

PENGARUH QRIS TERHADAP PERILAKU IMPULSIVE BUYING MAHASISWA FEB UNISMUH MAKASSAR DITINJAU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**Ahkam Ahmad¹⁾, Syahidah Rahmah²⁾, Sri Wahyuni³⁾**¹Program Studi Ekonomi Islam, ²Fakultas Ekonomi dan Bisnis,³Universitas Muhammadiyah Makassar

E-mail: ahmadahkam090@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the influence of QRIS digital transactions on the impulsive buying behavior of students at the Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Makassar, from the perspective of Islamic Economics. The background of this research is based on the growing use of QRIS as a digital payment method on campus and the increasing phenomenon of impulsive buying among students. This research employs a quantitative approach with an explanatory research design. Primary data were collected through questionnaires distributed to 97 respondents who are active QRIS users, using Slovin's formula for sampling. The data analysis method used is simple linear regression to examine the effect of the independent variable on the dependent variable. The results show that QRIS digital transactions have a significant positive influence on the impulsive buying behavior of students in the Faculty of Economics and Business. Factors such as convenience, practicality, and security are the main reasons for using QRIS; however, they also contribute to impulsive consumption. From the perspective of Islamic Economics, QRIS is considered compliant with Sharia principles as long as it does not involve elements of riba (usury), gharar (uncertainty), or maisir (gambling), but its use should be guided by ethical and spiritual awareness to avoid extravagance. This research is expected to serve as a reference for educational institutions, financial service providers, and relevant stakeholders in improving the quality of Sharia-based digital payment services.

Keywords : QRIS, digital transactions, impulsive buying, students, Islamic economics.

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan finansial telah membawa berbagai inovasi dalam bidang keuangan yang mendorong perkembangan ekonomi digital dan inklusi keuangan di Indonesia (Afriyanti, 2022). Salah satu inovasi penting adalah sistem pembayaran digital yang memungkinkan masyarakat melakukan transaksi secara praktis menggunakan perangkat elektronik seperti telepon pintar (Riskha, 2022). Dalam merespons perkembangan tersebut, Bank Indonesia menghadirkan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) sebagai sistem pembayaran nontunai untuk mempermudah transaksi dan meningkatkan efisiensi ekonomi (Salim & Nopiansyah, 2023).

QRIS merupakan instrumen pembayaran berbasis kode QR yang mengintegrasikan berbagai platform pembayaran digital, mulai dari dompet elektronik, mobile banking, hingga aplikasi keuangan lainnya (Farhan & Shifa, 2023; Mayang, 2024). Data dari Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) menunjukkan bahwa sepanjang tahun 2023, jumlah transaksi QRIS mencapai 2,14 miliar transaksi dengan nilai Rp226 triliun, meningkat 113% dibandingkan 2022, dan pada tahun berikutnya kembali tumbuh 126% (ASPI, 2024). Fakta ini menunjukkan adopsi QRIS yang semakin masif di masyarakat sebagai salah satu metode pembayaran utama.

Di balik kemudahan yang ditawarkan, penggunaan QRIS juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu untuk melakukan konsumsi berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan, sehingga mengarah pada pemborosan (Giswandhani & Hilmi, 2020). Salah satu wujudnya adalah perilaku *impulsive buying* atau pembelian impulsif, yakni keputusan membeli secara spontan tanpa perencanaan, yang sering dipicu oleh akses transaksi yang mudah dan promosi menarik.

Dari perspektif ekonomi Islam, fenomena ini bertentangan dengan prinsip *wasathiyah* yang menekankan keseimbangan dalam konsumsi dan pengelolaan sumber daya secara bijak. Perilaku *impulsive buying* berpotensi mengganggu stabilitas finansial konsumen Muslim dan berdampak pada keberlanjutan sistem ekonomi Islam secara lebih luas (Rook, 1995; Angraini, 2024; Hermayanti & Susantiaji, 2022). Oleh karena itu, penting untuk mengkaji pengaruh penggunaan QRIS terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya pembelian impulsif, dari sudut pandang ekonomi Islam.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan temuan yang beragam. Safitri (2024) menemukan bahwa kemudahan dan kecepatan transaksi digital dapat meningkatkan kepuasan pengguna, tetapi juga memicu perilaku konsumtif yang tidak terkontrol. Rinaldi et al. (2024) menegaskan bahwa promosi melalui QRIS mendorong pembelian impulsif mahasiswa, sementara Yudiana (2023) justru menemukan bahwa penggunaan QRIS tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sebaliknya, Astuti dan Faujiah (2023) mengungkapkan adanya hubungan antara pembayaran digital dan perilaku konsumtif. Perbedaan hasil penelitian ini menunjukkan adanya ruang untuk penelitian lebih lanjut.

Fenomena ini menjadi relevan dikaji pada generasi milenial, termasuk mahasiswa, yang sebagian besar sudah terbiasa dengan teknologi digital. Data menunjukkan sekitar 49,5% generasi milenial di Yogyakarta banyak memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari. Hal serupa terlihat pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, di mana hasil observasi awal menemukan bahwa dari 56 responden, 55 di antaranya merupakan pengguna QRIS. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh penggunaan QRIS terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa dari perspektif ekonomi Islam, dengan harapan memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan literatur keuangan digital Islami dan perilaku konsumen modern (Yasmiartha & Saipiatuddin, 2020).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research* yang bertujuan untuk menguji hubungan kausal antara transaksi digital QRIS (variabel independen) dengan perilaku *impulsive buying* mahasiswa (variabel dependen). Pengumpulan data dilakukan secara terstruktur melalui kuesioner berskala Likert, yang dirancang untuk mengukur intensitas penggunaan QRIS serta tingkat perilaku impulsif mahasiswa. Instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya guna memastikan keakuratan hasil, sesuai standar penelitian kuantitatif (Creswell, 2014; Sugiyono, 2019).

Data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, sementara data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, artikel, laporan, dan dokumen yang relevan. Lokasi penelitian berada di Universitas Muhammadiyah Makassar, Jalan Sultan Alauddin No. 259, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Gedung Iqra Lantai 7, dengan waktu penelitian diperkirakan berlangsung dua bulan, yakni Februari hingga Maret 2025.

Populasi penelitian berjumlah 3.347 mahasiswa dari lima program studi, yaitu Akuntansi, Ekonomi Pembangunan, Ekonomi Islam, Manajemen, dan Perpajakan. Sampel penelitian ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 10% sehingga diperoleh

97 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan *stratified random sampling* agar representatif berdasarkan program studi. Hasil observasi awal memperlihatkan bahwa mayoritas mahasiswa merupakan pengguna QRIS, sehingga penelitian ini relevan dilakukan untuk mengkaji dampaknya terhadap perilaku konsumtif mereka.

Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26 melalui model regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh QRIS terhadap *impulsive buying*. Sebelum analisis, uji validitas dilakukan untuk menilai kesesuaian instrumen, dan uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha $\geq 0,70$ untuk memastikan konsistensi alat ukur. Uji hipotesis dilakukan menggunakan uji t parsial, dengan kriteria sig $< 0,05$ menunjukkan adanya pengaruh signifikan. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai sejauh mana QRIS mampu menjelaskan variasi perilaku impulsif mahasiswa.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

1. Deskriptif Responden Penelitian

a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

“Tabel 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	38	39.2	39.2	39.2
	Perempuan	59	60.8	60.8	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Sumber : SPSS For Windows v. 26”

Berdasarkan data tabel 1 menunjukkan bahwa karakteristik jenis kelamin responden mayoritas didominasi mahasiswa perempuan sebanyak 59 orang (60,8%), sedangkan responden laki-laki sebanyak 38 orang (39,2%). Dominasi responden perempuan mencerminkan keterlibatan yang lebih tinggi dalam penggunaan teknologi pembayaran digital seperti QRIS, yang mungkin terkait dengan meningkatnya perilaku konsumtif seperti pembelian impulsif.

b. Karakteristik berdasarkan Usia

“Tabel 2 Karakteristik Berdasarkan usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 - 20 Tahun	19	19.6	19.6	19.6
	21 - 23 Tahun	76	78.4	78.4	97.9
	24 Tahun ke atas	2	2.1	2.1	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Sumber : SPSS For Windows v. 26”

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan usianya adalah 19 orang responden berusia 18-20 tahun dengan persentase 19,6%, 76 responden berusia 20-23 tahun dengan persentase 78,4%, dan 2 responden berusia 24 Tahun ke atas.

c. Karakteristik berdasarkan Jurusan

“Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Akuntansi	23	23.7	23.7	23.7
	Manajemen	23	23.7	23.7	47.4
	Ekonomi Islam	20	20.6	20.6	68.0
	Ekonomi Pembangunan	16	16.5	16.5	84.5
	Perpajakan	15	15.5	15.5	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Sumber : SPSS For Windows v. 26”

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jurusan adalah 23 orang responden dari jurusan Akuntansi dengan persentase 23,7%, dan 23 orang responden dari jurusan Manajemen dengan persentase 23,7%, 20 orang responden dari jurusan Ekonomi Islam dengan persentase 20,6%, 16 orang responden dari jurusan Ekonomi Pembangunan dengan persentase 16,5 %, dan 15 responden dari jurusan Perpajakan dengan persentase 15,5 %. Variasi ini memberi wawasan penting tentang pengalaman transaksi digital QRIS di kalangan mahasiswa.

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian (kuesioner) benar-benar mampu mengukur variabel yang hendak diteliti (Sugiyono, 2021). Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Pearson antara skor setiap butir pertanyaan dengan skor total (total item correlation). Langkah pertama adalah menentukan nilai r tabel berdasarkan jumlah responden ($n=97$) dan taraf signifikansi yang digunakan ($\alpha=0,05$). Dengan demikian, diperoleh r tabel sebesar 0.1996. Setiap item pertanyaan dinyatakan valid jika nilai r hitung $>$ r tabel. Berdasarkan hasil pengolahan data, nilai r hitung untuk seluruh butir pertanyaan pada variabel X dan variabel Y melebihi 0.1996.

Adapun hasil output SPSS yang diperoleh untuk di uji validitas dari variabel transaksi digital QRIS (X) terhadap *Impulsive Buying* (Y) dapat dilihat di tabel sebagai berikut:

“ Tabel 4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Ket
Transaksi Digital QRIS (X)	X.1	0.582	0,1996	Valid
	X.2	0.720	0,1996	Valid
	X.3	0.663	0,1996	Valid
	X.4	0.726	0,1996	Valid

	X.5	0.791	0,1996	Valid
	X.6	0.596	0,1996	Valid
	X.7	0.581	0,1996	Valid
	X.8	0.767	0,1996	Valid
	Y.1	0.757	0,1996	Valid
	Y.2	0.753	0,1996	Valid
	Y.3	0.666	0,1996	Valid
	Y.4	0.779	0,1996	Valid
Impulsive Buying	Y.5	0.855	0,1996	Valid
	Y.6	0.725	0,1996	Valid
	Y.7	0.859	0,1996	Valid
	Y.8	0.741	0,1996	Valid

Sumber : SPSS For Windows v. 26''

Hasil uji validitas di atas menunjukkan bahwa seluruh item yang digunakan pada variabel transaksi digital QRIS (X) dan variabel Impulsive buying (Y) dinyatakan valid karena nilai r hitung $>$ r tabel (r hitung $>$ 0,1996). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid dengan hasil signifikan adalah $0,001 < 0.05$.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi internal instrumen penelitian, yaitu sejauh mana setiap butir pertanyaan dalam kuesioner mengukur konstruk yang sama (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha. Nilai Cronbach's Alpha berkisar antara 0 dan 1, dan umumnya nilai di atas 0,6 dianggap menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang baik. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui Tingkat konsistensi serta kestabilan jawaban responden terhadap pertanyaan yang ada pada kuesioner. Adapun tingkat reabilitas pertanyaan variabel transaksi digital QRIS (X) dan variabel impulsive buying (Y) berdasarkan hasil olah data SPSS, ialah sebagai berikut:

“ Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N of items	Cronbachs Alpha	Keterangan
Transaksi Digital QRIS	8	0.830	Reliabel
Impulsive Buying	8	0.900	Reliabel

Sumber : SPSS For Windows v. 26''

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel transaksi digital QRIS (X) sebesar 0,830 dengan jumlah pertanyaan sebanyak 8 item. untuk variabel impulsive buying (Y) nilai *Cronbach's Alpha* diperoleh sebesar 0,900 dengan jumlah pertanyaan sebanyak 8 item. Angka *Cronbach's Alpha* yang lebih dari 0,6 menegaskan bahwa instrumen yang digunakan telah memiliki konsistensi internal yang memadai. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa setiap butir pertanyaan pada variabel transaksi digital QRIS (X) dan variabel impulsive buying (Y) bersifat reliabel dan dapat diandalkan dalam penelitian ini.

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis serta memperkirakan sejauh mana suatu variabel independent yaitu transaksi digital QRIS (X) memengaruhi variabel dependen perilaku impulsive buying (Y) Kurniawan (2020). Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang bersifat positif atau negatif antara kedua variabel tersebut. Hasil pengolahan data dari analisis regresi linear sederhana disajikan dalam tabel berikut:

“Tabel 6 Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18,966	0,399		47,558	0,000
	Transaksi Digital QRIS	0,257	0,012	0,914	21,916	0,000
a. Dependent Variable: Impulsive Buying						

Su

mber : SPSS For Windows v. 26”

Regresi linear sederhana digunakan untuk menghitung pengaruh variabel independen (transaksi digital QRIS) terhadap variabel dependen (impulsive buying). Berdasarkan tabel 6 diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 18.966 + 0.257X$$

- 1) Konstanta yang diperoleh 18.966, menunjukkan nilai Impulsive buying ketika transaksi digital QRIS (X) adalah 0. Ini berarti meskipun tidak ada penggunaan QRIS, masih ada nilai dasar impulsive buying.
- 2) Koefisien transaksi digital QRIS 0.257, menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam transaksi digital QRIS akan meningkatkan nilai impulsive buying sebesar 0.257 unit. Nilai signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari 0.05, sehingga secara parsial, Transaksi Digital QRIS berpengaruh signifikan terhadap Impulsive Buying.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk menentukan apakah variabel independen, yaitu transaksi digital QRIS, memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel dependen, yaitu perilaku Impulsive Buying. Jika nilai signifikansinya $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Creswell, J. 2014). Uji t dilakukan dengan cara membandingkan t hitung dengan t tabel dengan kriteria berikut:

- 1) H_0 diterima apabila t hitung $< t$ tabel (tidak berpengaruh)
- 2) H_a diterima apabila t hitung $> t$ tabel (berpengaruh)

“Tabel 7 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18,966	0,399		47,558	0,000
	Transaksi Digital QRIS	0,257	0,012	0,914	21,916	0,000
a. Dependent Variable: Impulsive Buying						

Sumber : SPSS For Windows v. 26”

Pengaruh antara variabel Penggunaan QRIS (x) dan Impulsive buying (Y) Dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) H_0 : Transaksi Digital QRIS tidak berpengaruh terhadap Perilaku Impulsive Buying.
- 2) H_1 : Transaksi Digital QRIS berpengaruh terhadap Perilaku Impulsive Buying.

Berdasarkan hasil uji t parsial, diketahui bahwa variabel transaksi digital QRIS memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku impulsive buying. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0.001 yang lebih kecil dari 0.05, serta nilai t hitung sebesar 21.916 yang jauh melebihi t tabel. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima, yang berarti transaksi digital QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku impulsive buying.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai sejauh variabel independen (x) mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen (y).

“Tabel 8 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.914 ^a	0,835	0,833	0.447
a. Predictors: (Constant), Transaksi Digital QRIS				
b. Dependent Variabel : Impulsive Buying				

Sumber : SPSS For Windows v. 26”

Berdasarkan hasil uji R, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,914 yang menunjukkan hubungan sangat kuat antara transaksi digital QRIS dan impulsive buying. Nilai R Square sebesar 0,835 berarti 83,5% variasi impulsive buying dapat dijelaskan oleh transaksi digital QRIS, sedangkan Sisanya sebesar 16,5% dijelaskan oleh variabel lain seperti gaya hidup, pengaruh teman sebaya, iklan, atau kondisi psikologis individu yang tidak diobservasi dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan sangat baik dan relevan.

3.2. Pembahasan

Penelitian ini membuktikan bahwa transaksi digital QRIS (Quick Response Code Indonesia Standard) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Analisis regresi menunjukkan bahwa 83,5% variasi perilaku impulsif dapat dijelaskan oleh penggunaan QRIS. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa mahasiswa lebih mudah berbelanja ketika menggunakan QRIS dibandingkan metode pembayaran tradisional.

Karakteristik responden memperlihatkan sebagian besar adalah perempuan (60,8%) dengan mayoritas berusia 21–23 tahun (78,4%). Usia ini merupakan fase dewasa awal, di mana kontrol keuangan mulai terbentuk, tetapi masih banyak dipengaruhi gaya konsumsi eksploratif. Data juga menunjukkan responden berasal dari jurusan Akuntansi dan Manajemen, menandakan fenomena ini lintas disiplin ilmu.

Mayoritas responden menggunakan QRIS karena kemudahan, kepraktisan, dan keamanan. Sebanyak 82% responden mengaku QRIS memudahkan transaksi harian mereka. Persepsi risiko rendah serta pengaruh sosial, seperti rekomendasi teman dan iklan media sosial, memperkuat intensitas penggunaan. Frekuensi penggunaan lebih dari tiga kali dalam sebulan menunjukkan bahwa QRIS sudah menjadi bagian dari rutinitas keuangan mahasiswa.

Dalam perilaku *impulsive buying*, mahasiswa sering membeli produk karena desain menarik, tren, promosi besar, dan diskon, bukan karena kebutuhan. Hal ini sejalan dengan teori stimulus-respons, di mana promosi bertindak sebagai pemicu eksternal yang mendorong keputusan pembelian cepat dan tidak rasional.

Instrumen penelitian terbukti valid dan reliabel, dengan data berdistribusi normal sehingga regresi linier dapat digunakan. Analisis menunjukkan koefisien 0,257 dengan nilai signifikansi $<0,001$, yang menegaskan adanya hubungan kausal antara penggunaan QRIS dan meningkatnya perilaku impulsif. Nilai R^2 sebesar 0,835 menunjukkan model penelitian memiliki daya prediksi yang kuat.

Hasil penelitian didukung teori *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) dan model *Stimulus-Organism-Response* (Mehrabian & Russell, 1974). Mahasiswa memiliki sikap positif terhadap QRIS karena praktis, norma sosial seperti rekomendasi teman memperkuat penggunaan, dan kontrol perilaku melalui kemudahan QRIS memicu pembelian impulsif. Teori *Impulsive Buying Behavior* (Rook, 1987) serta konsep *Hedonic Consumption* (Hirschman & Holbrook, 1982) juga menjelaskan perilaku ini sebagai tindakan emosional, menyenangkan, namun tidak rasional.

Dari perspektif ekonomi Islam, perilaku konsumtif yang tidak terkendali bertentangan dengan prinsip *ihtiyath* (kehati-hatian) dan larangan *israf* (berlebih-lebihan). Walaupun QRIS

secara teknis memenuhi prinsip syariah karena bebas riba dan gharar, penggunaannya tetap harus disertai etika konsumsi Islami. Fatwa DSN-MUI memperbolehkan uang elektronik sepanjang sesuai syariah, namun tetap menekankan kontrol diri dalam bertransaksi.

Secara keseluruhan, QRIS sebagai inovasi digital membawa manfaat besar dalam efisiensi transaksi mahasiswa. Namun, di sisi lain, ia juga memicu risiko pembelian impulsif yang berpotensi bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk meningkatkan literasi keuangan Islam, mengedepankan sikap moderat, dan menggunakan teknologi digital dengan bijak agar tercapai keseimbangan antara kemudahan teknologi dan etika konsumsi Islami.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan Penelitian ini menunjukkan bahwa transaksi digital QRIS secara signifikan meningkatkan perilaku impulsive buying mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, dengan nilai R^2 sebesar 0,835. Kemudahan, kepraktisan, dan keamanan menjadi alasan utama penggunaan QRIS, namun juga memicu konsumsi impulsif. Uji t menunjukkan signifikansi 0,000, menegaskan efisiensi QRIS sebagai alat transaksi. Dari perspektif ekonomi Islam, QRIS sesuai syariah karena bebas riba dan gharar, namun perlu diimbangi dengan etika penggunaan yang dilandasi kesadaran spiritual agar tidak menimbulkan pemborosan.

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan sistem pembayaran digital. Pihak universitas dan pengembang aplikasi diharapkan dapat meningkatkan sosialisasi dan infrastruktur digital untuk lebih meningkatkan kepuasan pengguna di kalangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyanti, D. S. E. (2022). Dampak penggunaan QRIS pada UMKM di Kota Pekanbaru dalam rangka mendorong perkembangan ekonomi digital. *Jurnal Khazanah Ulum Perbankan Syariah (JKUPS)*, 7(1). <https://doi.org/10.56184/jkupsjournal.v6i2.209>
- Anggraini, M. S. (2024). *Pengaruh persepsi kepercayaan dan persepsi keamanan terhadap keputusan pelaku usaha penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran digital dalam perspektif bisnis syariah (Studi pada UMKM di Bandar Lampung)*. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia. (2023). *Buletin statistik ASPI triwulan IV-2023*. <https://www.aspi-indonesia.or.id/buletin-statistik-aspi-triwulan-iv-2023>
- Badeges, M. G. (2024). *Pengaruh Digital Payment (QRIS) dan Lifestyle terhadap Impulse Buying pada Pengguna M-Banking BCA (Studi Kasus Mahasiswa/i Universitas Bakrie)*. Universitas Bakrie.
- Bank Indonesia. (2024). QRIS (Quick Response Code Indonesia Standard). *Sistem Pembayaran*. <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/QRIS/Contents/Default.aspx>
- Beatty, S. E., & Ferrell, M. E. (1998). *Impulsive buying: Modeling its precursors*. *Journal of Retailing*, 74(2), 169–191. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(99\)80092-X](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(99)80092-X)

- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). (2021). *Fatwa DSN-MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah*. Jakarta: DSN-MUI.
- Farhan, A., & Shifa, A. W. (2023). Penggunaan metode pembayaran QRIS pada setiap UMKM di era digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(2), 1198–1206. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i2.1045>
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh kemudahan transaksi non-tunai terhadap sikap konsumtif masyarakat kota makassar. *Kareba: Jurnal ilmu komunikasi*, 239-250.
- Gosal, A. M., & Linawati, N. (2018). Pengaruh intensitas penggunaan layanan mobile payment terhadap spending behavior (Doctoral dissertation, Petra Christian University).
- Gosal, A. M., & Linawati, N. (2018). Pengaruh intensitas penggunaan layanan mobile payment terhadap spending behavior (Doctoral dissertation, Petra Christian University).
- Hermayanti, A. W., & Susantiaji, A. (2022). Analisis pembelian impulsif di pasar modern Kota Tegal pada saat pandemi COVID-19. *Jurnal Monex*, 1(11), 4.
- Rahayu, K., & Mulyadi, D. (2023). Pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumtif masyarakat. *Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia*, 2(3), 290–298.
- Rahmawati. (2020). Pengaruh karakteristik produk terhadap *impulsive buying* pada generasi Z yang dimoderatori oleh gender.
- Rinaldi, M., Silalahi, H. H. B., Sitio, F. M., Pasaribu, G. N., Naibaho, H. S. D., Lahagu, P. H., & Sapma, P. N. (2024). Pengaruh penggunaan QRIS terhadap efisiensi pembayaran digital dari perspektif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 10(2), 82–90.
- Riska, R. (2022). *Pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Parepare (Analisis Ekonomi Islam)*. (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189–199.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative influences on *impulsive buying* behaviour. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305–313
- Salim, A. S., & Nopiansyah, D. (2023). Efisiensi penggunaan quick response code Indonesia standard (QRIS) terhadap peningkatan penjualan pada UMKM di Le Garden Palembang Indah Mall. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 1385–1396.
- Shafa, N. M. (2022). Pengaruh promo kejar diskon, kupon cashback, dan bebas ongkos kirim terhadap perilaku pembelian impulsif melalui aplikasi Tokopedia dalam perspektif ekonomi Islam (Studi kasus pengguna Tokopedia di Jabodetabek).
- Sihaholo, J. E. (2020). Implementasi sistem pembayaran quick response Indonesia standard bagi perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2).
- Sriekaningsih, A. (2020). *QRIS dan era baru transaksi pembayaran 4.0*. Penerbit ANDI

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Yasin, R. N., & Marsiska, S. (2023). *Pengaruh Penggunaan Layanan Paylater terhadap Perilaku Impulsif Mahasiswa Pengguna E-Commerce di Jawa Barat*. *Applied Business and Administration Journal*, 2(2), 59–65.