

Keluargaku Tercinta
yang selalu menjadi sumber kekuatan, doa, dan cinta yang tak terbatas, dan
memberi semangat dan tawa dalam setiap langkah perjalanan ini.

Para Sahabat dan Teman Seperjuangan,
Terkhusus empat gadis desaku dan Lokal A PS21ku yang hadir sebagai tawa, air
mata, dan pelipur lara,
kita tahu bahwa perjuangan ini bukan milikku sendiri,
tetapi milik kita, yang saling menguatkan tanpa henti.

Dan untuk **Rizqiah Nailly,**
yang tetap berjalan meski ragu,
yang terus bertahan dalam sunyi dan doa
teruslah berjuang, meski jatuh bangun
karena dibalik segalanya ada Ia yang maha segalanya.

Semoga karya ini menjadi amal jariyah yang bermanfaat,
dan semoga Allah selalu melimpahkan rahmat-Nya dan
menjadikan setiap langkahku dalam ridha dan cahaya-Nya.
Amin, ya Rabbal ‘Alamin.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *social media marketing*, *perceived usefulness* dan *lifestyle* terhadap keputusan penggunaan QRIS pada generasi Z di Banjarmasin” ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Sukarni, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Bapak Faqih El Wafa, M.SI dan Yusuf Asyabri, S.E., M.E selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh dosen dan staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu dan pelayanan selama masa studi.
4. Kedua orang tua tercinta bapak Ahmad Sairi dan ibu Patimah serta keluarga besar terkasih atas doa, dukungan moral, dan motivasi yang tiada henti.

5. Teman-teman seperjuangan lokal A Perbankan Syariah 2021 yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan studi penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk penyempurnaan di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banjarmasin, 21 Mei 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rizqiah Nailly' with a stylized flourish at the end.

Rizqiah Nailly

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Standar transliterasi yang digunakan adalah pedoman transliterasi yang berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988, sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	Tidak dilambangkan
ب	bā`	B	Be
ت	tā`	T	Te
ث	ṣā`	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	hā`	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā`	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	zet (dengan titik diatas)
ر	rā`	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	es dan ye
ص	Ṣād	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭā`	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	zā`	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fā`	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lām	L	‘el
م	Mīm	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Wāwu	W	We
ه	hā`	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	yā`	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

رَبَّنَا	Ditulis	<i>Rabbanā</i>
مُتَكَبِّر	Ditulis	<i>Mutakabbir</i>

C. Tā'marbūtah

1. Apabila dimatikan ditulis h.

Bila dimatikan ditulis h, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi Bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya.

Contoh:

هبة	Ditulis	<i>Hibah</i>
-----	---------	--------------

2. Apabila ta'marbūtah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t.

Contoh:

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmatul-auliya'</i>
----------------	---------	--------------------------

D. Vokal Pendek

ـَ	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
ـِ	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
ـُ	Dammah	Ditulis	<i>U</i>

E. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif جاهلية	Ditulis	<i>Ā</i> <i>Jāhiliyyah</i>
2.	Fathah + ya'mati يسعى	Ditulis	<i>Ā</i> <i>yas'ā</i>
3.	Kasrah + ya'mati كريم	Ditulis	<i>Ī</i> <i>Karīm</i>
4.	Dammah + wawu mati فروض	Ditulis	<i>Ū</i> <i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya'mati بينكم	Ditulis	<i>au-Bainakum</i>
2.	Fathah + wawumati قول	Ditulis	<i>au-Qaulun</i>

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (')

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدْتُ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'insyakartum</i>

H. Kata sandang Alif + Lam

1. Apabila diikuti huruf Qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “al”.

الْقُرْآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الْقِيَاس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf “al” nya.

السَّمَاء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>Ẓawī al-furūd</i> atau <i>Ẓawilfurūd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i> atau <i>ahlussunnah</i>

DAFTAR ISI

SAMPUL SKRIPSI	i
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
BUKTI BEBAS PLAGIASI	iv
PERSETUJUAN.....	v
PENGESAHAN	vi
ABSTRAK	vii
MOTTO	ix
KATA PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Signifikansi Penelitian	13
E. Definisi Operasional	15
F. Sistematika Penulisan	15
BAB II KEPUTUSAN, <i>SOCIAL MEDIA MARKETING</i>, <i>PERCEIVED USEFULNESS</i>, <i>LIFESTYLE</i>	18
A. Keputusan	18
1. Definisi Keputusan	18
2. Teori Keputusan	18
3. Indikator Keputusan.....	20
4. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan	21
B. <i>Social Media Marketing</i> (Pemasaran Media Sosial).....	24
1. Definisi <i>Social Media Marketing</i> (Pemasaran Media Sosial).....	24
2. Teori <i>Social Media Marketing</i> (Pemasaran Media Sosial)	25
3. Indikator <i>Social Media Marketing</i> (Pemasaran Media Sosial)...	28
C. <i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Manfaat)	29
1. Definisi <i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Manfaat)	29
2. Teori <i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Manfaat).....	30
3. Indikator <i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Manfaat)	32
D. <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup).....	33
1. Definisi <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup)	33
2. Teori <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup)	33
3. Indikator <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup)	35

E. Kajian Penelitian Terdahulu	36
F. Kerangka Pikir	42
G. Hipotesis Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	45
B. Lokasi Penelitian.....	45
C. Populasi dan Sampel Penelitian	46
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	48
E. Data dan Sumber Data	48
F. Variabel, Indikator dan Teori	49
G. Teknik Pengumpulan Data	52
H. Teknik Analisis Data	53
I. Tahapan Penelitian	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	63
1. Profil Kota Banjarmasin	63
2. Karakteristik Responden	65
a. Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
b. Berdasarkan Umur	66
c. Berdasarkan Pendidikan Terakhir yang diselesaikan.....	67
d. Berdasarkan Pekerjaan.....	68
B. Hasil Uji Data	69
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	69
2. Uji Asumsi Klasik	72
a. Uji Multikolinearitas.....	72
b. Uji Heteroskedastisitas	73
3. Uji Statistik	74
a. Uji Regresi Linear Berganda	74
b. Uji Koefisien Determinasi	75
4. Uji Hipotesis	76
a. Uji Parsial (Uji T)	76
b. Uji Simultan (Uji F).....	77
C. Pembahasan.....	77
1. Berdasarkan Landasan Ilmiah.....	77
a. Secara Parsial	78
b. Secara Simultan	83
2. Berdasarkan Perspektif Islam	85
BAB V PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92

LAMPIRAN-LAMPIRAN	99
--------------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel, Indikator dan Teori	49
Tabel 3.2 Skala Likert	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	66
Tabel 4.2 Uji Validitas	69
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas	72
Tabel 4.5 Uji Heteroskedastisitas	73
Tabel 4.6 Uji Regresi Linear Berganda	74
Tabel 4.7 Uji Koefisien Determinasi	75
Tabel 4.8 Uji Parsial (Uji T)	76
Tabel 4.9 Uji Simultan (Uji F)	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nominal Transaksi QRIS di Indonesia	3
Gambar 1.2 Total Pengguna QRIS	4
Gambar 1.3 Frekuensi Penggunaan QRIS Gen Z dan Milenial	5
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	42
Gambar 4.1 Peta Letak Banjarmasin di Kalimantan Selatan	64
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	66
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir yang diselesaikan	67
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68