

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT
PENGUNAAN *QUICK RESPONSE CODE* *INDONESIAN STANDARD*
(QRIS) DI INDONESIA**

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Fitri Dwi Astuti

Nomor Mahasiswa : 19312484

Program Studi : Akuntansi



FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT
PENGUNAAN *QUICK RESPONSE CODE* *INDONESIAN STANDARD*
(QRIS) DI INDONESIA**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan
Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama : Fitri Dwi Astuti
Nomor Mahasiswa : 19312484
Program Studi : Akuntansi

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apa pun sesuai peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta, 23 Oktober 2023

Penulis,

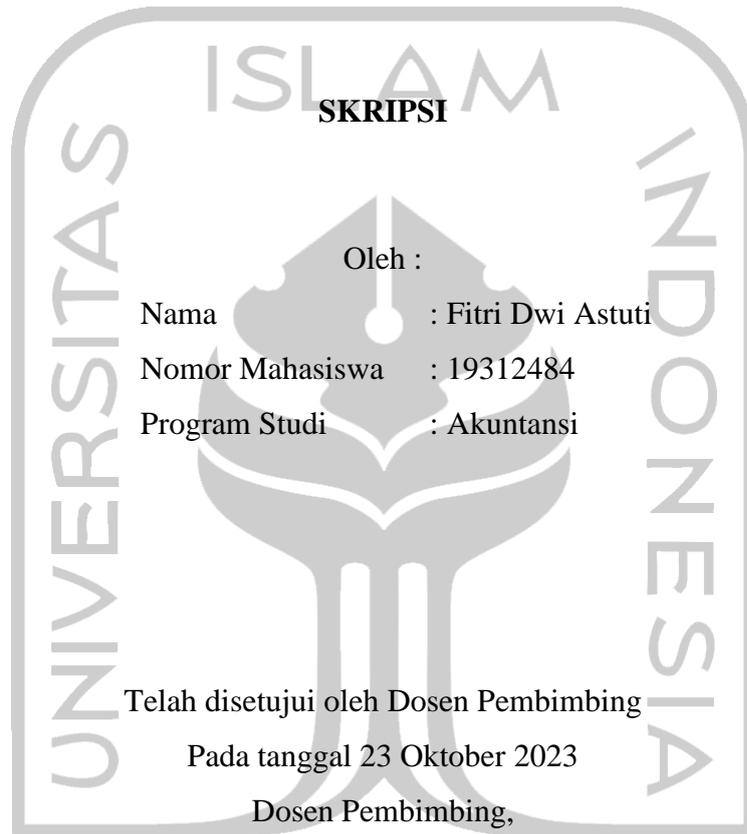


D9D86AKX54331682
Fitri Dwi Astuti

الجامعة الإسلامية
الاستد بالاندو

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT
PENGUNAAN *QUICK RESPONSE CODE* *INDONESIAN STANDARD*
(QRIS) DI INDONESIA**



الإسلامية
الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

(Arief Rahman, S.E., M.Com., Ph.D.)

BERITA ACARA

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan QRIS di Indonesia

Disusun oleh : FITRI DWI ASTUTI

Nomor Mahasiswa : 19312484

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Selasa, 12 Desember 2023

Penguji/Pembimbing Skripsi : Arief Rahman, SE., SIP., M.Com., Ph.D

Penguji : Mahmudi, Dr., M.Si., CMA.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFA, CertIPSAS.

HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(QS. Al-Insyirah, 6-8)

“Mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan salat. Sesungguhnya, Allah beserta orang-orang yang sabar”

(QS. Al-Baqarah, 153)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadi dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”

(Boy Candra)

الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji Syukur ke hadirat Allah SWT telah melimpahkan Rahmat, karunia, berkah, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT PENGGUNAAN *QUICK RESPONSE CODE* *INDONESIAN STANDARD (QRIS) DI INDONESIA***" sebagai salah satu syarat kelulusan untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Skripsi ini disusun tidak lepas dari bimbingan, bantuan doa dari berbagai pihak sehingga penulis diberikan kemudahan dan kelancaran dalam melewati hambatan dan tantangan selama proses penyusunan skripsi ini. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang selalu senantiasa memberikan kemudahan, kelancaran, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Kedua orang tua paling berjasa dalam hidup penulis, Bapak Sujito dan Ibu Lilik Suryani. Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan atas izin merantau dari bapak dan ibu. Yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan semangat. Terima kasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis. Terima kasih untuk semuanya berkat doa dan dukungan bapak dan ibu penulis bisa berada dititik ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi, Bapak dan Ibu harus selalu ada di setiap perjalanan dan pencapaian hidup penulis
3. Kepada cinta kasih saudara penulis, Yuli Purwasih. Terima kasih atas segala doa, dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis.

4. Bapak Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia dan seluruh jajaran pemimpin universitas.
5. Bapak John Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS., ASPM selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Arief Rahman, S.E., M.Com., Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi, terima kasih atas waktu, nasehat, kritik, saran, serta arahan yang telah diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
8. Sahabat-sahabat tercinta penulis, selaku anggota grup “Wonder Women” yang telah berjuang bersama hingga sekarang, selalu memberikan dukungan dan menemani penulis dalam kondisi apa pun saat perkuliahan
9. Kepada sahabat penulis sekaligus teman seperbimbingan proses penyusunan skripsi, Cindy Pramudea Sari orang yang selalu berada dibalik layar, membersamai penulis dalam perjuangan dan selalu ada serta bersedia mendengarkan keluh kesah dalam proses penyusunan skripsi penulis, dan tentunya penulis berterima kasih atas segala hal yang telah dilakukan bersama dalam hari-hari penulis. Terima kasih semoga sama-sama dilancarkan sampai akhir perjuangan.
10. Kepada teman-teman yang telah terlibat yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih banyak atas segala doa dan dukungan sampai saat ini.
11. Terakhir, kepada diri saya sendiri, Fitri Dwi Astuti. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini. Terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apa pun proses penyusunan skripsi ini dan telah

menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan perayaan yang patut dirayakan untuk diri sendiri.

Semua pihak yang turut serta membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi. Penulis mengucapkan terima kasih atas semua dukungan, bantuan dan kebaikan dari pihak tersebut. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian semua. Penulis menyadari bahwa skripsi yang telah ditulis ini masih terdapat banyak kekurangan. Namun, penulis berharap supaya skripsi ini bisa memberikan manfaat serta pengetahuan bagi banyak pihak.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 23 Oktober 2023

Penulis,



Fitri Dwi Astuti

الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
BERITA ACARA	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)</i>	10
2.2 Pengertian Variabel	13
2.2.1 Minat Penggunaan (<i>Behavioral Intention</i>).....	13
2.2.2 Perilaku Penggunaan (<i>Use Behaviour</i>)	13
2.2.3 Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>)	14
2.2.4 Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectancy</i>).....	14
2.2.5 Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>)	15

2.2.6 Kondisi yang Memfasilitasi (<i>Facilitating Conditions</i>).....	15
2.2.7 Motivasi Hedonis (<i>Hedonic Motivation</i>)	16
2.2.8 Nilai harga (<i>Prive Value</i>).....	16
2.2.9 Kebiasaan (<i>Habit</i>).....	17
2.2.10 Persepsi Keamanan (<i>Perceived Security</i>)	17
2.2.11 Persepsi Kepercayaan (<i>Perceived Trust</i>)	17
2.3 <i>Quick Response Code Indonesian Standard</i> (QRIS).....	18
2.3.1 <i>Quick Response Code</i> (QR Code).....	18
2.3.2 <i>Quick Response Code Indonesian Standard</i> (QRIS)	18
2.4 Penelitian Terdahulu.....	20
2.5 Pengembangan Hipotesis	37
2.5.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja Terhadap Minat Penggunaan QRIS	37
2.5.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha Terhadap Minat Penggunaan QRIS	37
2.5.3 Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan QRIS	38
2.5.4 Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi Terhadap Minat Penggunaan QRIS	39
2.5.5 Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Minat Penggunaan QRIS.....	40
2.5.6 Pengaruh Nilai Harga Terhadap Minat Penggunaan QRIS	41
2.5.7 Pengaruh Kebiasaan Terhadap Minat Penggunaan QRIS.....	42
2.5.8 Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan QRIS.....	43
2.5.9 Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan QRIS	43
2.5.10 Pengaruh Minat Penggunaan Terhadap Perilaku Penggunaan QRIS	44
2.6 Kerangka Penelitian	45
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1 Populasi dan Penentuan Sampel.....	47
3.1.1 Populasi.....	47
3.1.2 Sampel.....	47

3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	48
3.2.1 Sumber Data.....	48
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.3 Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel.....	48
3.3.1 Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	48
3.3.1.1 Minat Penggunaan (<i>Behaviour Intention</i>)	48
3.3.1.2 Perilaku Penggunaan (<i>Use Behaviour</i>)	49
3.3.2 Variabel Independen (Variabel Bebas)	50
3.3.2.1 Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>).....	50
3.3.2.2 Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectancy</i>)	50
3.3.2.3 Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>)	51
3.3.2.4 Kondisi yang Memfasilitasi (<i>Facilitating Conditions</i>)	51
3.3.2.5 Motivasi Hedonis (<i>Medonic Motivation</i>)	52
3.3.2.6 Nilai Harga (<i>Price Value</i>)	53
3.3.2.7 Kebiasaan (<i>Habit</i>)	53
3.3.2.8 Persepsi Keamanan (<i>Perceived Security</i>).....	54
3.3.2.9 Persepsi Kepercayaan (<i>Perceived Trust</i>).....	54
3.4 Metode Analisis Data	55
3.4.1 Alat Analisis Data	55
3.4.2 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	55
3.4.2.1 Uji Validitas.....	55
3.4.2.1 Uji Reliabilitas	56
3.4.3 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	57
3.4.3.1 Uji Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	57
3.4.3.1 Uji Hipotesis	57
BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Hasil Pengumpulan Data	59

4.2 Karakteristik Responden	59
4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.2.2 Berdasarkan Usia	60
4.3 Analisis Deskriptif Variabel.....	60
4.4 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	61
4.4.1 Uji Validitas Konvergen	61
4.4.2 Uji Validitas Diskriminan.....	65
4.4.3 Uji Reliabilitas	67
4.5 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	69
4.5.1 Koefisien Determinasi yang Disesuaikan (<i>Adjusted R-Square</i>)	69
4.5.2 Nilai <i>Path Coefficient</i>	70
4.6 Pembahasan Hasil	71
4.6.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja Terhadap Minat Penggunaan QRIS	71
4.6.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha Terhadap Minat Penggunaan QRIS	72
4.6.3 Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan QRIS	73
4.6.4 Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi Terhadap Minat Penggunaan QRIS	75
4.6.5 Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Minat Penggunaan QRIS.....	77
4.6.6 Pengaruh Nilai Harga Terhadap Minat Penggunaan QRIS	78
4.6.7 Pengaruh Kebiasaan Terhadap Minat Penggunaan QRIS.....	79
4.6.8 Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan QRIS.....	81
4.6.9 Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan QRIS	83
4.6.10 Pengaruh Minat Penggunaan Terhadap Perilaku Penggunaan QRIS	84
BAB 5 PENUTUP.....	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Implikasi Penelitian	88
5.3 Keterbatasan Penelitian	90

5.4 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN.....	99



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Indikator Minat Penggunaan	49
Tabel 3.2 Indikator Perilaku Penggunaan	49
Tabel 3.3 Indikator Ekspektasi Kinerja	50
Tabel 3.4 Indikator Ekspektasi Usaha	50
Tabel 3.5 Indikator Pengaruh Sosial	51
Tabel 3.6 Indikator Kondisi yang Memfasilitasi	52
Tabel 3.7 Indikator Motivasi Hedonis	52
Tabel 3.8 Indikator Nilai Harga	53
Tabel 3.9 Indikator Kebiasaan	53
Tabel 3.10 Indikator Persepsi Keamanan	54
Tabel 3.11 Indikator Persepsi Kepercayaan	54
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data	59
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	60
Tabel 4.4 Kategori Tingkat Penerimaan	61
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel	61
Tabel 4.6 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	64
Tabel 4.7 Nilai <i>Fornell-Larcker</i>	65
Tabel 4.8 Nilai <i>Cross Loading</i>	65
Tabel 4.9 Nilai <i>Composite Reability</i>	67
Tabel 4.10 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	68
Tabel 4.11 Nilai Koefisien Determinasi yang Disesuaikan (<i>Adjusted R-Square</i>)	69
Tabel 4.12 Nilai <i>Path Coefficient</i>	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Transaksi Uang Elektronik.....	1
Gambar 1.2 Volume dan Nilai Transaksi QRIS di Indonesia.....	3
Gambar 2.1 Model UTAUT.....	11
Gambar 2.2 Model UTAUT 2.....	12
Gambar 2.3 Model Kerangka Penelitian.....	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	107
Lampiran 3 Hasil Model PLS <i>Algorithm</i> Menggunakan <i>SmartPLS</i>	117
Lampiran 4 Hasil Model <i>Bootstrapping</i> Menggunakan <i>SmartPLS</i>	118
Lampiran 5 Hasil Analisis Deskriptif.....	119
Lampiran 6 Hasil Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	120
Lampiran 7 Hasil Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	123



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) di Indonesia. Model teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna QRIS di Indonesia yang telah menggunakannya sebagai alat pembayaran. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 246 responden dengan menggunakan metode pengambilan sampel *convenience sampling*. Untuk menganalisis model pengukuran dan model struktural pada penelitian ini menggunakan *Partial Least Squares* (PLS) dengan perangkat lunak *SmartPLS 4.0*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja (PE), pengaruh sosial (SI), kondisi yang memfasilitasi (FC), motivasi hedonis (HM), kebiasaan (HB), persepsi kepercayaan (PT) berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS (BI). Selain itu, minat penggunaan (BI) berpengaruh terhadap perilaku penggunaan QRIS (UB). Sedangkan, ekspektasi usaha (EE), nilai harga (PV), persepsi keamanan (PS) tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS (BI).

Kata Kunci : *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2), keamanan, kepercayaan.



ABSTRACT

This study was conducted with the aim of knowing the factors that influence interest in using the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) in Indonesia. The theoretical model used in this research is the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2). This research uses quantitative methods. The population in this study are QRIS users in Indonesia who have used it as a means of payment. The number of samples obtained was 246 respondents using the convenience sampling method. To analyse the measurement model and structural model in this study using Partial Least Squares (PLS) with SmartPLS 4.0 software. The results of this study indicate that performance expectations (PE), social influence (SI), facilitating conditions (FC), hedonic motivation (HM), habits (HB), perceived trust (PT) affect interest in using QRIS (BI). In addition, behavioural intention (BI) affects QRIS usage behaviour (UB). Meanwhile, effort expectations (EE), price value (PV), perceived security (PS) have no effect on interest in using QRIS (BI).

Keywords : *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2), security, trust.*



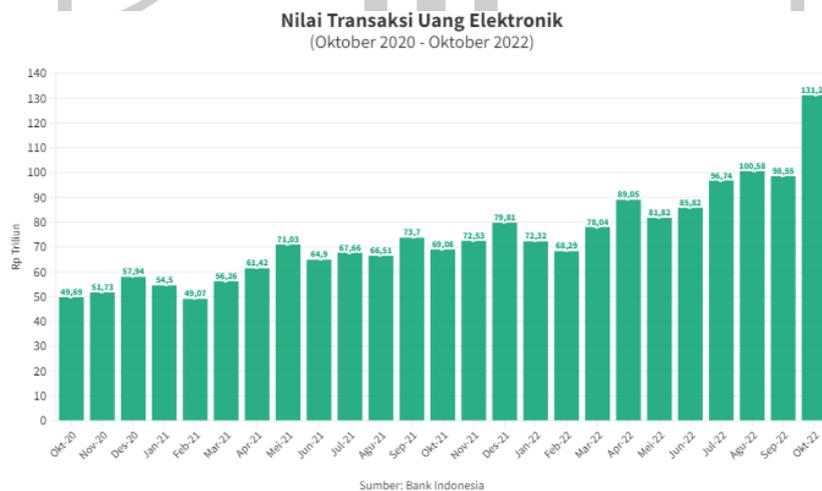
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia penggunaan pembayaran elektronik terus meningkat dari tahun ke tahun. Dengan jumlah penduduk yang besar, salah satu faktor yang mendorong pertumbuhan aktivitas ekonomi dengan menggunakan alat pembayaran elektronik di Indonesia adalah peningkatan pengetahuan dan inklusif keuangan di masyarakat. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran elektronik cukup menarik bagi masyarakat. Akibatnya pengguna pembayaran elektronik terus bertambah dan meningkat dengan cepat, meskipun di Indonesia alat pembayaran elektronik bukan merupakan metode pembayaran utama akan tetapi digunakan sebagai alternatif alat pembayaran nontunai.

Berdasarkan data dari Bank Indonesia (BI) nilai transaksi belanja uang elektronik pada Oktober 2020-Oktober 2022.



Gambar 1.1 Nilai Transaksi Uang Elektronik

Sumber : Data Indonesia, 2022

Bank Indonesia (BI) mencatat sebesar Rp131,21 triliun pada Oktober 2022.

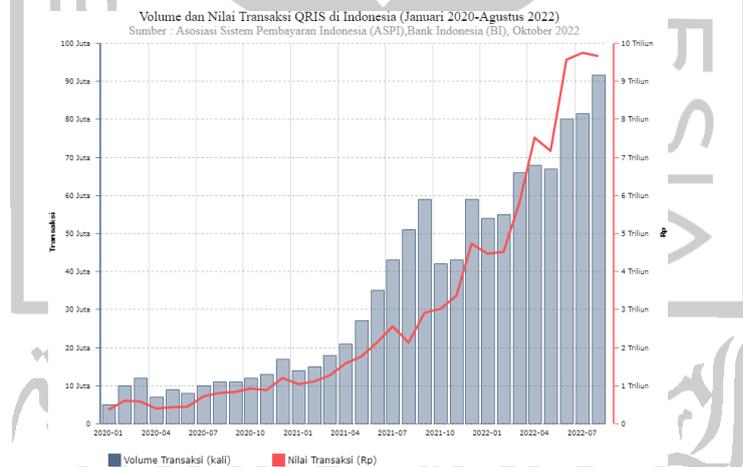
Jumlah itu melonjak 33,14% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar Rp98,55 triliun. Nilai transaksi uang elektronik juga melesat 89,94% dibandingkan periode yang sama setahun sebelumnya. Pada Oktober 2021, total nilai transaksi uang elektronik sebesar Rp49,08 triliun (Mustajab, 2022). Dari kemajuan teknologi tersebut, Bank Indonesia (BI) mengembangkan teknologi baru berbasis *Quick Response Code* yang disebut *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) yang hadir untuk mendukung terciptanya pembayaran nontunai dan diharapkan mampu menciptakan sistem pembayaran nontunai yang efektif, efisien, cepat, mudah, aman, dan terpercaya.

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah menyatukan kode QR yang berbeda dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). Untuk membuat transaksi yang menggunakan kode QR menjadi lebih mudah, cepat, dan aman industri sistem pembayaran dan Bank Indonesia membuat QRIS. Jika sebelumnya semua pedagang harus menyediakan beberapa kode QR untuk beberapa aplikasi pembayaran elektronik, tetapi sekarang hanya satu kode QR sudah cukup yaitu QRIS. Saat ini, aplikasi uang elektronik, dompet elektronik, atau perbankan seluler dapat menggunakan QRIS. Dalam Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019 tentang Implementasi Standar Nasional kode QR untuk pembayaran, Bank Indonesia (BI) mengatur penggunaan QRIS. Meskipun penyedia QRIS di pedagang berbeda dengan penyedia aplikasi yang digunakan oleh masyarakat, namun seluruh aplikasi pembayaran dari penyedia mana pun, termasuk lembaga perbankan dan nonperbankan saat ini sudah bisa digunakan di seluruh toko, pedagang, warung, parkir, tiket wisata dan donasi sosial berlogo (Bank Indonesia, 2022).

Dalam implementasi QRIS, Bank Sentral Indonesia bekerja sama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) dengan menggunakan standar internasional EMV Co merupakan lembaga yang menyusun standar internasional

kode QR untuk pembayaran. Dalam rangka memperkuat dan meningkatkan konektivitas antara negara ASEAN mereka sepakat untuk bekerja sama untuk menerapkan dan mendukung pembayaran lintas negara agar lebih cepat, efisien, transparan, dan mudah diakses oleh semua orang dengan menggunakan kode QR. Dengan QRIS transaksi lintas negara tidak perlu lagi mengonversi atau menukar mata uang saat berbelanja di negara yang dikunjungi, cukup dengan memindai kode QR dan otomatis sudah terkonversi. Jadi, pembayaran yang dilakukan oleh Warga Negara Asing (WNA) di Indonesia dapat dilakukan dengan memindai kode batang QRIS pedagang Indonesia dengan menggunakan aplikasi pembayaran negaranya. Sebaliknya, pembayaran yang dilakukan oleh Warga Negara Indonesia (WNI) di Luar Negeri dapat dilakukan dengan memindai kode batang QRIS pedagang Luar Negeri dengan menggunakan aplikasi pembayaran Indonesia.

Berdasarkan hasil survei ASPI volume transaksi penggunaan QRIS di Indonesia (Januari 2020-Agustus 2022).



Gambar 1.2 Volume dan Nilai Transaksi QRIS di Indonesia

Sumber : Databoks, 2022

Menurut hasil survei ASPI, pada Januari 2020 volume transaksi QRIS secara nasional mencapai 5 juta kali transaksi dengan nilai total transaksi Rp365 miliar. Kemudian pada bulan-bulan berikutnya penggunaan QRIS terus meningkat,

sampai pada Agustus 2022 mencapai 91,7 juta kali transaksi dengan nilai total transaksi Rp9,66 triliun (Ahdiat, 2022). Meskipun pada saat ini pengguna QRIS semakin meningkat, akan tetapi tidak sedikit masyarakat Indonesia yang belum menggunakan QRIS untuk transaksi dan lebih memilih melakukan transaksi menggunakan uang tunai. Masyarakat yang belum memanfaatkan QRIS dalam proses pembayaran dapat disebabkan karena tingkat literasi masyarakat masih rendah terhadap pembayaran elektronik atau masyarakat masih merasa nyaman dengan pembayaran secara tunai (Wulandhari, 2019). Selain itu, masih banyak yang dikhawatirkan oleh masyarakat khususnya faktor keamanan dan ketidakpercayaan mereka terhadap penerapan layanan teknologi baru. Hasil riset Litbang Kompas yang bersumber dari Bank Indonesia mencatat bahwa mayoritas responden belum pernah menggunakan dan bahkan tidak mengetahui apa itu QRIS. Sebanyak 16,1% pernah memanfaatkan QRIS untuk transaksi. Sementara 43,8% responden tidak pernah memanfaatkan QRIS untuk transaksi karena mengkhawatirkan keamanan saldo hilang atau berkurang karena dicuri serta khawatir pada kerahasiaan data pribadi pengguna yang tidak terjamin dan 40,1% responden menyatakan tidak mengetahui QRIS (Nugraheni, 2022).

Di beberapa negara, masih sering terjadi penipuan terhadap pengguna pembayaran digital dengan membuat kode QR palsu untuk mengarahkan ke rekening lain atau ke situs web berisi perangkat lunak yang berbahaya. Karena kode QR yang asli dan yang palsu sulit dibedakan sehingga saat ada kode QR asli dari pedagang kemudian diubah dan ditambahkan tautan virus serta perangkat lunak berbahaya yang dapat menyedot saldo. Seperti yang terjadi di Texas, Amerika Serikat terdapat kasus pencurian data pribadi pengguna melalui situs pembayaran melalui kode QR palsu untuk pembayaran parkir dan diarahkan ke vendor palsu (Maulida, 2022). Selain itu, di China juga terjadi penipuan donasi menggunakan kode QR untuk memerangi covid-19 dan dipublikasikan di media daring. Hal

tersebut merugikan lebih dari 100 orang di wilayah China dengan nilai total donasi melebihi RMB100.000 (Rp213.093.090,20) (Anggun, 2022). Kasus serupa juga terjadi di Jakarta Indonesia tahun 2023 yang merugikan konsumen hingga Rp13.000.000,00 yang diakibatkan oleh penipuan amal masjid dengan mengganti kode batang QRIS dengan yang palsu (Saskia, 2023). Kejahatan digital secara ilegal merugikan berbagai pihak dan berdampak pada penurunan tingkat kepercayaan masyarakat. Dengan adanya QRIS, Bank Indonesia sebagai regulator berharap penerapan aspek keamanan dan perlindungan data pribadi menjadi hal yang penting untuk menjaga kepercayaan masyarakat karena PJSP hanya menawarkan satu kode QR untuk berbagai aplikasi pembayaran elektronik. Dalam rangka menurunkan biaya penggunaan uang kartal yang relatif tinggi setiap tahunnya, penerapan QRIS harus berhasil digunakan oleh masyarakat luas untuk bertransaksi. Sehingga penerapan transaksi nontunai di Indonesia dan peningkatan Indonesia sebagai bangsa yang modern dapat sama-sama mendapatkan manfaat dari pengadopsian QRIS untuk bertransaksi.

Penelitian terdahulu menguji tentang uang elektronik pada generasi milenium yang dilakukan oleh Alfansi & Daulay (2021). Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa sejumlah faktor memiliki peran dalam keputusan generasi milenium untuk mulai menggunakan uang elektronik. Model UTAUT 2 yang diperluas serta penambahan faktor kepercayaan menjadi landasan model penelitian tersebut. Temuan penelitian Alfansi & Daulay (2021) menunjukkan bahwa variabel-variabel yang disebutkan dalam teori UTAUT 2, seperti ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, kepercayaan, dan kebiasaan terbukti mempunyai pengaruh yang besar terhadap penerimaan dan minat untuk mengadopsi uang elektronik. Minat untuk mengadopsi uang elektronik pada generasi milenium tidak dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja, motivasi hedonis, dan nilai harga. Variabel kepercayaan juga terbukti sebagai faktor yang cukup besar

dalam memengaruhi penggunaan uang elektronik. Penelitian ini menambahkan variabel kepercayaan karena hal tersebut menjadi perhatian utama generasi milenium dalam transaksi elektronik yang melibatkan data pribadi dan keuangan. Variabel kepercayaan ini merupakan faktor penting dalam meningkatkan perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi.

Al-Okaily et al., (2023) melakukan penelitian mengenai minat penggunaan untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik di Yordania. Model UTAUT 2 yang diperluas serta penambahan faktor keamanan dan privasi menjadi landasan model penelitian tersebut. Temuan penelitian Al-Okaily et al., (2023) menunjukkan bahwa variabel-variabel yang disebutkan dalam teori UTAUT 2, seperti ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, nilai harga, keamanan dan privasi terbukti mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat untuk mengadopsi sistem pembayaran elektronik di Yordania. Minat untuk mengadopsi sistem pembayaran elektronik di Yordania tidak dipengaruhi oleh ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis. Faktor keamanan terbukti memengaruhi minat masyarakat di Yordania untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik. Penelitian menguji variabel keamanan karena dianggap sebagai variabel penting yang berpengaruh pada penerimaan sistem pembayaran elektronik di Yordania dan Timur Tengah. Variabel keamanan ini dirasa sangat berguna untuk memahami niat penggunaan terhadap penerimaan pembayaran elektronik di Yordania.

Pada penelitian ini, peneliti menguji model *Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2* (UTAUT 2) dengan menambahkan variabel keamanan dan variabel kepercayaan terhadap minat penggunaan QRIS di Indonesia sebagai upaya untuk mengolaborasikan dengan dua temuan penelitian Alfansi & Daulay (2021) dan Al-Okaily et al., (2023). Penelitian ini berbeda dengan yang lain karena memiliki variabel penelitian, sampel penelitian, dan objek penelitian yang berbeda. Di Indonesia, teknologi pembayaran berbasis QRIS masih dalam tahap awal, dan

mayoritas masyarakat masih melakukan pembayaran secara tunai. Model UTAUT 2 dibuat oleh Venkatesh et al., (2012) sebagai versi yang diperluas dari model teoritis UTAUT yang asli. Variabel keamanan dan kepercayaan dimasukkan ke dalam model teori UTAUT 2 sebagai variabel eksternal dalam teori terkait yang dikembangkan oleh Venkatesh et al., (2012) untuk memperluas wawasan teoritis model UTAUT 2 dalam rangka menilai validitas model teoritis UTAUT 2 yang diterapkan pada QRIS melalui penelitian ini. Diharapkannya penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pemerintah dan penyedia layanan nontunai yang menggunakan QRIS dapat meningkatkan keamanan dan menjaga kepercayaan bagi pengguna.

Dari latar belakang yang telah penulis uraikan, penulis ingin melaksanakan penelitian yang membahas tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan QRIS dengan penelitian yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan *QuickResponse Code Indonesian (QRIS) di Indonesia*”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS?
2. Apakah ekspektasi usaha berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS?
3. Apakah pengaruh sosial berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS?
4. Apakah kondisi yang memfasilitasi berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS?
5. Apakah motivasi hedonis berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS?
6. Apakah nilai harga berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS?
7. Apakah kebiasaan berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS?
8. Apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS?

9. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS?
10. Apakah minat penggunaan berpengaruh terhadap perilaku penggunaan QRIS?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris, yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh ekspektasi kinerja terhadap minat penggunaan QRIS.
2. Untuk mengetahui pengaruh ekspektasi usaha terhadap minat penggunaan QRIS.
3. Untuk mengetahui pengaruh sosial terhadap minat penggunaan QRIS.
4. Untuk mengetahui pengaruh kondisi yang memfasilitasi terhadap minat penggunaan QRIS.
5. Untuk mengetahui pengaruh motivasi hedonis terhadap minat penggunaan QRIS.
6. Untuk mengetahui pengaruh nilai harga terhadap minat penggunaan QRIS.
7. Untuk mengetahui pengaruh kebiasaan terhadap minat penggunaan QRIS.
8. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan QRIS.
9. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan QRIS.
10. Untuk mengetahui pengaruh minat penggunaan terhadap perilaku penggunaan QRIS.

1.4 Manfaat Penelitian

Para pembaca, terutama mereka yang terlibat dalam penelitian ini, diharapkan dapat mengambil manfaat dari temuan-temuan penelitian ini.

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi baru mengenai bagaimana QRIS digunakan sebagai pembayaran berbasis elektronik dan variabel-variabel yang memengaruhinya.
2. Bagi akademis, penelitian ini diharapkan dapat membantu kemajuan akademis

di bidang penerimaan teknologi dan informasi di Indonesia dengan menawarkan lebih banyak pengetahuan dan wawasan serta dapat menjadi sumber daya untuk menciptakan penelitian di masa depan.

3. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan analisis dan kajian bagi pemerintah dalam upaya memperketat persyaratan perizinan pembayaran QRIS di Indonesia dalam rangka menjaga keamanan data pribadi konsumen dan mencegah terjadinya kejahatan elektronik.
4. Bagi perbankan dan nonbank, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada manajemen perusahaan, baik bank maupun nonbank agar dapat mengembangkan dan meningkatkan layanan QRIS bagi warga negara Indonesia.
5. Bagi pengguna QRIS, penelitian ini diharapkan pengguna QRIS dapat mengkomunikasikan kepada masyarakat luas bahwa QRIS merupakan teknologi pembayaran nontunai yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dalam hal biaya, tenaga, dan waktu.

الجامعة الإسلامية
الاستاذة الأندونيسية

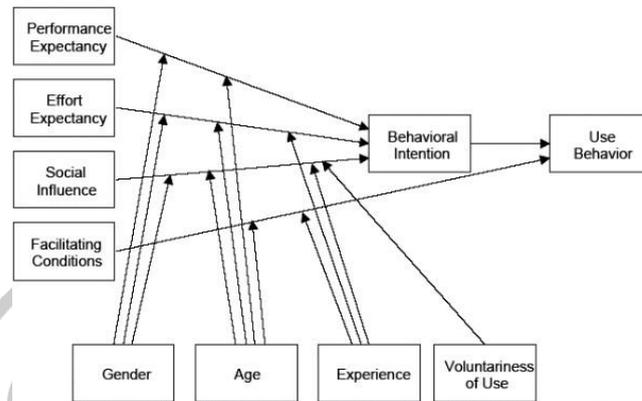
BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)

Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 (UTAUT 2) merupakan perluasan model UTAUT yang mengintegrasikan delapan konstruk teori utama dan model penerimaan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Model teori-teori yang dimasukkan dalam proses integrasi UTAUT yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Social Cognitive Theory* (SCT), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), *Model of PC Utilization* (MPCU), *Motivational Model* (MM), *Model Combining Technology Acceptance Model and The Theory of Planned Behavior* (C-TAM-TPB).

Model teori UTAUT memiliki empat variabel utama yang memengaruhi minat penggunaan dan perilaku penggunaan yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi. Keempat variabel tersebut di moderasi oleh jenis kelamin, umur, pengalaman, dan kesukarelaan penggunaan (Venkatesh et al., 2003). Ekspektasi kinerja adalah pandangan orang bahwa sistem teknologi yang mereka gunakan akan membantu mereka melakukan pekerjaan mereka dengan lebih baik, variabel ini dapat memengaruhi perilaku mereka terkait teknologi (Venkatesh et al., 2003). Kemudahan dalam menggunakan teknologi disebut sebagai ekspektasi usaha. Pengaruh sosial adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa orang-orang di sekitarnya akan membujuknya untuk menggunakan sistem teknologi baru. Sejahter mana orang memersepsikan bahwa infrastruktur organisasi dan teknologi ada untuk mendukung dan memudahkan penggunaan sistem teknologi disebut kondisi yang memfasilitasi.

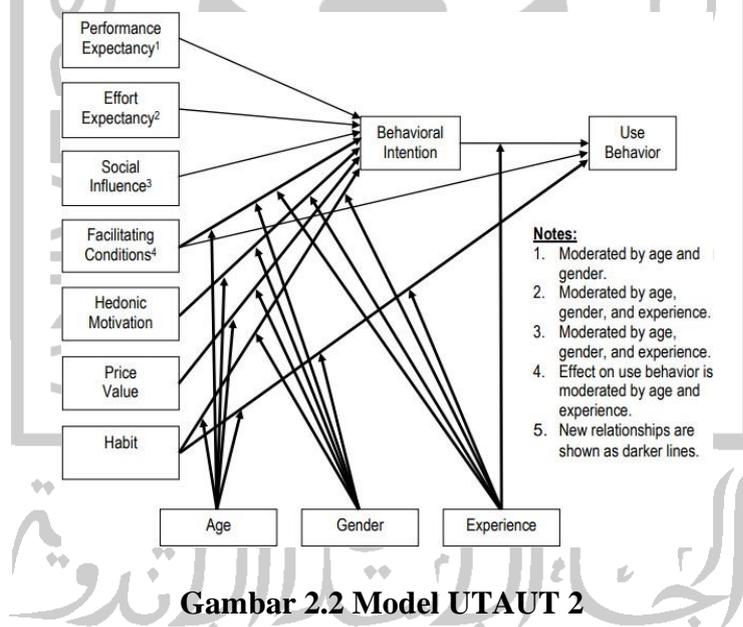


Gambar 2.1 Model UTAUT
 Sumber : Venkatesh et al., (2003)

Selain digunakan sebagai landasan teori untuk penelitian, model teori UTAUT juga telah melalui validasi empiris di empat perusahaan yang berbeda di beberapa industri (Venkatesh et al., 2003). Dibandingkan dengan delapan model teori penerimaan teknologi lainnya, UTAUT terbukti hingga 70% lebih efektif dalam menggambarkan variasi minat dalam menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Model teoritis UTAUT, yang berusaha menawarkan kerangka permodelan yang lebih sesuai untuk menjelaskan penerimaan dan penggunaan teknologi telah disempurnakan oleh Venkatesh et al., (2012).

Model teori UTAUT diperluas oleh Venkatesh et al., (2012) berdasarkan hasil penelitiannya di Hong Kong menjadi UTAUT 2. UTAUT 2 merupakan model terpadu yang berhubungan dengan penerimaan pengguna terhadap suatu teknolog informasi (Venkatesh et al., 2003). Motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan adalah tiga variabel tambahan yang ditambahkan ke dalam model teori UTAUT yang asli untuk menciptakan model teori UTAUT 2 yang baru. Tingkat kenikmatan atau kesenangan yang dialami sebagai hasil dari penggunaan teknologi disebut sebagai motivasi hedonis. Biaya penggunaan individu atau pembelian teknologi disebut sebagai nilai harga. Istilah kebiasaan menggambarkan seberapa sering orang menggunakan teknologi untuk melakukan semua tugas mereka. Selain itu,

Venkatesh et al., (2012) menyatakan bahwa model teoritis UTAUT 2 menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam varians yang dijelaskan dalam minat penggunaan dan perilaku penggunaan teknologi setelah penambahan tiga variabel baru. Sebanyak tujuh variabel, termasuk ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan berfungsi sebagai pendorong minat penggunaan dan perilaku penggunaan teknologi dalam model teoritis UTAUT 2. Jenis kelamin, usia, dan pengalaman bertindak sebagai moderator untuk ketujuh variabel tersebut. Untuk meningkatkan kemungkinan teoritis dari model teoritis UTAUT 2, variabel keamanan dan variabel kepercayaan ditambahkan sebagai variabel eksogen pada model teoritis yang sama, yang didukung oleh Venkatesh et al., (2012)



Gambar 2.2 Model UTAUT 2

Sumber : Venkatesh et al., (2012)

Dalam penelitian ini, model konseptual tidak menyertakan peran efek moderasi jenis kelamin, usia, dan pengalaman seperti model asli UTAUT 2. Hal ini mengingat bahwa penelitian yang serupa menunjukkan bahwa sebagian besar

penelitian menggunakan efek moderasi akan menurunkan nilai yang dihasilkan meskipun ketiadaan moderasi ini tidak sepenuhnya merusak hasil model teoritis (Dwivedi et al., 2019). Terdapat beberapa penelitian yang tidak menyertakan efek moderasi dalam penelitian mereka (Abdullah et al., 2020; Alalwan et al., 2017; Alfansi & Daulay, 2021; Al-Okaily et al., 2023; Armansyah, 2021; Hidayat et al., 2020; Mahendra et al., 2017; Nur & Panggabean, 2021; Palas et al., 2022). Sedangkan penelitian lain yang menggunakan efek moderasi jenis kelamin dan umur tidak memainkan peran yang signifikan terhadap penggunaan aplikasi elektronik untuk restoran (Palau-Saumell et al., 2019).

2.2 Pengertian Variabel

2.2.1 Minat Penggunaan (Behavioral Intention)

Minat Penggunaan didefinisikan sebagai ukuran kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Venkatesh et al., 2003). Minat penggunaan juga didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan yang dimiliki pengguna terhadap teknologi dan kecenderungan perilaku untuk terus menggunakan teknologi tersebut di masa depan (Rama & Rahadian, 2022). Niat dianggap sebagai sejauh mana pengguna memersepsikan kesediaan mereka untuk menggunakan teknologi. Seseorang juga memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang mampu membuat keputusan sendiri.

2.1.2 Perilaku Penggunaan (Use Behaviour)

Perilaku penggunaan didefinisikan sebagai seberapa sering pengguna menggunakan sistem teknologi yang didasari oleh niat seseorang untuk berperilaku (Venkatesh et al., 2012). Perilaku penggunaan dianggap sebagai penggunaan teknologi yang sedang berlangsung dan setiap hari setelah penerimaan (Wu et al., 2022). Perilaku seseorang dapat disimpulkan dari bagaimana mereka berniat menggunakan teknologi informasi. Jika seseorang berpikir bahwa sistem tersebut akan membantu dalam melakukan pekerjaan mereka, mereka akan

menggunakannya.

2.2.3 Ekspektasi kinerja (*Performance Expectancy*)

Ekspektasi kinerja adalah sejauh mana seorang individu percaya bahwa memanfaatkan sistem teknologi dapat bermanfaat bagi mereka dan membantu meningkatkan kinerja pekerjaan mereka (Venkatesh et al., 2003). Variabel ekspektasi kinerja pada dasarnya merupakan hasil penggabungan dari lima model, yaitu persepsi kegunaan (TAM), keuntungan relatif (IDT), motivasi ekstrinsik (MM), harapan-harapan hasil (SCT), dan kesesuaian pekerjaan (MPCU). Ekspektasi kinerja menjadi faktor terkuat terhadap minat untuk memberikan pengaruh terhadap penggunaan dompet elektronik (Rama & Rahadian, 2022). Ketika sistem teknologi informasi memberikan manfaat baik dari segi produktivitas, meningkatkan kinerja pengguna, maupun membantu menyelesaikan pekerjaan lebih cepat maka indikasi bahwa sistem teknologi informasi memberikan pengaruh positif bagi pengguna (Armansyah, 2021). Individu akan terdorong untuk menggunakan sistem teknologi baru setelah mereka menyadari manfaatnya dalam kehidupan sehari-hari (Alalwan et al., 2017; Al-Okaily et al., 2023; Nur & Panggabean, 2021; Toyama, 2022).

2.2.4 Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Ekspektasi usaha didefinisikan sebagai tingkat kemudahan terkait dalam menggunakan teknologi yang dapat mengurangi upaya baik tenaga maupun waktu dalam melakukan pekerjaannya (Venkatesh et al., 2003). Variabel ekspektasi usaha pada dasarnya merupakan hasil penggabungan dari tiga model, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (TAM/TAM2), kemudahan penggunaan (IDT), dan kompleksitas (MPCU). Dalam konteks pembayaran elektronik, ekspektasi usaha menjelaskan bahwa ketika dengan mengadopsi teknologi mudah diimplementasikan, maka minat untuk menggunakan teknologi akan lebih besar (Nur & Panggabean, 2021). Ekspektasi usaha berperan penting dalam adopsi suatu

sistem teknologi, jika individu merasa teknologi mudah untuk dipelajari dan dimengerti dalam penggunaannya, maka minat untuk menggunakan teknologi semakin besar (Darmansyah et al., 2021).

2.2.5 Pengaruh Sosial (Social Influence)

Pengaruh sosial adalah sejauh mana seseorang mempertimbangkan keberadaan orang lain di lingkungan terdekatnya yang akan memengaruhinya untuk menggunakan sistem teknologi baru (Venkatesh et al., 2003). Variabel pengaruh sosial merupakan hasil pengembangan dari tiga model, yaitu norma subyektif (TRA, TAM2, TPB, C-TAM-TPB), faktor-faktor sosial (MPCU), dan citra (IDT). Pengaruh sosial yang dimaksud adalah keluarga, teman, orang yang berpengaruh terhadap penggunaan teknologi. Menurut Alfansi & Daulay (2021), pengaruh sosial memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap minat individu dalam penggunaan uang elektronik. selain itu, telah terbukti juga bahwa pengaruh sosial secara langsung memengaruhi individu untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik di Yordania (Al-Okaily et al., 2023). Demikian pula, ketika individu mengamati bahwa keluarga, teman-teman mereka menggunakan teknologi tertentu dan merasakan manfaat dari penggunaannya, maka individu tersebut akan termotivasi untuk menggunakan teknologi tersebut di masa sekarang dan di masa depan (Vanduhe et al., 2020). Pengaruh sosial dirasakan dari bagaimana keluarga, teman, dan orang yang memengaruhi individu untuk menggunakan teknologi. Dengan demikian, faktor ini berperan besar dalam memengaruhi minat individu untuk menggunakan teknologi (Wu & Chen, 2017).

2.2.6 Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating conditions*)

Kondisi yang memfasilitasi didefinisikan tingkat kepercayaan seorang individu bahwa infrastruktur dan organisasi akan memfasilitasi pemanfaatan penggunaan teknologi, maka akan mempermudah individu dalam memanfaatkan sistem khususnya dalam meningkatkan kinerjanya, seperti kemampuan pengguna,

pengetahuan, dan sumber daya (Venkatesh et al., 2003). Variabel kondisi yang memfasilitasi merupakan hasil pengembangan dari tiga model, yaitu kontrol perilaku persepsikan (TPB/DTPB, C-TAM-TPB), kompatibilitas (IDT), dan kondisi yang memfasilitasi (MPCU). Kondisi yang memfasilitasi merupakan faktor signifikan yang paling berpengaruh terhadap penggunaan dompet elektronik (Abdullah et al., 2020). Individu yang menggunakan layanan QRIS membutuhkan keterampilan, ponsel pintar, paket data, dan jaringan internet. Semakin baik infrastruktur yang tersedia bagi individu, maka semakin tinggi pula minat individu untuk menggunakan teknologi. Hal tersebut berarti bahwa individu tidak akan menggunakan sistem teknologi jika tidak memiliki infrastruktur dan sumber daya seperti keterampilan operasional dan sumber daya keuangan (Amrullah & Priyono, 2018). Gupta & Arora (2019) menjelaskan bahwa kondisi yang memfasilitasi bertindak sebagai faktor yang secara efektif memengaruhi minat terhadap penggunaan pembayaran elektronik.

2.2.7 Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*)

Motivasi hedonis didefinisikan sebagai kesenangan atau kenikmatan yang didapat dari penggunaan sistem teknologi (Venkatesh et al., 2012). Motivasi hedonis merupakan konstruk yang kuat untuk memengaruhi minat individu untuk menggunakan teknologi elektronik (Mahendra et al., 2017). Hal ini menunjukkan bahwa ketika individu merasakan kesenangan dan kebahagiaan dari penggunaan sebuah teknologi, maka semakin tinggi pula minat untuk menggunakan teknologi tersebut (Toyama, 2022).

2.2.8 Nilai harga (*Price Value*)

Nilai harga didefinisikan sebagai pengorbanan individu antara penerimaan manfaat yang dirasakan dan biaya moneter yang ditimbulkan oleh penggunaan sistem teknologi (Venkatesh et al., 2012). Nilai harga menjadi positif ketika individu merasakan manfaat yang lebih tinggi daripada biaya moneter yang

dibayarkan, pada akhirnya akan memberikan dampak positif terhadap minat untuk menggunakan teknologi (Palas et al., 2022). Perbedaan manfaat yang diterima dan biaya moneter yang dibayarkan dalam menggunakan sistem teknologi mengharuskan individu untuk memahami manfaat penggunaan teknologi dengan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan teknologi.

2.2.9 Kebiasaan (*Habit*)

Kebiasaan didefinisikan sebagai tingkat sejauh mana individu cenderung untuk melakukan penggunaan teknologi secara otomatis dengan mempelajarinya (Limayem et al., 2007). Individu yang menggunakan teknologi tertentu selama beberapa waktu biasanya akan membentuk kebiasaan yang kemudian akan memengaruhi untuk terus menggunakan teknologi tersebut (Amoroso & Chen, 2017). Kebiasaan individu akan menentukan cara untuk mengambil keputusan. Kebiasaan merupakan konstruk terkuat dari niat untuk menggunakan dan berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik (Alfansi & Daulay, 2021).

2.2.10 Persepsi Keamanan (*Perceived Security*)

Keamanan didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan pembayaran elektronik tertentu akan aman (Chawla & Joshi, 2019). Persepsi keamanan suatu sistem teknologi merupakan penilaian subjektif individu terhadap suatu sistem keamanan. Penilaian ini mengarah pada seberapa baik suatu sistem dapat melindungi privasi data pribadi dari risiko yang ada. Individu akan berminat menggunakan teknologi ketika yakin bahwa sistem teknologi yang digunakan terjamin aman untuk mengirim informasi data pribadi dan transaksi keuangan (Mahendra et al., 2017). Selain itu, keamanan yang dirasakan dari suatu teknologi juga menjadi dasar bagi individu untuk menggunakan teknologi tersebut secara terus-menerus (Zhang et al., 2019).

2.2.11 Persepsi Kepercayaan (*Perceived Trust*)

Menurut Mayer et al., (1995) kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan seorang individu akan menerima tindakan dari orang lain berdasarkan asumsi bahwa orang lain akan melakukan perilaku tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk memonitor atau mengendalikannya. Hal ini juga dapat dipahami sebagai perilaku yang mengacu pada kepercayaan individu tentang karakteristik individu lain. Kepercayaan merupakan penentu penting dalam menentukan kepuasan dan niat untuk menggunakan perbankan seluler (Sharma & Sharma, 2019). Dalam situasi berisiko, kepercayaan diperlukan supaya pihak yang berkepentingan tertarik untuk mengambil keputusan. Kepercayaan membantu individu guna menghadapi kekhawatiran yang dialaminya dan mendukung individu untuk menggunakan sistem teknologi baru. Menurut Sharma & Sharma (2019) bahwa kekhawatiran individu terkait keamanan dan privasi umumnya lebih besar saat melakukan transaksi keuangan melalui ponsel pintar karena informasi individu dan data pribadi disimpan di ponsel pintar pengguna. Faktor yang membentuk suatu kepercayaan seorang individu terhadap orang lain ada tiga yaitu, kemampuan, kebajikan, dan integritas (Mayer et al., 1995). Tidak adanya salah satu dari ketiga faktor ini dapat merusak kepercayaan. Jika kemampuan, kebajikan, dan integritas memiliki nilai yang tinggi, maka pihak yang dipercaya dianggap cukup dapat dipercaya.

2.3 Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

2.3.1 Quick Response Code (QR Code)

Kode QR merupakan metode transfer pembayaran untuk pengganti uang tunai yang disediakan oleh Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) kepada konsumen dengan memindahkan kode QR pedagang dan melakukan transaksi pembayaran. Kode QR ini dapat dipindah dari segala arah horizontal atau vertikal. Sistem pembayaran nontunai ini banyak di terbitkan oleh lembaga perbankan

maupun lembaga nonperbankan. Implementasi menggunakan kode QR telah diterapkan oleh pedagang, seluruh toko, warung, donasi, dan lainnya dengan mengaktifkan sistem pembayaran nontunai berbasis komputasi awan yang dapat diakses dengan koneksi internet (Bank Indonesia, 2022). Semua pedagang yang bekerja sama dengan PJSP uang elektronik berbasis server yang akan memudahkan penyelesaian setiap transaksi pembayaran antara pedagang dan konsumen. Karena sistem pembayaran ini dianggap lebih praktis, transaksi lebih cepat, efisien, dan nontunai. Pada dasarnya kode QR dikembangkan sebagai suatu kode yang dapat diterjemahkan dengan kecepatan tinggi. Dengan demikian, pedagang tidak kesulitan mencari uang kembalian ke konsumen, dan juga konsumen tidak perlu membawa banyak uang tunai saat berbelanja atau bepergian.

2.3.2 Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah penyatuan berbagai macam kode QR nasional dari berbagai macam Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) untuk memfasilitasi pembayaran menggunakan kode QR. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia (BI) yang bekerja sama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) pada 17 Agustus 2019 dan telah diimplementasikan secara nasional efektif berlaku sejak 1 Januari 2020 dengan mengusung karakteristik semangat UNGGUL (UNiversal, GampanG, Untung dan Langsung) (Bank Indonesia, 2022). Terdapat tiga jenis QRIS yaitu *Merchant Presented Mode (MPM) statis*, *Merchant Presented Mode (MPM) Dinamis*, dan *Costomer Presented Mode (CPM)*. Dalam Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019 tentang Implementasi Standar Nasional kode QR untuk pembayaran, penetapan QRIS menjadi perwujudan penyelenggara sistem pembayaran yang aman, efisien, lancar, dan andal. Tujuan dari adanya QRIS ini agar proses transaksi pembayaran dapat lebih efisien, peningkatan inklusif keuangan lebih cepat, mendorong perekonomian

dengan memajukan UMKM untuk menjadi Indonesia lebih maju (Bank Indonesia, 2019). QRIS memiliki karakteristik UNGGUL mengandung makna:

- 1) Universal, yakni inklusif, untuk seluruh lapisan masyarakat dan dapat digunakan untuk transaksi pembayaran domestik dan luar negeri.
- 2) Gampang, yakni masyarakat bisa bertransaksi dengan mudah dan amandalam satu gengaman ponsel.
- 3) Untung, yakni transaksi dengan QRIS menguntungkan pembeli dan penjual karena transaksi berlangsung efisien melalui satu kode QR yang bisa digunakan untuk semua aplikasi pembayaran pada ponsel.
- 4) Langsung, yakni transaksi dengan QRIS langsung terjadi karena prosesnya cepat dan seketika sehingga mendukung kelancaran sistem pembayaran.

Bank Sentral Indonesia bekerja sama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) dengan menggunakan Standar Internasional EMV Co (*Europe Master Card Visa*) yang digunakan sebagai standar internasional kode QR untuk transaksi pembayaran. Standar ini digunakan dalam rangka untuk mendukung pembayaran lintas negara sehingga lebih cepat, efisien, transparan, dan bersifat terbuka (Bank Indonesia, 2019). Pembayaran dapat dilakukan melalui QRIS dengan nominal transaksi pembayaran minimal mulai dari Rp1-Rp1.000 dan nominal transaksi maksimal Rp2.000.000 (dua juta rupiah) per transaksi (Bank Indonesia, 2022). Seluruh transaksi pembayaran menggunakan QRIS yang difasilitasi oleh satu kode QR yang sama meskipun instrumen pembayaran yang digunakan berbeda-beda. Dengan dipergunakannya QRIS dapat diakses melalui aplikasi yang tersedia di ponsel pintar seperti uang elektronik, dompet elektronik atau perbankan seluler. Implementasi menggunakan QRIS dengan memindahi dan membaca kode QR transaksi pembayaran dapat digunakan di seluruh toko, pedagang, warung, parkir, tiket wisata, donasi berlogo QRIS, meskipun penyedia QRIS di pedagang berbeda dengan penyedia aplikasi yang digunakan masyarakat.

2.4 Penelitian Terdahulu

Model teori UTAUT 2 telah digunakan dalam sejumlah penelitian terdahulu tentang penerimaan dan penggunaan teknologi. Beberapa di antaranya meneliti tentang penerimaan dan penggunaan teknologi diterapkan pada berbagai hal, seperti:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Sampel	Kesimpulan
1	Al-Okaily et al., (2023)	Independen : Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha,	Sampel 270 responden, karyawan yang bekerja di organisasi sektor publik di Yordania yang menggunakan sistem pembayaran elektronik di Yordania	– Ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, nilai harga, keamanan, privasi secara signifikan berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik di Yordania. – Ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi,

				<p>motivasi hedonis tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap minat untuk menggunakan pembayaran elektronik di Yordania.</p>
2	<p>Alfansi & Daulay (2021)</p>	<p>Independen : Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, pengaruh sosial, nilai yang dirasakan, kebiasaan, kepercayaan, motivasi hedonis.</p> <p>Dependen : Minat dan perilaku penggunaan</p>	<p>Sampel 194 responden, generasi milenium yang menggunakan uang elektronik (GOPAY, Telkomsel dompet elektronik, OVO, XL Tunai, PayPro, Mandiri nontunai, dan Sakuku) yang tersebar di tiga kota besar di</p>	<p>– Ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, kepercayaan, kebiasaan secara signifikan berpengaruh terhadap adopsi dan penggunaan layanan uang elektronik.</p> <p>– Ekspektasi kinerja, nilai</p>

			Indonesia, yaitu DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Jawa Tengah.	harga, motivasi hedonis, tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi dan penggunaan layanan uang elektronik
3	Nur & Panggabean (2021)	<p>Independen : Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, persepsi kenikmatan, kepercayaan.</p> <p>Dependen : Minat penggunaan</p>	Sampel 100 responden, pengguna pembayaran elektronik generasi Z di wilayah Jabodetabek	– Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, persepsi kenikmatan, kepercayaan, kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan pembayaran elektronik.
4	Toyama (2022)	Independen : Ekspektasi	Sampel 1.045 responden,	– Ekspektasi kinerja,

	<p>kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga.</p> <p>Dependen : Minat penggunaan</p> <p>Moderasi : Umur</p>	<p>konsumen Jepang yang menggunakan aplikasi. layanan mobilitas.</p>	<p>pengaruh sosial, motivasi hedonis, nilai harga berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan aplikasi layanan mobilitas.</p> <p>– Ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan aplikasi layanan mobilitas.</p> <p>– Ekspektasi kinerja, pengaruh sosial memiliki</p>
--	---	--	---

				<p>pengaruh yang lebih besar pada minat untuk menggunakan aplikasi layanan mobilitas untuk kelompok usia tua daripada usia lainnya.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Motivasi hedonis memiliki pengaruh yang lebih kecil pada minat untuk menggunakan aplikasi layanan untuk kelompok usia tua dibandingkan usia lainnya. - Efek moderasi umur dari ekspektasi kinerja, kondisi yang memfasilitasi,
--	--	--	--	---

				<p>nilai harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan aplikasi layanan mobilitas.</p>
5	<p>Armansyah (2021)</p>	<p>Independen: Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, kepercayaan internet, kepercayaan perantara.</p> <p>Dependen : Minat</p>	<p>Sampel 355 responden, pelajar Indonesia yang menggunakan aplikasi pembayaran elektronik.</p>	<p>– Ekspektasi kinerja, nilai harga, kepercayaan perantara berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan aplikasi pembayaran elektronik di Indonesia.</p> <p>– Ekspektasi usaha, pengaruh sosial,</p>

		<p>penggunaan, perilaku penggunaan</p>		<p>motivasi hedonis, kebiasaan, kepercayaan internet, tidak berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan aplikasi pembayaran elektronik di Indonesia.</p> <p>– Kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan pembayaran elektronik di Indonesia.</p> <p>– Minat untuk menggunakan</p>
--	--	--	--	---

				<p>berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan pembayaran elektronik di Indonesia.</p> <p>– Perilaku kawanan berpengaruh signifikan terhadap ekspektasi kinerja.</p>
6	Hidayat et al., (2020)	<p>Independen: ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, pengaruh</p>	<p>Sampel 162 responden, metode purposive sampling, dengan menentukan sampel dengan alasan khusus, yaitu pengguna dompet elektronik</p>	<p>– Ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, persepsi kepercayaan, persepsi risiko, kebiasaan memiliki hubungan</p>

	<p>sosial, persepsi kepercayaan, persepsi risiko.</p> <p>Dependen :</p> <p>Minat penggunaan, perilaku penggunaan.</p>	<p>berbasis server dengan studi kasus Go-Pay, OVO, Link-Aja, dan DANA.</p> <p>Pelanggan dompet elektronik berbasis server di Kota Tangerang Selatan.</p>	<p>signifikan dengan minat untuk menggunakan dompet elektronik.</p> <p>– Kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, minat menggunakan memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku penggunaan dompet elektronik.</p> <p>– Ekspektasi kinerja, motivasi hedonis, nilai harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat</p>
--	--	--	--

				untuk menggunakan dompet elektronik.
7	Mahendra et al., (2017)	<p>Independen : Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, persepsi keamanan.</p> <p>Dependen : Minat penggunaan</p>	Sampel 85 responden, individu dewasa pengguna ponsel pintar dan/atau tablet yang pernah maupun berniat mengunduh dan menggunakan aplikasi ponsel pintar yang berdomisili di Indonesia	<p>– Kebiasaan, persepsi keamanan, motivasi hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan pembayarandari dalam aplikasi ponsel pintar .</p> <p>– Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, nilai harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat</p>

				menggunakan pembayaran dari dalam aplikasi ponsel pintar.
8	Palau-Saumell et al., (2019)	<p>Independen :</p> <p>Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, orientasi penghemat harga, kebiasaan, pengaruh sosial, persepsi kredibilitas</p> <p>Dependen :</p> <p>Minat penggunaan, perilaku penggunaan</p> <p>Moderasi :</p> <p>Umur, jenis kelamin, pengalaman</p>	Sampel 1.200 responden, metode pengambilan sampel <i>non-probability</i> dengan kuota jenis kelamin dan usia proporsional dari populasi, dan terdiri dari penduduk Spanyol yang memiliki ponsel pintar dan yang menggunakan layanan aplikasi ponsel pintar untuk restoran	– Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, orientasi penghemat harga, pengaruh sosial, persepsi kredibilitas secara signifikan berpengaruh positif berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan

				<p>aplikasi ponsel pintar untuk restoran.</p> <p>- Minat menggunakan, kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan aplikasi ponsel pintar untuk restoran.</p> <p>- Umur, jenis kelamin tidak memoderasi pengaruh variabel independent terhadap minat untuk menggunakan aplikasi ponsel</p>
--	--	--	--	--

				<p>pintar untuk restoran.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengalaman memoderasi terhadap minat untuk menggunakan aplikasi ponsel pintar untuk restoran.
9	Abdullah et al., (2020)	<p>Independen : Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, pengaruh sosial, persepsi keamanan, persepsi kepercayaan.</p> <p>Dependen : Minat penggunaan</p>	<p>Sampel 400 responden dari mahasiswa dan karyawan Universitas Negeri Malaysia di Klang Valley</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan dompet elektronik. - Ekspektasi usaha, persepsi

				keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dompet elektronik.
10	Palas et al., (2022)	<p>Independen :</p> <p>Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kualitas layanan, kualitas hidup, kebiasaan.</p> <p>Dependen :</p> <p>Minat penggunaan, perilaku penggunaan</p>	Sampel 493 responden lansia (berusia ≥ 60 tahun yang menggunakan aplikasi layanan kesehatan di Bangladesh	<p>– Pengaruh sosial, motivasi hedonis,, nilai harga, kebiasaan, kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan aplikasi layanan kesehatan</p> <p>– Kualitas layanan, kualitas hidup berpengaruh signifikan</p>

				<p>terhadap perilaku penggunaan aplikasi layanan kesehatan.</p> <p>– Kualitas hidup, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan aplikasi layanan Kesehatan.</p>
11	Gupta & Arora (2019)	Independen : Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha,	Sampel sebanyak 267 responden pengguna sistem pembayaran elektronik di DKI	– Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kebiasaan,

	<p>pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, kebiasaan.</p> <p>Dependen :</p> <p>Minat penggunaan, perilaku penggunaan.</p>	Jakarta	<p>kondisi yang memfasilitasi secara signifikan terhadap minat untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Minat menggunakan berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan. - Motivasi hedonis, pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan sistem pembayaran
--	---	---------	--

				elektronik
--	--	--	--	------------

2.5 Pengembangan Hipotesis

2.5.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Minat Penggunaan QRIS

Ekspektasi kinerja adalah sejauh mana seorang individu percaya bahwa memanfaatkan sistem teknologi dapat bermanfaat bagi mereka dan membantu meningkatkan kinerja pekerjaan mereka. Ketika sistem teknologi informasi memberikan manfaat baik dari segi produktivitas, meningkatkan kinerja pengguna, maupun membantu menyelesaikan pekerjaan lebih cepat maka indikasi bahwa sistem teknologi informasi memberikan pengaruh positif bagi pengguna (Armansyah, 2021). Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja terbukti menjadi faktor terkuat terhadap minat menggunakan dompet elektronik (Rama & Rahadian, 2022). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan teknologi, seperti sistem pembayaran elektronik (Al-Okaily et al., 2023; Armansyah, 2021; Nur & Panggabean, 2021), aplikasi layanan mobilitas (Toyama, 2022), dompet elektronik (Abdullah et al., 2020; Rama & Rahadian, 2022), layanan aplikasi ponsel pintar untuk restoran (Palau-Saumell et al., 2019). Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Ekspektasi kinerja memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS

2.5.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Minat Penggunaan QRIS

Ekspektasi usaha merupakan tingkat kemudahan penggunaan sistem teknologi yang dapat diyakini dapat dengan mudah dipelajari dan digunakan dalam menggunakan teknologi, dan dapat meminimalkan upaya individu baik waktu maupun biaya dalam menyelesaikan pekerjaan. Ketika dengan mengadopsi suatu teknologi tertentu mudah diimplementasikan, maka minat untuk menggunakan

teknologi tertentu akan lebih besar (Nur & Panggabean, 2021). Ekspektasi usaha berperan penting dalam adopsi suatu sistem teknologi, jika individu merasa mudah untuk dipelajari dan dimengerti, maka minat untuk menggunakan teknologi keuangan syariah semakin besar, hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Darmansyah et al., (2021). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan teknologi, seperti uang elektronik (Alfansi & Daulay, 2021), pembayaran elektronik (Nur & Panggabean, 2021), dompet elektronik (Hidayat et al., 2020), layanan aplikasi ponsel pintar untuk restoran (Palau-Saumell et al., 2019). Sementara itu, menurut beberapa penelitian ekspektasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan teknologi, seperti dompet elektronik (Abdullah et al., 2020), sistem pembayaran elektronik (Al-Okaily et al., 2023), pembayaran elektronik (Armansyah, 2021), pembayaran dari dalam aplikasi ponsel pintar (Mahendra et al., 2017), aplikasi layanan kesehatan (Palas et al., 2022), dan aplikasi layanan mobilitas (Toyama, 2022). Berdasarkan perbedaan beberapa penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Ekspektasi usaha memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS

2.5.3 Pengaruh Sosial terhadap Minat Penggunaan QRIS

Pengaruh sosial adalah sejauh mana seseorang mempertimbangkan keberadaan orang lain di lingkungan terdekatnya yang akan memengaruhinya untuk menggunakan sistem teknologi baru. Model teori ini menyatakan bahwa pengaruh sosial menjadi lebih kuat pada tahap awal ketika individu menggunakan teknologi tertentu. Individu menjadi lebih peka terhadap pendapat orang lain (Nur & Panggabean, 2021). Pengaruh sosial memengaruhi individu untuk menggunakan teknologi tertentu ketika orang lain meyakini pentingnya teknologi tersebut sebagai sesuatu yang bermanfaat bagi keputusan mereka untuk menggunakannya. Hasil

penelitian Al-Okaily et al. (2023) menunjukkan bahwa pengaruh sosial merupakan faktor penentu langsung yang memengaruhi individu untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik di Yordania. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan teknologi, seperti uang elektronik (Alfansi & Daulay, 2021), pembayaran elektronik (Nur & Panggabean, 2021), dompet elektronik (Abdullah et al., 2020; Hidayat et al., 2020), dan aplikasi layanan kesehatan (Palas et al., 2022), layanan aplikasi ponsel pintar untuk restoran (Palau-Saumell et al., 2019), aplikasi layanan mobilitas (Toyama, 2022). Sementara itu, menurut beberapa penelitian pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan teknologi, seperti pembayaran dari dalam aplikasi ponsel pintar (Mahendra et al., 2017), pembayaran elektronik (Armansyah, 2021; Gupta & Arora, 2019), dompet elektronik (Rama et al., 2022). Berdasarkan perbedaan beberapa penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Pengaruh sosial memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS

2.5.4 Pengaruh Kondisi yang memfasilitasi terhadap Minat Penggunaan QRIS

Kondisi yang memfasilitasi merupakan tingkat kepercayaan seorang individu bahwa infrastruktur dan organisasi akan memfasilitasi pemanfaatan penggunaan teknologi, maka akan mempermudah individu dalam memanfaatkan sistem khususnya dalam meningkatkan kinerjanya, seperti kemampuan pengguna, pengetahuan, dan sumber daya (Venkatesh et al., 2003). Hal ini menunjukkan bahwa menggunakan QRIS sebagai layanan pembayaran elektronik didukung oleh infrastruktur dan teknis yang memadai, seperti ponsel pintar, paket data, dan jaringan internet. Selain itu, individu harus mempunyai keterampilan untuk mengoperasikan ponsel pintar dan menghubungkannya ke internet. Hal tersebut

berarti bahwa individu tidak akan menggunakan sistem teknologi jika tidak memiliki infrastruktur dan sumber daya seperti keterampilan operasional dan sumber daya keuangan (Amrullah & Priyono, 2018). Artinya, dengan adanya fasilitas dan sumber daya keuangan pendukung tentunya akan memunculkan minat menggunakan terhadap sistem teknologi yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhannya. Hasil penelitian Gupta & Arora (2019) menyimpulkan bahwa kondisi yang memfasilitasi bertindak sebagai faktor yang secara efektif memengaruhi minat menggunakan terhadap pembayaran elektronik. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa kondisi yang memfasilitasi berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan teknologi, seperti uang elektronik (Alfansi & Daulay, 2021), layanan sistem informasi akademik untuk orang tua (Bashir, 2020), pembayaran elektronik (Gupta & Arora, 2019; Nur & Panggabean, 2021), dompet elektronik (Abdullah et al., 2020; Hidayat et al., 2020), layanan aplikasi ponsel pintar untuk restoran (Palau-Saumell et al., 2019). Sebaliknya, menurut beberapa penelitian kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan teknologi, seperti sistem pembayaran elektronik di Yordania (Al-Okaily et al., 2023), aplikasi layanan mobilitas (Toyama, 2022), pembayaran elektronik (Armansyah, 2021), pembayaran dari dalam aplikasi ponsel pintar (Mahendra et al., 2017). Berdasarkan perbedaan beberapa penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H4 : Kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS

2.5.5 Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap Minat Penggunaan QRIS

Motivasi hedonis merupakan kesenangan atau kenikmatan yang didapat dari penggunaan sistem teknologi. Di zaman modern sekarang ini, setiap aktivitas telah didominasi dengan penggunaan teknologi salah satunya QRIS. Hal ini menyebabkan sebagian besar masyarakat telah mengenal pembayaran

menggunakan QRIS bagi kehidupan mereka. Ketika teknologi membawa kebahagiaan dan kesenangan saat menggunakannya, hal itu akan memengaruhi minat penggunaan mereka. QRIS merupakan salah satu layanan yang akan menyenangkan bagi pengguna karena merupakan sebuah bentuk baru dari layanan transaksi keuangan. Menurut Toyama (2020) ketika konsumen merasakan kesenangan dan kebahagiaan dari penggunaan aplikasi layanan mobilitas, maka semakin tinggi niat untuk menggunakan layanan tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa motivasi hedonis berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan teknologi, seperti pembayaran dari dalam aplikasi ponsel pintar (Mahendra et al., 2017), aplikasi layanan kesehatan (Palas et al., 2022), layanan aplikasi ponsel pintar untuk restoran (Palau-Saumell et al., 2019). Namun, Gupta et al., (2019) menyatakan bahwa motivasi hedonis merupakan konstruk yang lemah dalam memengaruhi minat penggunaan untuk menerima sistem pembayaran elektronik. Hasil penelitian tersebut selaras dengan penelitian sebelumnya yang menyimpulkan bahwa motivasi hedonis tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan teknologi, seperti sistem pembayaran elektronik di Yordania (Al-Okaily et al., 2023), uang elektronik (Alfansi & Daulay, 2021), pembayaran elektronik (Armansyah, 2021), dompet elektronik (Hidayat et al., 2020). Berdasarkan perbedaan beberapa penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H5 : Motivasi hedonis memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS

2.5.6 Pengaruh Nilai harga terhadap Minat Penggunaan QRIS

Nilai harga merupakan pengorbanan individu antara penerimaan manfaat yang dirasakan dan biaya moneter yang ditimbulkan oleh penggunaan sistem teknologi (Venkatesh et al., 2012). Ketika pengguna merasakan manfaat yang lebih tinggi daripada biaya moneter yang dibayarkan, maka nilai harga menjadi

positif yang pada akhirnya memberikan dampak positif pada niat untuk menggunakan teknologi (Palaset al., 2022). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa nilai harga berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan teknologi, seperti sistem pembayaran elektronik di Yordania (Al-Okaily et al., 2023), aplikasi layanan mobilitas (Toyama, 2022), pembayaran elektronik (Armansyah, 2021), aplikasi layanan kesehatan (Palas et al., 2022). Sebaliknya, terdapat penelitian yang menyimpulkan bahwa nilai harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan teknologi, seperti uang elektronik (Alfansi & Daulay, 2021), dompet elektronik (Hidayat et al., 2020), pembayaran dari dalam aplikasi ponsel pintar (Mahendra et al., 2017). Berdasarkan perbedaan beberapa penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H6 : Nilai harga memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS

2.5.7 Pengaruh Kebiasaan terhadap Minat Penggunaan QRIS

Pengguna yang menggunakan teknologi tertentu selama beberapa waktu biasanya akan membentuk kebiasaan yang kemudian akan memengaruhi untuk terus menggunakan teknologi tersebut (Amoroso & Chen, 2017). Kebiasaan individu akan menentukan cara untuk mengambil keputusan. Begitu pula dengan minat untuk menggunakan suatu sistem teknologi, kemungkinan besar dipengaruhi oleh kebiasaan calon penggunanya. Individu yang terbiasa menggunakan teknologi serupa cenderung memiliki minat lebih untuk menggunakan dibandingkan dengan individu yang tidak terbiasa. Hasil penelitian Alfansi & Daulay (2021) menyatakan bahwa kebiasaan merupakan faktor terkuat dari niat untuk menggunakan uang elektronik. Hal tersebut mendukung hasil penelitian Mahendra et al., (2017) juga menunjukkan bahwa kebiasaan memiliki pengaruh positif signifikan dan kuat terhadap minat menggunakan pembayaran dari dalam aplikasi ponsel pintar. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa kebiasaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan teknologi, seperti sistem pembayaran elektronik di

Yordania (Al-Okaily et al., 2023), aplikasi layanan kesehatan (Palas et al., 2022), layanan aplikasi ponsel pintar untuk restoran (Palau-Saumell et al., 2019), pembayaran elektronik (Gupta & Arora, 2019). Namun, hasil penelitian Armansyah (2021) menunjukkan bahwa kebiasaan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan pembayaran elektronik. Berdasarkan perbedaan beberapa penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H7 : Kebiasaan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS

2.5.8 Pengaruh Keamanan terhadap Minat Penggunaan QRIS

Persepsi keamanan menganalisis adanya perasaan ketidakpastian individu dalam penggunaan teknologi (Cheng et al., 2006). Persepsi keamanan suatu sistem teknologi merupakan penilaian subjektif seseorang terhadap suatu sistem keamanan. Penilaian ini mengarah pada seberapa baik suatu sistem dapat melindungi privasi data pribadi dari risiko yang ada. Individu akan lebih sering menggunakan sistem pembayaran elektronik, jika keamanan yang dirasakan oleh sistem tersebut sangat baik, begitu pula sebaliknya. Jika tingkat keamanan dalam sistem pembayaran elektronik terlalu rendah, dimungkinkan individu untuk tidak menggunakan sistem tersebut karena ketakutan yang dikhawatirkan (Hassan et al., 2020). Oleh karena itu, persepsi keamanan sangat penting ketika memilih untuk menggunakan sistem teknologi. Membangun kepercayaan dan kenyamanan dalam pembayaran elektronik sangat bergantung pada keamanannya (Alfansi & Daulay, 2021). Menurut beberapa penelitian menunjukkan terdapat korelasi yang baik antara minat untuk menggunakan teknologi dan keamanan yang dirasakan, seperti sistem pembayaran elektronik di Yordania (Al-Okaily et al., 2023), dan pembayaran dari dalam aplikasi ponsel pintar (Mahendra et al., 2017). Namun, hasil penelitian Abdullah et al.,(2020) menunjukkan bahwa keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dompet elektronik. Berdasarkan perbedaan beberapa penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H8 : Persepsi keamanan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS

2.5.9 Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan QRIS

Kepercayaan merupakan keyakinan individu untuk menerima tindakan dari orang lain berdasarkan pengharapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada seorang individu yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk memonitor atau mengendalikannya. Menurut Sharma & Sharma (2019) bahwa kekhawatiran terkait keamanan dan privasi umumnya lebih besar saat melakukan transaksi keuangan melalui ponsel pintar karena informasi individu dan data pribadi disimpan di ponsel pintar pengguna. Layanan pembayaran elektronik menjadi sangat pribadi, kekhawatiran pengguna umumnya muncul terkait kerahasiaan dan keamanan data yang disimpan di ponsel pintar pengguna. Kepercayaan merupakan penentu penting dalam menentukan kepuasan dan niat untuk menggunakan perbankan seluler (Sharma & Sharma, 2019). Oleh karena itu, kurangnya kepercayaan dapat menyebabkan konsumen ragu dan tidak akan menggunakan layanan teknologi dalam aktivitas sehari-hari. Peneliti sebelumnya membuktikan bahwa kepercayaan secara signifikan memengaruhi minat untuk menggunakan teknologi, seperti uang elektronik (Alfansi & Daulay, 2021), pembayaran elektronik (Armansyah, 2021; Nur & Panggabean, 2021), dompet elektronik (Abdullah et al., 2020; Hidayat et al., 2020). Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H9 : Persepsi kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS

2.5.10 Pengaruh Minat Penggunaan terhadap Perilaku Penggunaan QRIS

Minat penggunaan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan yang dimiliki pengguna terhadap teknologi dan kecenderungan perilaku untuk terus menggunakan teknologi tersebut di masa depan (Rama & Rahadian, 2022). Minat

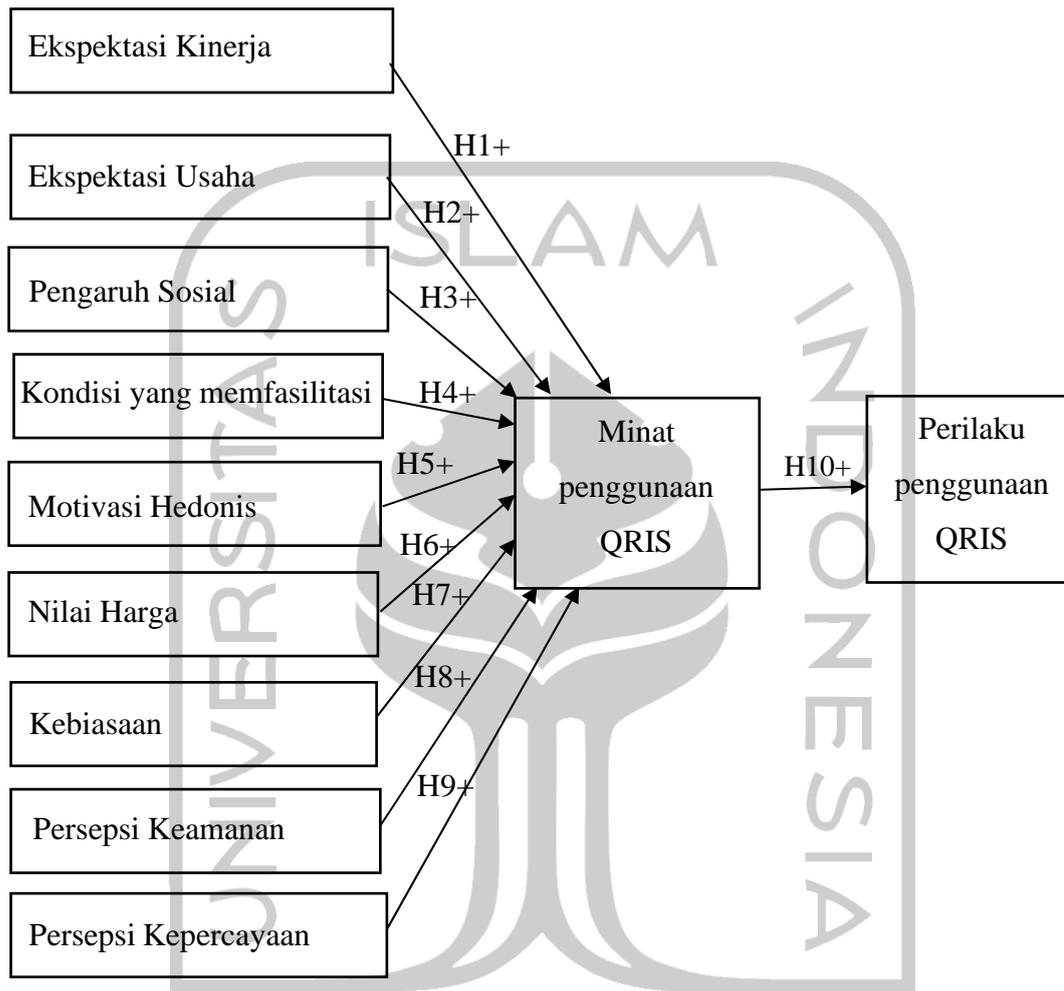
penggunaan menurut Venkatesh et al., (2003) didefinisikan sebagai ukuran kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Niat dianggap sebagai sejauh mana pengguna memersepsikan kesediaan mereka untuk menggunakan teknologi. Minat penggunaan terjadi di bawah kendali seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang bisa memutuskan sesuatu atas kemauannya sendiri. Perilaku penggunaan dianggap sebagai penggunaan teknologi yang sedang berlangsung dan setiap hari setelah penerimaan (Wu et al., 2022). Selain itu, menurut Gupta & Arora (2019) konstruk minat penggunaan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku penggunaan untuk sistem pembayaran elektronik. Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa minat penggunaan secara signifikan memengaruhi perilaku pengguna dompet elektronik (Hidayat et al., 2020; Rama & Rahadian, 2022), pembayaran elektronik (Armansyah, 2021), layanan aplikasi ponsel pintar untuk restoran (Palau-Saumell et al., 2019) dan aplikasi layanan kesehatan (Palas et al., 2022; Wu et al., 2022). Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H10 : Minat Penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku penggunaan QRIS

2.6 Kerangka Penelitian

Model kerangka penelitian pada penelitian ini merupakan hasil kolaborasi dari penelitian Alfansi & Daulay (2021) dan Okaily et al., (2023) dengan menggunakan konsep model teori UTAUT 2 sebagai teori dasar penelitian. Dalam penelitian ini juga mencoba memperluas model teori UTAUT 2 dengan menambahkan dua konstruk tambahan, yaitu kepercayaan (Alfansi & Daulay, 2021) dan keamanan (Al-Okaily et al., 2023). Penambahan dua variabel di luar model teori UTAUT 2 karena terlihat di dalam model UTAUT 2 tidak ada variabel yang menjelaskan persepsi kepercayaan dan persepsi keamanan dalam penggunaan teknologi. Hasil penggabungan kerangka penelitian dari penelitian Alfansi & Daulay (2021) dan Al-

Okaily et al., (2023) dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 2.3 Model Kerangka Penelitian

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi dan Penentuan Sampel

3.1.1 Populasi

Menurut Sekaran (2006) populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna QRIS di Indonesia.

3.1.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili populasi secara keseluruhan. Untuk menentukan jumlah sampel minimal yang dibutuhkan, jumlahnya harus disesuaikan dengan jumlah indikator pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner, dengan asumsi $n \times 5$ variabel teramati (indikator) hingga $n \times 10$ variabel teramati (indikator) (Hair et al., 2019). Penelitian ini terdiri dari 48 indikator dari 11 variabel, di mana 9 variabel merupakan variabel independen dan 2 variabel merupakan variabel dependen. Sehingga jumlah sampel minimal yang dibutuhkan untuk mewakili penelitian ini berjumlah $48 \times 5 = 240$. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 240 sampel dengan harapan data dapat lebih akurat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan *convenience sampling* yaitu sampel diambil berdasarkan ketersediaan responden dan kemudahan untuk mendapatkan informasi (Sekaran & Bougie, 2016). *Convenience sampling* mengacu pada pengumpulan data dari responden yang bersedia memberikan informasi atau yang pernah menggunakan QRIS. Peneliti dapat memilih siapa saja yang akan dijadikan responden dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan *convenience sampling* agar dapat memperoleh data secara tepat waktu dan hemat biaya.

3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.2.1 Sumber Data

Data primer digunakan dalam penelitian ini. Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari subjek penelitian tanpa menggunakan perantara (Hadi, 2006). Hadi (2006) menyatakan bahwa data primer dapat dikumpulkan dengan cara wawancara langsung dengan responden, observasi objek langsung, atau dengan menyusun daftar pertanyaan dan menyebarkan kepada responden. Kuesioner disebar untuk mengumpulkan data. Metode kuesioner digunakan untuk mendapatkan data primer dari responden pengguna QRIS.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui pembuatan kuesioner yang dibuat secara daring menggunakan *Google* formulir untuk mempermudah dalam penyebarannya ke responden. Kuesioner terdiri dari dua bagian, yaitu:

1. Pertanyaan mengenai data pribadi responden yang akan dijaga kerahasiannya.
2. Beberapa indikator untuk menguji variabel penelitian dengan skala.

Skala likert penelitian yang dipakai untuk mengukur sikap dan pendapat dengan memberikan rentang nilai. Skala tingkat satu hingga enam akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Kurang Setuju (KS), 4 = Cukup Setuju (CS), 5 = Setuju (S), 6 = Sangat Setuju (SS).

3.3 Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

3.3.1 Variabel Dependen (Variabel Terikat)

3.3.1.1 Minat Penggunaan (*Behaviour Intention*)

Minat Penggunaan yaitu tingkat kepercayaan yang dimiliki pengguna terhadap teknologi dan kecenderungan perilaku untuk terus menggunakan teknologi tersebut di masa depan (Rama & Rahadian, 2022). Adapun item dari minat penggunaan sebagai berikut :

Tabel 3.1 Indikator Minat Penggunaan

Item	<i>Behavioral Intention</i>	Sumber
BI1	Saya berniat untuk terus menggunakan QRIS di masa yang akan datang	Venkatesh et al., (2012)
BI2	Saya akan selalu mencoba menggunakan QRIS dalam keidupan sehari-hari	
BI3	Saya berencana untuk lebih sering menggunakan QRIS	
BI4	Pengguna lain memberikan komentar positif terhadap layanan QRIS	
BI5	Saya merasa puas dengan layanan QRIS	

3.3.1.2 Perilaku Penggunaan (*Use Behaviour*)

Perilaku penggunaan didefinisikan sebagai seberapa sering pengguna menggunakan sistem teknologi yang didasari oleh niat seseorang untuk berperilaku (Venkatesh et al., 2012). Adapun item dari perilaku pengguna sebagai berikut :

Tabel 3.2 Indikator Perilaku Penggunaan

Item	<i>Use Behaviour</i>	Sumber
UB1	Saya menggunakan QRIS kapan pun dibutuhkan	Venkatesh et al., (2012)
UB2	Saya menggunakan QRIS di mana pun dibutuhkan	
UB3	Saya sudah sering menggunakan QRIS	
UB4	Saya selalu menggunakan QRIS untuk berbagai keperluan	

3.3.2 Variabel Independen (Variabel Bebas)

3.3.2.1 Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Ekspektasi kinerja didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa dengan menggunakan sistem teknologi dapat memberikan manfaat dan membantu meningkatkan kinerja pekerjaan mereka (Venkatesh et al., 2003).

Adapun item ekspektasi kinerja sebagai berikut :

Tabel 3.3 Indikator Ekspektasi Kinerja

Item	<i>Performance Expectancy</i>	Sumber
PE1`	Saya merasa menggunakan QRIS akan meningkatkan kinerja pekerjaan saya	Venkatesh et al., (2012)
PE2	Saya merasa menggunakan QRIS memungkinkan saya untuk menyelesaikan tugas lebih cepat	
PE3	Saya merasa menggunakan QRIS dapat meningkatkan produktivitas saya	
PE4	Saya menyadari QRIS bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari saya	
PE5	QRIS memberikan hasil yang sesuai dengan harapan pengguna	

3.3.2.2 Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Ekspektasi usaha didefinisikan sebagai tingkat kemudahan terkait dalam menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Adapun item ekspektasi usaha sebagai berikut:

Tabel 3.4 Indikator Ekspektasi Usaha

Item	<i>Effort Expectancy</i>	Sumber
EE1	Transaksi menggunakan QRIS mudah dimengerti dan memberikan informasi yang jelas	Venkatesh et al., (2012)

EE2	Mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan QRIS
EE3	QRIS sangat mudah untuk dioperasikan sebagai alat transaksi
EE4	Secara keseluruhan saya percaya QRIS mudah digunakan
EE5	Menggunakan QRIS lebih efisien dari segi tenaga dan waktu dalam penyelesaian transaksi saya

3.3.2.3 Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Pengaruh sosial didefinisikan sebagai tingkat seorang individu menganggap keberadaan orang di sekitarnya seperti kerabat atau temannya yakin bahwa dia harus menggunakan sistem teknologi baru (Venkatesh et al., 2003). Adapun item pengaruh sosial sebagai berikut :

Tabel 3.5 Indikator Pengaruh Sosial

Item	<i>Social Influence</i>	Sumber
SI1	Orang-orang di lingkungan sekitar memengaruhi saya untuk menggunakan QRIS	Venkatesh et al., (2012)
SI2	Orang-orang yang penting bagi saya mendukung untuk menggunakan QRIS	
SI3	Orang-orang di sekitar saya yang menggunakan QRIS terlihat lebih mengikuti tren	
SI4	Saya menggunakan QRIS, karena saya tahu orang di lingkungan sekitar juga menggunakan QRIS	

3.3.2.4 Kondisi yang memfasilitasi (*Facilitating Conditions*)

Kondisi yang memfasilitasi didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa infrastruktur dan organisasi akan membantu dalam menggunakan suatu sistem teknologi informasi (Venkatesh et al., 2003).

Adapun item kondisi yang memfasilitasi sebagai berikut :

Tabel 3.6 Indikator Kondisi yang Memfasilitasi

Item	<i>Facilitating Condition</i>	Sumber
FC1	Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan QRIS	Venkatesh et al., (2012)
FC2	Saya bisa mendapatkan bantuan orang lain ketika saya mendapatkan kesulitan menggunakan QRIS	
FC3	Saya memiliki sumber daya (koneksi internet, ponsel pintar, aplikasi pembayaran elektronik) yang diperlukan untuk menggunakan QRIS	
FC4	Saya yakin QRIS kompatibel dengan sistem lain (contoh : uang elektronik) yang saya gunakan	

3.3.2.5 Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*)

Motivasi hedonis didefinisikan sebagai kesenangan atau kenikmatan yang didapat dari penggunaan sistem teknologi (Venkatesh et al., 2012).

Adapun item motivasi hedonis sebagai berikut :

Tabel 3.7 Indikator Motivasi Hedonis

Item	<i>Hedonic Motivation</i>	Sumber
HM1	Saya merasa menggunakan QRIS sangat menyenangkan	Venkatesh et al., (2012)
HM2	Saya menikmati transaksi dengan menggunakan QRIS	
HM3	Saya mendapatkan kepuasan tersendiri dengan menggunakan QRIS	
HM4	Saya merasa menggunakan QRIS sangat menghibur	

3.3.2.6 Nilai Harga (*Price Value*)

Nilai harga didefinisikan sebagai pengorbanan individu antara penerimaan manfaat yang dirasakan dan biaya moneter yang ditimbulkan oleh penggunaan sistem teknologi (Venkatesh et al., 2012). Adapun item nilai harga sebagai berikut:

Tabel 3.8 Indikator Nilai Harga

Item	<i>Price Value</i>	Sumber
PV1	Saya merasa harga untuk mendapatkan QRIS masuk akal	Venkatesh et al., (2012)
PV2	Kualitas QRIS sesuai dengan kegunaan yang ditawarkan	
PV3	Saya merasa layanan yang diberikan QRIS sudah baik	
PV4	Arga yang ditawarkan QRIS lebih terjangkau	

3.3.2.7 Kebiasaan (*Habit*)

Kebiasaan didefinisikan sebagai tingkat sejauh mana individu cenderung untuk melakukan penggunaan teknologi secara otomatis dengan mempelajarinya (Limayem et al., 2007). Adapun item kebiasaan sebagai berikut :

Tabel 3.9 Indikator Kebiasaan

item	<i>Habit</i>	Sumber
HB1	Saya sudah terbiasa untuk menggunakan QRIS	Venkatesh et al., (2012)
HB2	Saya kecanduan menggunakan QRIS	
HB3	Saya merasa harus terus menggunakan QRIS	
HB4	Menggunakan QRIS sudah menjadi hal yang wajar bagi saya	

3.3.2.8 Persepsi Keamanan (*Perceived Security*)

Keamanan teknologi menganalisis adanya perasaan ketidakpastian individu dalam penggunaan teknologi (Cheng et al., 2006). Adapun item persepsi keamanan sebagai berikut :

Tabel 3.10 Indikator Persepsi Keamanan

Item	<i>Perceived Security</i>	Sumber
PS1	Saya merasa aman mengirimkan informasi pribadi saya di QRIS	Cheng et al., (2006)
PS2	QRIS adalah tempat yang aman untuk mengirimkan informasi pribadi	
PS3	Saya merasa aman menyediakan informasi pribadi saya kepada QRIS	
PS4	Saya rasa sistem keamanan QRIS sangat terjamin	

3.3.2.9 Persepsi Kepercayaan (*Perceived Trust*)

Kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan seorang individu untuk menerima tindakan dari orang lain berdasarkan pengharapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada seorang individu yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk memonitor atau mengendalikannya (Mayer et al., 1995). Adapun item persepsi kepercayaan sebagai berikut:

Tabel 3.11 Indikator Persepsi Kepercayaan

Item	<i>Perceived Trust</i>	Sumber
PT1	Saya percaya transaksi QRIS aman untuk digunakan	Gefen et al., (2003)
PT2	Saya percaya pada layanan QRIS	
PT3	Saya percaya alat transaksi QRIS memberikan jasa pelayanan sesuai yang mereka janjikan	
PT4	Layanan QRIS memiliki reputasi kejujuran yang baik	

	dan dapat dipercaya	
PT5	Saya percaya sistem keamanan QRIS dapat menjaga data pribadi konsumen dengan baik	

3.4 Metode Analisis Data

3.4.1 Alat Analisis Data

Model penelitian yang dipakai pada riset ini yaitu penelitian kuantitatif. Setelah melakukan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan secara daring yang disebar kepada responden. Data yang dikumpulkan terdiri dari data demografi responden dan data indikator responden terhadap variabel penelitian. Pengujian hipotesis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat ukur *Partial Least Square* (PLS). Untuk tujuan menganalisis model pengukuran dan model struktural, peneliti akan menggunakan *SmartPLS* 4.0. Tujuan dari penggunaan *PLS-SEM* adalah untuk mengevaluasi kualitas data dalam konstruk dependen dan memaksimalkan varians tergantung pada karakteristik model pengukuran (Hair et al., 2011).

Peneliti memilih menggunakan *Partial Least Square* (PLS) karena dianggap sebagai metode analisis data yang akurat dengan sedikit kesalahan atau masalah identifikasi. Analisis model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*) merupakan dua tahapan dari proses penilaian *PLS-SEM*.

3.4.2 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Variabel laten yang akan diukur, seperti yang digambarkan dalam model pengukuran ini, tercermin dalam variabel manifes atau variabel teramati (indikator) (Ghozali & Latan, 2014). Model pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini meliputi berbagai macam pengujian, antara lain :

3.4.2.1 Uji validitas

Uji validitas adalah pengujian yang dilakukan untuk menentukan seberapa akurat alat ukur dalam menangkap objek yang diukur. Uji ini

digunakan untuk menilai validitas kuesioner. Uji validitas akan dilakukan untuk semua pertanyaan dalam kuesioner karena semua pertanyaan dalam kuesioner merupakan untuk menguji validitas setiap pertanyaan dalam variabel penelitian. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut Hair et al., (2011), skala validasi dibagi menjadi dua, yaitu : uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan. Setiap analisis memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Uji validitas konvergen : Digunakan untuk mengukur nilai korelasi antara indikator dengan variabel laten. Dikategorikan valid jika nilai *Average Variance Extracted (AVE)* harus lebih besar dari 0,50.
2. Uji validitas diskriminan : Digunakan untuk memastikan bahwa setiap variabel berbeda dengan variabel lainnya. Menurut Fornell & Larcker (1981), uji validitas diskriminan dikategorikan valid jika nilai akar kuadrat AVE setiap variabel harus lebih tinggi dari dibandingkan nilai variabel tersebut dengan seluruh variabel lainnya. Nilai ini untuk setiap variabel harus lebih besar dari 0,70.

3.4.2.2 Uji Reliabilitas

Untuk memastikan keandalan kuesioner penelitian, dilakukan uji reliabilitas. Kuesioner ini dianggap andal jika dicobakan berkali-kali pada objek yang sama dan secara konsisten memberikan hasil yang sama. Kuesioner yang andal, menurut Hadi (2006) adalah kuesioner yang tidak memiliki banyak arti sehingga menghasilkan temuan yang akurat. Ukuran tingkat kesalahan yang dihasilkan biasanya digunakan untuk mengukur reliabilitas. Mengukur reliabilitas suatu variabel dengan indikator dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu *composite reliability* dan *Cronbach alpha*. Ketika nilai *composite reliability* dan *Cronbach alpha* dari setiap indikator

variabel lebih besar dari 0,70, maka suatu konstruk dikatakan reliabel (Ghozali & Latan, 2015).

4.4.3 Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural (*inner model*) digunakan untuk memprediksi korelasi antara variabel laten yang di evaluasi menggunakan beberapa jenis pengujian. Model struktural yang digunakan dalam penelitian ini meliputi berbagai macam pengujian, antara lain :

4.4.3.1 Uji Koefisien Determiniasi (*R-square*)

Pengujian model struktural ini akan dilakukan dengan menggunakan persyaratan nilai koefisien determinasi (*R-square*) pada setiap variabel independen yang digunakan sebagai kekuatan prediksi model struktural. *R-square* terdiri antara nol sampai dengan satu. Semakin kecil nilai *R-square*, maka variabel-variabel eksogen kurang mampu menjelaskan variasi variabel endogen. Sedangkan nilai *R-square* yang mendekati satu mengindikasikan variabel-variabel eksogen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel endogen. Penggunaan *R-square* akan menghasilkan bias estimasi karena semakin banyak variabel eksogen dalam penelitian, maka nilai *R-square* akan semakin besar dan terus meningkat (Ghozali & Latan, 2015). Oleh karena itu, peneliti disarankan menggunakan *adjusted R-square*. Nilai *R-square* atau *adjusted R-square* bernilai 0,67, 0,33, dan 0,19 menunjukkan model kuat, moderat, dan lemah (Ghozali & Latan, 2015). Semakin besar nilai *R-square*, semakin baik variabel eksogen menjelaskan variasi variabel endogen.

4.4.3.2 Path Coefficient

Path coefficient dilakukan untuk menunjukkan tingkat signifikansi pada uji hipotesis dan digunakan untuk pengambilan keputusan menolak atau menerima hipotesis. Untuk mengetahui t- statistik, maka terlebih dahulu harus

melalui proses *bootstrapping*. Penelitian ini menggunakan hipotesis satu arah (*one tailed*) dengan tingkat kepercayaan 95% (tingkat signifikansi=5%) dengan t-tabel 1,960. Maka hipotesis diterima apabila nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel (Ghozali & Latan, 2015).



BAB 4

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang menggunakan QRIS dalam melakukan transaksi. Selanjutnya, hasil dari pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner secara daring yang berhasil dikumpulkan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kuesioner yang diterima	246	100%
Kuesioner yang memenuhi syarat	246	100%

Sumber : Data primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.1, maka dapat disimpulkan bahwa total kuesioner yang diterima sejumlah 246 kuesioner (100%) dan semua kuesioner yang diterima layak untuk digunakan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang bisa untuk diolah dan dianalisis sejumlah 246 kuesioner (100%).

4.2 Karakteristik Responden

4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah	Presentase
Laki-laki	62	25%
Perempuan	184	75%
Total	246	100%

Sumber : Data primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.2, menunjukkan bahwa responden dikategorikan menjadi laki-laki dan perempuan. Dalam pengumpulan data, jumlah responden laki-laki sebanyak 62 responden (25%). Sementara itu, responden perempuan

berjumlah 184 responden (75%). Sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan.

4.2.2 Berdasarkan Usia

Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Jumlah	Persentase
≤ 20 tahun	42	17%
21-30 tahun	203	83%
31-40 tahun	1	0%
41-50 tahun	0	0%
51-60 tahun	0	0%
≥ 60 tahun	0	0%
Total	246	100%

Sumber : Data primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.3, menunjukkan klasifikasi hasil responden berdasarkan usia. Secara keseluruhan responden yang berusia 21 sampai 30 tahun mendominasi dengan 203 responden (83%), lalu diikuti oleh responden dengan usia kurang dari sama dengan 20 tahun dengan 42 responden (17%) dan berusia 31-40 tahun hanya 1 responden (0%). Kemudian responden yang berusia 41 sampai 50 tahun, usia 51 sampai 60 tahun, dan usia lebih dari sama dengan 60 tahun tidak terdapat responden (0%).

4.3 Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, persepsi keamanan, persepsi kepercayaan, niat perilaku, dan perilaku penggunaan. Penentuan kriteria penelitian responden terhadap variabel penelitian dapat ditentukan berdasarkan rumus (Durianto et al., 2001) :

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{Banyaknya kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{6 - 1}{6}$$

$$\text{Interval} = 0,83$$

Berikut ini adalah interval kelas dan kategori tingkat penerimaan yang ditentukan oleh perhitungan sebagai berikut :

Tabel 4.4 Kategori Tingkat Penerimaan

Interval Kelas	Kategori Tingkat Penerimaan
1,00 - 1,83	Sangat Tidak Setuju
1,84 - 2,67	Tidak Setuju
2,68 - 3,51	Kurang Setuju
3,52 - 4,35	Cukup Setuju
4,36 - 5,19	Setuju
5,20 - 6,03	Sangat Setuju

Berikut adalah hasil analisis deskriptif jika dilihat dari keseluruhan sebagai berikut :

Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel

Variabel	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
Ekspektasi Kinerja	1,60	6,00	5,23	0,84
Ekspektasi Usaha	3,40	6,00	5,49	0,65
Pengaruh Sosial	1,25	6,00	4,76	1,10
Kondisi yang Memfasilitasi	2,75	6,00	5,22	0,81
Motivasi Hedonis	1,75	6,00	5,12	0,93
Nilai Harga	1,50	6,00	4,99	0,95

Kebiasaan	1,00	6,00	4,62	1,20
Persepsi Keamanan	1,50	6,00	4,44	1,07
Persepsi Kepercayaan	2,20	6,00	4,91	0,89
Minat penggunaan	1,80	6,00	4,99	0,93
Perilaku Penggunaan	1,50	6,00	4,93	1,06

Sumber : Data primer, diolah 2023

Berdasarkan analisis deskriptif variabel penelitian yang diajukan pada tabel di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Ekspektasi kinerja memiliki nilai rata-rata 5,23 artinya dari tanggapan 246 sampel rata-rata responden memiliki penilaian sangat setuju terhadap variabel ekspektasi kinerja. Standar deviasi ekspektasi kinerja sebesar 0,84 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data variabel ekspektasi kinerja sebesar 0,84 dari 246 responden.
2. Ekspektasi usaha memiliki nilai rata-rata 5,49 artinya dari tanggapan 246 sampel rata-rata responden memiliki penilaian sangat setuju terhadap variabel ekspektasi usaha. Standar deviasi ekspektasi usaha sebesar 0,65 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data variabel ekspektasi usaha sebesar 0,65 dari 246 responden.
3. Pengaruh sosial memiliki nilai rata-rata 4,76 artinya dari tanggapan 246 sampel rata-rata responden memiliki penilaian setuju terhadap variabel pengaruh sosial. Standar deviasi pengaruh sosial sebesar 1,10 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data variabel pengaruh sosial sebesar 1,10 dari 246 responden.
4. Kondisi yang memfasilitasi memiliki nilai rata-rata 5,22 artinya dari tanggapan 246 sampel rata-rata responden memiliki penilaian sangat setuju terhadap variabel kondisi yang memfasilitasi. Standar deviasi kondisi yang memfasilitasi sebesar 0,81 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data

variabel kondisi yang memfasilitasi sebesar 0,81 dari 264 responden.

5. Motivasi hedonis memiliki nilai rata-rata 5,12 artinya dari tanggapan 246 sampel rata-rata responden memiliki penilaian setuju terhadap variabel motivasi hedonis. Standar deviasi motivasi hedonis sebesar 0,93 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data variabel motivasi hedonis sebesar 0,93 dari 246 responden.
6. Nilai harga memiliki nilai rata-rata 4,99 artinya dari tanggapan 246 sampel rata-rata responden memiliki penilaian setuju terhadap variabel nilai harga . Standar deviasi nilai harga sebesar 0,95 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data variabel nilai harga sebesar 0,95 dari 246 responden.
7. Kebiasaan memiliki nilai rata-rata 4,62 artinya dari tanggapan 246 sampel rata-rata responden memiliki penilaian setuju terhadap variabel kebiasaan. Standar deviasi kebiasaan sebesar 1,20 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data variabel nilai harga sebesar 1,20 dari 246 responden.
8. Persepsi keamanan memiliki nilai rata-rata 4,44 artinya dari tanggapan 246 sampel rata-rata responden memiliki penilaian setuju terhadap variabel persepsi keamanan. Standar deviasi persepsi keamanan sebesar 1,07 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data variabel persepsi keamanan sebesar 1,07 dari 246 responden.
9. Persepsi kepercayaan memiliki nilai rata-rata 4,91 artinya dari tanggapan 246 sampel rata-rata responden memiliki penilaian setuju terhadap variabel persepsi kepercayaan. Standar deviasi persepsi kepercayaan sebesar 0,89 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data variabel persepsi kepercayaan sebesar 0,89 dari 246 responden.
10. Minat penggunaan memiliki nilai rata-rata 4,99 artinya dari tanggapan 246 sampel rata-rata responden memiliki penilaian setuju terhadap variabel minat penggunaan. Standar deviasi minat penggunaan sebesar 0,93 memiliki arti

bahwa ukuran penyebaran data variabel minat penggunaan sebesar 0,93 dari 246 responden.

11. Perilaku penggunaan memiliki nilai rata-rata 4,93 artinya dari tanggapan 246 sampel rata-rata responden memiliki penilaian setuju terhadap terhadap variabel perilaku penggunaan. Standar deviasi perilaku penggunaan sebesar 1,06 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data variabel perilaku penggunaan sebesar 1,06 dari 246 responden.

4.4 Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Analisis model pengukuran dilakukan dengan melakukan uji validitas, uji validitas diskriminan, dan uji reliabilitas, di mana dapat menganalisis bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya.

4.4.1 Uji Validitas Konvergen

Tabel 4.6 Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

Variabel	Nilai AVE	Keterangan
Minat penggunaan (BI)	0,738	Valid
Ekspektasi Usaha (EE)	0,631	Valid
Kondisi yang Memfasilitasi (FC)	0,664	Valid
Kebiasaan (HB)	0,699	Valid
Motivasi Hedonis (HM)	0,742	Valid
Ekspektasi Kinerja (PE)	0,649	Valid
Persepsi Keamanan (PS)	0,735	Valid
Persepsi Kepercayaan (PT)	0,807	Valid
Nilai Harga (PV)	0,731	Valid
Pengaruh sosial (SI)	0,728	Valid
Perilaku penggunaan (UB)	0,717	Valid

Sumber : Data primer, diolah 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.6 menunjukkan semua variabel

laten mempunyai nilai AVE lebih dari 0,5. Dengan demikian semua variabel sudah memenuhi uji validitas konvergen dan dinyatakan valid.

4.4.2 Uji Validitas Diskriminan

Tabel 4.7 Nilai Fornell-Larcker

	BI	EE	FC	HB	HM	PE	PS	PT	PV	SI	UB
BI	0,859										
EE	0,524	0,794									
FC	0,648	0,589	0,815								
HB	0,679	0,409	0,504	0,836							
HM	0,694	0,576	0,627	0,615	0,861						
PE	0,634	0,500	0,510	0,443	0,617	0,805					
PS	0,555	0,324	0,418	0,516	0,458	0,445	0,858				
PT	0,721	0,492	0,624	0,598	0,599	0,601	0,748	0,898			
PV	0,634	0,514	0,613	0,519	0,616	0,598	0,539	0,687	0,855		
SI	0,603	0,445	0,512	0,500	0,563	0,468	0,546	0,571	0,561	0,853	
UB	0,764	0,415	0,495	0,747	0,583	0,528	0,504	0,604	0,546	0,483	0,847

Sumber : Data primer, diolah 2023

Tabel 4.8 Nilai Cross Loading

	BI	EE	FC	HB	HM	PE	PS	PT	PV	SI	UB
BI1	0,877	0,459	0,531	0,548	0,619	0,527	0,429	0,559	0,476	0,497	0,666
BI2	0,883	0,386	0,496	0,594	0,575	0,583	0,456	0,598	0,479	0,511	0,653
BI3	0,844	0,400	0,451	0,607	0,545	0,473	0,429	0,518	0,491	0,492	0,659
BI4	0,863	0,510	0,625	0,579	0,617	0,570	0,560	0,701	0,625	0,569	0,625
BI5	0,826	0,490	0,665	0,587	0,620	0,562	0,503	0,708	0,638	0,518	0,678
EE1	0,409	0,769	0,397	0,315	0,491	0,461	0,290	0,391	0,432	0,375	0,304
EE2	0,464	0,832	0,540	0,361	0,479	0,468	0,311	0,449	0,439	0,401	0,374

EE3	0,319	0,743	0,421	0,237	0,402	0,379	0,176	0,312	0,349	0,241	0,289
EE4	0,420	0,822	0,500	0,338	0,465	0,392	0,267	0,416	0,405	0,328	0,339
EE5	0,447	0,801	0,468	0,352	0,443	0,290	0,227	0,371	0,405	0,394	0,334
FC1	0,557	0,514	0,829	0,476	0,510	0,449	0,332	0,550	0,504	0,403	0,475
FC2	0,451	0,355	0,728	0,336	0,405	0,340	0,311	0,454	0,454	0,390	0,328
FC3	0,516	0,519	0,843	0,357	0,511	0,384	0,268	0,455	0,483	0,369	0,353
FC4	0,577	0,516	0,854	0,460	0,600	0,476	0,441	0,564	0,551	0,502	0,444
HB1	0,450	0,335	0,498	0,730	0,471	0,332	0,334	0,455	0,446	0,316	0,588
HB2	0,577	0,294	0,326	0,864	0,474	0,349	0,448	0,525	0,389	0,431	0,606
HB3	0,548	0,231	0,291	0,854	0,456	0,334	0,458	0,430	0,377	0,408	0,587
HB4	0,669	0,487	0,569	0,887	0,637	0,453	0,469	0,577	0,520	0,493	0,709
HM1	0,630	0,603	0,658	0,531	0,876	0,571	0,446	0,557	0,608	0,506	0,522
HM2	0,624	0,471	0,515	0,521	0,862	0,533	0,336	0,472	0,482	0,486	0,502
HM3	0,590	0,485	0,517	0,540	0,891	0,516	0,384	0,538	0,519	0,459	0,507
HM4	0,542	0,414	0,457	0,529	0,814	0,501	0,413	0,494	0,513	0,490	0,474
PE1	0,543	0,388	0,379	0,361	0,465	0,809	0,450	0,514	0,524	0,399	0,418
PE2	0,485	0,408	0,406	0,321	0,457	0,822	0,292	0,483	0,427	0,335	0,396
PE3	0,492	0,334	0,348	0,386	0,460	0,794	0,337	0,429	0,475	0,372	0,438
PE4	0,525	0,424	0,459	0,377	0,587	0,775	0,306	0,460	0,461	0,360	0,449
PE5	0,502	0,458	0,460	0,337	0,510	0,826	0,400	0,528	0,513	0,413	0,425
PS1	0,483	0,344	0,372	0,441	0,430	0,360	0,843	0,646	0,460	0,485	0,423
PS2	0,447	0,197	0,341	0,413	0,380	0,347	0,870	0,586	0,434	0,447	0,405
PS3	0,450	0,208	0,304	0,416	0,320	0,366	0,846	0,582	0,432	0,457	0,419
PS4	0,518	0,348	0,408	0,493	0,432	0,447	0,871	0,737	0,516	0,482	0,477
PT1	0,593	0,420	0,522	0,515	0,510	0,452	0,675	0,870	0,628	0,467	0,535
PT2	0,655	0,468	0,547	0,562	0,543	0,528	0,684	0,933	0,625	0,479	0,552

PT3	0,682	0,474	0,611	0,528	0,562	0,563	0,599	0,907	0,637	0,518	0,547
PT4	0,673	0,455	0,602	0,545	0,575	0,566	0,699	0,906	0,627	0,584	0,531
PT5	0,630	0,390	0,511	0,535	0,493	0,582	0,709	0,874	0,568	0,511	0,548
PV1	0,501	0,456	0,498	0,484	0,512	0,484	0,421	0,507	0,842	0,480	0,452
PV2	0,548	0,460	0,587	0,445	0,561	0,544	0,471	0,615	0,917	0,500	0,475
PV3	0,628	0,470	0,561	0,440	0,532	0,555	0,466	0,646	0,837	0,462	0,502
PV4	0,463	0,354	0,429	0,402	0,496	0,442	0,486	0,563	0,821	0,481	0,426
SI1	0,545	0,389	0,493	0,461	0,505	0,398	0,487	0,503	0,517	0,871	0,425
SI2	0,537	0,412	0,407	0,496	0,501	0,445	0,457	0,502	0,506	0,848	0,465
SI3	0,478	0,356	0,429	0,368	0,426	0,384	0,450	0,474	0,441	0,865	0,377
SI4	0,493	0,356	0,417	0,371	0,485	0,364	0,470	0,466	0,444	0,829	0,375
UB1	0,671	0,358	0,379	0,572	0,509	0,498	0,415	0,513	0,497	0,356	0,874
UB2	0,696	0,381	0,392	0,566	0,531	0,536	0,443	0,519	0,486	0,397	0,904
UB3	0,592	0,339	0,493	0,685	0,424	0,356	0,363	0,490	0,416	0,377	0,804
UB4	0,626	0,328	0,427	0,727	0,505	0,385	0,486	0,527	0,448	0,514	0,802

Sumber : Data primer, diolah 2023

Berdasarkan hasil pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai Fornell-Larcker semua terpenuhi dengan tidak terdapatnya nilai yang lebih tinggi antara satu variabel terkait dengan variabel lainnya. Sedangkan hasil pada tabel 4.8 menunjukkan nilai *cross loading* terlihat bahwa nilai korelasi indikator dari masing-masing variabel terkait lebih besar daripada nilai *cross loading* pada indikator variabel lainnya. Oleh karena itu, berdasarkan tabel 4.7 dan tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa uji validitas diskriminan dari data tersebut telah terpenuhi.

4.4.3 Uji Reliabilitas

Tabel 4.9 Nilai *Composite Reability*

Variabel	Composite Reliability (rho_a)	Composite Reliability (rho_c)	Keterangan
Minat Penggunaan (BI)	0,911	0,934	Reliabel
Ekspektasi Usaha (EE)	0,862	0,895	Reliabel
Kondisi yang memfasilitasi (FC)	0,839	0,887	Reliabel
Kebiasaan (HB)	0,875	0,902	Reliabel
Motivasi Hedonis (HM)	0,887	0,920	Reliabel
Ekspektasi Kinerja (PE)	0,865	0,902	Reliabel
Persepsi Keamanan (PS)	0,883	0,917	Reliabel
Persepsi Kepercayaan (PT)	0,942	0,954	Reliabel
Nilai Harga (PV)	0,888	0,916	Reliabel
Pengaruh Sosial (SI)	0,878	0,915	Reliabel
Perilaku Penggunaan (UB)	0,873	0,910	Reliabel

Sumber : Data primer, diolah 2023

Tabel 4.10 Nilai Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Minat Penggunaan (BI)	0,911	Reliabel
Ekspektasi Usaha (EE)	0,854	Reliabel
Kondisi yang memfasilitasi (FC)	0,830	Reliabel
Kebiasaan (HB)	0,855	Reliabel
Motivasi Hedonis (HM)	0,884	Reliabel
Ekspektasi Kinerja (PE)	0,864	Reliabel
Persepsi Keamanan (PS)	0,880	Reliabel
Persepsi Kepercayaan (PT)	0,940	Reliabel
Nilai Harga (PV)	0,878	Reliabel

Pengaruh Sosial (SI)	0,876	Reliabel
Perilaku Penggunaan (UB)	0,868	Reliabel

Sumber : Data primer, diolah 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.9 diperoleh nilai *composite reliability* pada semua variabel memiliki nilai lebih dari 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel. Sedangkan pada tabel 4.10 nilai *cronbach alpha* pada semua variabel memiliki nilai lebih dari 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

4.5 Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Analisis model pengukuran struktural diuji dengan melihat nilai *R-square*. Selain itu, melihat nilai signifikansi untuk mengetahui pengaruh antar variabel dengan melihat hasil nilai pada *path coefficients* (Mean,STDEV,T-Value,P-Value).

4.5.1 Koefisien Determinasi yang Disesuaikan (*adjusted R-Square*)

Tabel 4.11 Nilai Koefisien Determinasi yang Disesuaikan (*adjusted R-Square*)

Variabel	<i>Adjusted R-Square</i>
Minat Penggunaan (BI)	0,693
Perilaku Penggunaan (UB)	0,583

Sumber : Data primer, diolah 2023

Pada tabel 4.11 yang memperlihatkan nilai *adjusted R-Square* yang menunjukkan hasil bahwa variabel independen yaitu Minat Penggunaan (BI) memiliki nilai sebesar 69,3% yang berarti bahwa variabel minat penggunaan yang dijelaskan oleh variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, persepsi keamanan dan persepsi kepercayaan dengan persentase 69,3%. Sementara sisanya sebesar 30,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian. Berdasarkan hal tersebut, maka nilai *adjusted R-Square* minat penggunaan (BI)

pada penelitian ini tergolong kuat. Selain itu, nilai *adjusted R-Square* pada perilaku penggunaan (UB) sebesar 58,3% yang berarti bahwa variabel perilaku penggunaan yang dijelaskan oleh variabel minat penggunaan dengan persentase 58,3%. Sementara sisanya sebesar 41,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian. Berdasarkan hal tersebut, maka nilai *adjusted R-Square* perilaku penggunaan (UB) pada penelitian ini tergolong moderat/sedang.

4.5.2 Nilai *Path Coefficient*

Tabel 4.12 Nilai *Path Coefficient*

Hipotesis	Hubungan	Original Sampel	T-Statistics (O/STDEV)	P-Value	Keterangan
H1	PE -> BI	0,167	2,620	0,004	Diterima
H2	EE -> BI	0,009	0,206	0,418	Ditolak
H3	SI -> BI	0,115	2,188	0,014	Diterima
H4	FC -> BI	0,136	2,110	0,017	Diterima
H5	HM -> BI	0,142	1,990	0,023	Diterima
H6	PV -> BI	0,011	0,180	0,429	Ditolak
H7	HB -> BI	0,250	3,313	0,000	Diterima
H8	PS -> BI	-0,021	0,336	0,368	Ditolak
H9	PT -> BI	0,240	3,379	0,000	Diterima
H10	BI -> UB	0,764	23,429	0,000	Diterima

Sumber : Data primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.12 hasil pengujian *bootstrapping* bisa diambil kesimpulan bahwa dari sepuluh hipotesis ada tujuh hipotesis yang diterima dan tiga hipotesis yang ditolak. Ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, kebiasaan, persepsi kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan menggunakan. Begitu pula dengan minat penggunaan yang berpengaruh signifikan terhadap perilaku

penggunaan. Selain itu ekspektasi usaha, nilai harga, persepsi keamanan menunjukkan hasil yang berbeda yaitu tidak signifikan terhadap minat penggunaan menggunakan.

4.6 Pembahasan Hasil

4.6.1 Pengaruh ekspektasi kinerja terhadap minat penggunaan QRIS?

Hasil pengujian *path coefficients* ekspektasi kinerja terhadap minat penggunaan QRIS diperoleh nilai koefisien parameter sebesar 0,167 sehingga terdapat pengaruh yang positif. Nilai positif ini berarti hubungan ekspektasi kinerja terhadap minat penggunaan memiliki hubungan yang positif, semakin tinggi ekspektasi kinerja maka semakin tinggi juga minat untuk menggunakan QRIS. Kemudian hasil dan nilai t-statistik sebesar $2,620 > 1,645$ yang berarti bahwa memiliki pengaruh yang signifikan antara ekspektasi kinerja terhadap minat penggunaan QRIS, sehingga hipotesis satu (H1) dalam penelitian ini diterima. Berdasarkan hasil tersebut, ekspektasi kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar peningkatan kinerja masyarakat dalam menyelesaikan tugas dapat memengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan QRIS. Efisiensi masyarakat dalam menyelesaikan tugas juga memengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa QRIS adalah alat transaksi yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari baik dari segi produktivitas, meningkatkan kinerja pengguna, maupun membantu menyelesaikan pekerjaan lebih cepat. Dengan demikian, QRIS sudah memberikan hasil yang sesuai dengan harapan masyarakat.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Venkatesh et al., (2003) menunjukkan ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan dan tingkat keyakinan individu bahwa dengan menggunakan sistem teknologi dapat memberikan manfaat dan membantu meningkatkan kinerja pekerjaan mereka. Jadi semakin tinggi seseorang yakin bahwa QRIS dapat membantu mereka mendapatkan manfaat dari

kinerja pekerjaan mereka, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan QRIS. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rama & Rahadian (2022) bahwa ekspektasi kinerja terbukti menjadi faktor terkuat terhadap minat menggunakan teknologi. Menurut penelitian lain hasil dari penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdullah et al., (2020), Al-Okaily et al., (2023), Armansyah (2021), Nur & Panggabean (2021), Palau-Saumell et al., (2019) dan Toyama (2022) yang menyatakan bahwa ekspektasi kinerja memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan teknologi.

4.6.2 Pengaruh ekspektasi usaha terhadap minat penggunaan QRIS?

Hasil pengujian *path coefficients* ekspektasi usaha terhadap minat penggunaan QRIS diperoleh nilai koefisien parameter sebesar 0,009 sehingga terdapat pengaruh yang positif. Nilai positif ini berarti hubungan ekspektasi usaha terhadap minat penggunaan memiliki hubungan yang positif, semakin tinggi ekspektasi usaha, maka semakin tinggi pula minat untuk menggunakan. Kemudian hasil dan nilai t-statistik sebesar $0,206 < 1,645$ yang berarti tidak memiliki pengaruh yang signifikan antara ekspektasi usaha terhadap minat penggunaan QRIS, sehingga hipotesis dua (H2) dalam penelitian ini ditolak. Berdasarkan hasil tersebut, ekspektasi usaha berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan QRIS.

Berdasarkan hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa ekspektasi usaha tidak memengaruhi individu dalam menggunakan QRIS. Hal ini berarti individu tidak merasa adanya kemudahan yang dirasakan ketika menggunakan QRIS. Hal ini disebabkan karena penyedia layanan QRIS telah menciptakan sistem yang mudah untuk digunakan, sehingga kemudahan tidak menjadi pertimbangan individu dalam pengambilan keputusan dalam menggunakan QRIS. Selain itu penelitian ini juga menunjukkan bahwa kebiasaan memiliki pengaruh yang besar

terhadap minat penggunaan QRIS sehingga ketika individu sudah terbiasa menggunakan QRIS secara otomatis individu tersebut juga merasa mudah menggunakannya. Faktor ini juga menjadi alasan mengapa ekspektasi usaha tidak menjadi faktor yang dapat memengaruhi minat individu untuk menggunakan QRIS.

Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian Venkatesh et al., (2012) yang menemukan bahwa ekspektasi usaha memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan teknologi. Perbedaan hasil penelitian ini dapat disebabkan oleh perbedaan subjek dan objek penelitian. Penelitian Venkatesh et al., (2012) dilakukan pada konsumen Hong Kong yang menggunakan teknologi internet ponsel pintar sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada masyarakat di Indonesia yang menggunakan QRIS. Perbedaan yang signifikan karena QRIS telah dikembangkan dengan mudah sehingga masyarakat di Indonesia merasa mudah untuk menggunakan QRIS. Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Abdullah et al., (2020), Al-Okaily et al., (2023), Armansyah (2021), Mahendra et al., (2017), Palas et al., (2022), dan Toyama (2022) yang menyatakan bahwa ekspektasi usaha tidak memiliki pengaruh terhadap minat untuk menggunakan teknologi.

4.6.3 Pengaruh pengaruh sosial terhadap minat penggunaan QRIS?

Hasil pengujian *path coefficients* pengaruh sosial terhadap minat penggunaan QRIS diperoleh nilai koefisien parameter sebesar 0,115 sehingga terdapat pengaruh yang positif. Nilai positif ini berarti hubungan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan memiliki hubungan yang positif. Kemudian hasil dan nilai t-statistik sebesar $2,188 > 1,645$ yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan antara pengaruh sosial terhadap minat penggunaan QRIS, sehingga hipotesis tiga (H3) dalam penelitian ini diterima. Berdasarkan hasil tersebut, pengaruh sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengaruh sosial maka semakin tinggi juga minat

individu untuk menggunakan QRIS. Hal ini berarti keberadaan orang lain di lingkungan terdekatnya baik keluarga, teman-teman, atau kerabat dapat memengaruhi dan mendorong individu untuk menggunakan QRIS.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al., (2003) dengan model UTAUT dan Venkatesh et al., (2012) dengan model UTAUT 2. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengaruh sosial pada perilaku individu dipengaruhi oleh seberapa besar mereka mempercayai orang-orang yang penting baginya ketika akan memutuskan untuk menggunakan teknologi. Kesimpulannya, masyarakat di Indonesia menggunakan QRIS karena pengaruh dari orang-orang di sekitarnya (keluarga dan teman), ketika orang-orang di sekitarnya menggunakan QRIS maka individu akan termotivasi untuk melakukan hal yang sama juga. Selain itu menurut hasil kuesioner, individu menggunakan QRIS karena faktor mengikuti tren seperti yang ditunjukkan orang-orang di sekitarnya yang menggunakan QRIS. Kondisi ini menarik perhatian individu lain dan mendorong mereka untuk mencoba menggunakan QRIS juga. Sehingga pengaruh sosial memiliki peran penting dalam minat penggunaan QRIS.

Hal ini juga didukung oleh penelitian Abdullah et al., (2020), Alfansi & Daulay (2021), Al-Okaily et al., (2023), Hidayat et al., (2020), Nur & Panggabean (2021), Palas et al., (2022), Palau-Saumell et al., (2019), dan Toyama (2022) yang menyatakan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan teknologi.

Faktor pengaruh sosial ini memberikan peluang bagi pemerintah dan perusahaan penyelenggara jasa sistem pembayaran melalui QRIS untuk mempromosikan penyebaran dan penggunaan QRIS di Indonesia. Adanya faktor pengaruh sosial di masyarakat menunjukkan bahwa perusahaan dan pemerintah dapat menggunakan promosi dari mulut ke mulut untuk mempromosikan QRIS. Perusahaan dapat melakukan sosialisasi terkait layanan QRIS dan memberikan

diskon maupun bonus gratis kepada individu yang melakukan pembayaran menggunakan QRIS. Tujuannya adalah ketika individu merasa puas dengan penggunaan layanan QRIS, maka mereka akan memengaruhi orang lain di sekitarnya untuk menggunakan layanan QRIS juga.

4.6.4 Pengaruh kondisi yang memfasilitasi terhadap minat penggunaan QRIS?

Hasil pengujian *path coefficients* kondisi yang memfasilitasi terhadap minat penggunaan QRIS diperoleh nilai koefisien parameter sebesar 0,136 sehingga terdapat pengaruh yang positif. Nilai positif ini berarti hubungan kondisi yang memfasilitasi terhadap minat penggunaan memiliki hubungan yang positif. Kemudian hasil dan nilai-statistik sebesar $2,110 > 1,645$ yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan antara kondisi yang memfasilitasi terhadap minat penggunaan QRIS, sehingga hipotesis empat (H4) dalam penelitian ini diterima. Berdasarkan hasil tersebut, kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Hal ini berarti individu merasa adanya kondisi yang memfasilitasi seperti sumber daya seperti koneksi internet, aplikasi pembayaran elektronik dan ponsel pintar dapat memengaruhi minat mereka untuk menggunakan QRIS. Hasil ini juga membuktikan bahwa masyarakat di Indonesia memiliki pengetahuan yang cukup dan bantuan orang lain ketika mendapatkan kesulitan dapat membantu mereka untuk menggunakan QRIS. Sehingga, kondisi yang memfasilitasi ini membentuk pemahaman masyarakat bahwa mereka tidak perlu khawatir jika mendapatkan kesulitan ketika menggunakan QRIS karena masyarakat telah memiliki kepercayaan bahwa orang-orang di sekitarnya seperti keluarga, teman, kerabat, atau orang lain yang ditemui dapat membantu mereka untuk menggunakan QRIS.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al., (2003) dengan model UTAUT dan Venkatesh et al., (2012) dengan model UTAUT 2. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kondisi yang

memfasilitasi dapat memengaruhi perilaku individu dalam konteks teknologi. Dengan ketersediaan kondisi yang memfasilitasi untuk individu secara langsung seperti pengetahuan yang cukup, bantuan orang lain, dan sumber daya (koneksi internet, aplikasi untuk pembayaran, dan ponsel pintar) akan memengaruhi perilaku individu terhadap penggunaan teknologi tertentu. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Abdullah et al., (2020) pada dompet elektronik, Alfansi & Daulay (2021) pada uang elektronik, Bashir (2020) pada layanan sistem informasi akademik untuk orang tua, Gupta & Arora (2019) pada pembayaran elektronik, Hidayat et al., (2020) pada dompet digital, Nur & Panggabean (2021) pada pembayaran elektronik, dan Palau-Saumell et al., (2019) pada layanan aplikasi ponsel pintar untuk restoran yang menyatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan teknologi.

Menurut hasil kuesioner dalam penelitian ini, individu menggunakan QRIS karena faktor kondisi yang memfasilitasi dengan adanya sumber daya seperti koneksi internet, aplikasi untuk pembayaran, dan ponsel pintar. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya kondisi yang memfasilitasi dapat mendorong individu untuk menggunakan QRIS. Di sisi lain, hal ini membuktikan bahwa pemerintah juga mendorong penggunaan QRIS dengan menyediakan fasilitas untuk pembayaran yang dapat digunakan untuk pembayaran seperti transportasi umum, jalan tol, toilet umum, pasar tradisional, parkir, dan donasi. Hal ini merupakan bentuk nyata yang ditawarkan oleh pemerintah sebagai sarana untuk memfasilitasi penggunaan QRIS. Hal ini secara tidak langsung dapat mendorong minat individu untuk menggunakan QRIS. Selain itu, karena tidak semua individu memiliki pengetahuan yang sama, perusahaan dapat memberikan tutorial video tentang cara menggunakan QRIS agar individu merasa mudah menggunakannya, mereka cenderung akan merasa terfasilitas. Tutorial ini akan sangat bermanfaat terutama bagi individu yang tidak memiliki pengetahuan terkait pembayaran QRIS, sehingga

hal ini sangat penting untuk diperhatikan. Pemerintah juga dapat menyediakan fasilitas seperti WiFi gratis di tempat umum, koneksi jaringan internet yang merata dan kuat.

4.6.5 Pengaruh motivasi hedonis terhadap minat penggunaan QRIS?

Hasil pengujian *path coefficients* motivasi hedonis terhadap minat penggunaan QRIS diperoleh nilai koefisien parameter sebesar 0,142 sehingga terdapat pengaruh yang positif. Nilai positif ini berarti hubungan motivasi hedonis terhadap minat penggunaan memiliki hubungan yang positif. Kemudian hasil dan nilai t-statistik sebesar $1,990 > 1,645$ yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan antara motivasi hedonis terhadap minat penggunaan QRIS, sehingga hipotesis lima (H5) diterima. Sesuai dengan hipotesis yang diharapkan, motivasi hedonis terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS, semakin tinggi motivasi hedonis maka semakin tinggi pula niat individu untuk menggunakan QRIS.

Berdasarkan hasil kuesioner, penggunaan QRIS merasakan kesenangan, kenikmatan, dan kegembiraan mendapatkan nilai yang tinggi, sehingga hal tersebut dapat memengaruhi niat penggunaan QRIS. Implementasi QRIS di Indonesia masih tergolong baru, namun berdasarkan data menunjukkan bahwa peredaran QRIS di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia berminat dalam menggunakan QRIS karena QRIS memberikan kesenangan, kenikmatan, dan kegembiraan bagi individu saat digunakan hal tersebut memberikan nilai tambah dan modernisasi yang tidak diragukan lagi. Implementasi QRIS yang merupakan teknologi baru telah menarik minat individu untuk menggunakan QRIS karena dengan menggunakan QRIS dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi penggunanya. Terlebih lagi, Indonesia masih tergolong dalam negara berkembang dengan masih banyak transaksi yang dilakukan secara tradisional. Jadi, ketika sebuah teknologi baru (QRIS)

diimplementasikan dan membuat individu merasakan kesenangan, kenikmatan, kegembiraan, dan mendapatkan kepuasan tersendiri, maka individu akan semakin terdorong untuk menggunakan QRIS. Sehingga, motivasi hedonis memainkan peran penting dalam membentuk keinginan masyarakat di Indonesia untuk menggunakan QRIS.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al., (2012) yang menunjukkan bahwa motivasi hedonis sebagai prediktor utama terhadap perilaku individu dalam penggunaan teknologi. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Mahendra et al., (2017), Palas et al., (2022), Palau-Saumell et al., (2019) dalam penelitiannya motivasi hedonis memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan teknologi baru. Perusahaan dapat memanfaatkan sifat hedonis masyarakat dengan menawarkan promosi berupa diskon sehingga dapat memengaruhi individu untuk lebih tertarik melakukan transaksi menggunakan QRIS.

4.6.6 Pengaruh nilai harga terhadap minat penggunaan QRIS?

Hasil pengujian *path coefficients* nilai harga terhadap minat penggunaan QRIS diperoleh nilai koefisien parameter sebesar 0,011 sehingga terdapat pengaruh yang positif. Nilai positif ini berarti hubungan nilai harga terhadap minat penggunaan memiliki hubungan yang positif. Kemudian hasil dan nilai t-statistik sebesar $0,180 < 1,645$ yang berarti tidak memiliki pengaruh yang signifikan antara nilai harga terhadap minat penggunaan QRIS, sehingga hipotesis enam (H6) ditolak. Berdasarkan hasil tersebut, nilai harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Dengan demikian, nilai harga tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan QRIS karena ketika pengguna merasakan manfaat yang lebih tinggi daripada biaya moneter yang dibayarkan, maka nilai harga menjadi positif yang pada akhirnya memberikan dampak positif pada niat untuk menggunakan teknologi (Palas et al., 2022). Menurut data kuesioner dalam

penelitian ini, masyarakat Indonesia menilai bahwa pengguna QRIS tidak merasakan manfaat bagi mereka. selain itu, biaya moneter yang dikeluarkan ketika menggunakan QRIS tidak sebanding dengan manfaat yang diterima oleh pengguna. Hal ini disebabkan karena pengguna menganggap bahwa biaya layanan yang dikenakan oleh QRIS masih terlalu tinggi meskipun biaya layanan QRIS tuntas (tarik tunai, transfer, dan setor tunai) menawarkan biaya yang lebih rendah dibanding melalui agen. Biaya layanan QRIS antar penyedia jasa pembayaran yang dikenakan untuk tarik tunai tuntas sebesar Rp6.500, biaya transfer sebesar Rp2.500, dan biaya setor tunai sebesar Rp5.000. dengan kata lain kualitas QRIS yang ditawarkan tidak sesuai dengan harapan pengguna QRIS. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai harga tidak memengaruhi pengguna QRIS di Indonesia.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfansi & Daulay (2021), Hidayat et al., (2020), Mahendra et al., (2017). Meskipun terdapat perbedaan subjek dan objek dalam penelitian, namun penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan yang sama. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa variabel nilai harga tidak berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan teknologi. Hasil penelitian ini seharusnya menarik perhatian perusahaan penyedia layanan QRIS, sehingga mendorong mereka untuk mengembangkan inovasi terkait biaya moneter penggunaan QRIS. Perusahaan penyedia layanan QRIS dapat meningkatkan nilai harga dengan meyakinkan masyarakat bahwa penggunaan QRIS memberikan banyak manfaat yang dapat meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan dibandingkan dengan biaya moneter yang dikeluarkan. Perusahaan dapat menawarkan diskon atau insentif kepada pengguna yang menggunakan QRIS dalam transaksinya. Inovasi ini digunakan untuk mendorong minat individu dalam menggunakan QRIS. Dengan banyaknya diskon atau insentif yang tersedia, individu akan percaya bahwa manfaat yang diterima oleh pengguna QRIS lebih besar daripada biaya moneter yang dikeluarkan.

4.6.7 Pengaruh kebiasaan terhadap minat penggunaan QRIS?

Hasil pengujian *path coefficients* kebiasaan terhadap minat penggunaan QRIS diperoleh nilai koefisien parameter sebesar 0,250 sehingga terdapat pengaruh yang positif. Nilai positif ini berarti hubungan kebiasaan terhadap minat penggunaan memiliki hubungan yang positif. Kemudian hasil dan nilai t-statistik sebesar 3,313 > 1,645 yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan antara kebiasaan terhadap minat penggunaan QRIS, sehingga hipotesis tujuh (H7) diterima. Berdasarkan hasil tersebut, kebiasaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Karena kebiasaan merupakan respons otomatis yang mengarah pada tujuan tertentu, maka kebiasaan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap minat untuk menggunakan QRIS. Kebiasaan muncul ketika orang berulang kali melakukan tindakan yang sama tanpa banyak berpikir akan lebih tertarik untuk menggunakan dan akan terus menggunakan QRIS. Selain itu, ketika aktivitas tersebut menghasilkan pencapaian tujuan yang memuaskan, maka akan mendorong minat mereka untuk melakukan suatu tindakan yang sama, yang dalam hal ini adalah menggunakan QRIS.

Menurut data kuesioner dalam penelitian ini, masyarakat di Indonesia sudah terbiasa menggunakan QRIS untuk melakukan transaksi, selain itu QRIS sudah menjadi hal yang wajar bagi penggunanya sehingga hal ini memengaruhi minat pengguna QRIS. Kebiasaan akan pengalaman penggunaan QRIS kemungkinan besar akan diperkuat minat individu untuk menggunakan QRIS. Karena perkembangan teknologi elektronik yang semakin meluas telah mendorong sebagian besar masyarakat untuk bisa memanfaatkan teknologi dan tindakan penggunanya telah menjadi bagian dari kebiasaan mereka. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kebiasaan individu dalam memanfaatkan teknologi dalam konteks QRIS dapat meningkatkan pengaruh minat menggunakan QRIS. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Alfansi & Dauly

(2021), Al-Okaily et al., (2023), Gupta & Arora (2019), Mahendra et al., (2017), Palas et al., (2022), dan Palau-Saumell et al., (2019) yang menemukan hasil yang sama di mana kebiasaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan teknologi baru. Hasil penelitian ini dapat menjadi rekomendasi bagi perusahaan penyedia layanan QRIS untuk mendapatkan calon pengguna baru dengan memfokuskan upaya pemasaran kepada pengguna agar nama teknologi QRIS selalu melekat di pikiran pengguna. Dengan demikian, ketika pengguna sudah terbiasa dengan QRIS, mereka akan tertarik untuk menggunakannya dan akan melakukan berulang-ulang.

4.6.8 Pengaruh persepsi keamanan terhadap minat penggunaan QRIS?

Hasil pengujian *path coefficients* persepsi keamanan terhadap minat penggunaan QRIS diperoleh nilai koefisien parameter sebesar -0,021 sehingga terdapat pengaruh yang negatif. Nilai negatif ini berarti hubungan persepsi keamanan terhadap minat penggunaan memiliki hubungan yang negatif. Kemudian hasil dan nilai t-statistik sebesar $0,336 < 1,645$ yang berarti tidak memiliki pengaruh yang signifikan antara persepsi keamanan terhadap minat penggunaan QRIS, sehingga hipotesis delapan (H8) ditolak. Berdasarkan hasil tersebut, persepsi keamanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Dapat disimpulkan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS. Menurut hasil penelitian ini, masyarakat di Indonesia tidak berminat menggunakan QRIS karena mereka tidak yakin dengan keamanan QRIS. Kekhawatiran individu terkait keamanan dan privasi dianggap lebih besar saat melakukan transaksi keuangan melalui ponsel pintar di manahal tersebut sangat sensitif bagi pengguna karena informasi individu dan data pribadi disimpan di ponsel pintar pengguna. Individu merasa tidak aman ketika memberikan informasi pribadi untuk kebutuhan registrasi kepada penyedia layanan QRIS seperti, nama, email, kata sandi. Selain itu, karena Indonesia adalah negara berkembang maka

masyarakat Indonesia lebih berhati-hati dan waspada untuk menggunakan teknologi baru yaitu QRIS. Di mana masyarakat Indonesia sebelumnya sudah terbiasa melakukan pembayaran dengan uang tunai. Ketika individu bertransaksi dengan uang tunai mereka menganggung semua risiko keamanannya sendiri, tetapi tidak demikian halnya dengan QRIS. Penggunaan QRIS membentuk hubungan antara pengguna dengan penyedia layanan QRIS, di mana pengguna menyimpan nilai uang elektronik dengan penyedia layanan QRIS. Akibat tidak yakin dengan keamanan QRIS akan menimbulkan kekhawatiran pengguna terhadap uang yang disimpan dalam QRIS. Kemudian, ada masalah tingginya jumlah penipuan QRIS berbasis pembayaran elektronik yang membuat banyak pengguna merasa terganggu. Pengguna dapat mengalami beberapa jenis penipuan QRIS, seperti adanya pesan atau email yang mengaku dari penyedia layanan pembayaran yang meminta untuk memindahi QRIS tertentu di mana hal tersebut dapat mengarah ke situs web palsu yang berakibat pada kehilangan saldo dalam QRIS, tawaran palsu melalui QRIS yang menjanjikan diskon, QRIS palsu yang bisa digunakan untuk mencuri informasi pribadi seperti nama, email, dan kata sandi, penipuan dengan modifikasi QRIS yang sah untuk mengalihkan ke rekening penipu, bahkan penipuan QRIS palsu untuk mengumpulkan donasi palsu atas nama yayasan palsu yang mengaku melakukan kegiatan amal.

Penipuan yang juga dikenal sebagai kejahatan dunia maya ini memanfaatkan kelemahan pengguna dan mengambil kesempatan sehingga penipu mendapatkan informasi pribadi secara ilegal dan menggunakannya untuk keuntungan pribadi. Hal tersebut yang mengakibatkan variabel keamanan tidak memengaruhi minat individu untuk menggunakan QRIS. Oleh karena itu, pemerintah bekerja sama dengan perusahaan penyedia layanan QRIS harus meningkatkan sistem keamanan dan perlindungan informasi data pribadi untuk mendapatkan kepercayaan pengguna dan meningkatkan minat pengguna untuk

menggunakan QRIS. Pemerintah dan perusahaan penyedia layanan QRIS juga harus mampu mengatasi modus penipuan QRIS. Maka dari itu, keamanan dan kenyamanan pengguna saat menggunakan QRIS menjadi prioritas utama. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan penelitian Abdullah et al., (2020) menunjukkan bahwa keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan teknologi.

4.6.9 Pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan QRIS?

Hasil pengujian *path coefficients* persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan QRIS diperoleh nilai koefisien parameter sebesar 0,240 sehingga terdapat pengaruh yang positif. Nilai positif ini berarti hubungan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan memiliki hubungan yang positif. Kemudian hasil dan nilai t-statistik sebesar $3,379 > 1,645$ yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan antara persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan QRIS, sehingga hipotesis sembilan (H9) diterima. Berdasarkan hasil tersebut, persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Dalam penelitian ini, variabel yang paling signifikan memengaruhi minat menggunakan QRIS adalah persepsi kepercayaan, yang dibuktikan dengan nilai t-statistik yang paling tinggi jika dibandingkan dengan variabel lainnya.

Berdasarkan hasil pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia lebih cenderung menggunakan QRIS jika mereka memersepsikannya sebagai teknologi yang dapat dipercaya dalam hal keamanan dan kenyamanan. Kepercayaan, di sisi lain mendorong persepsi masyarakat terhadap QRIS sebagai teknologi baru yang mampu menjamin keamanan transaksi pengguna. Hal ini secara tidak langsung membangun kepercayaan masyarakat terhadap kualitas QRIS, sehingga masyarakat tertarik untuk menggunakan QRIS. Selanjutnya, masyarakat percaya terhadap informasi yang ditawarkan oleh penyedia jasa layanan QRIS,

seperti pembayaran menggunakan QRIS lebih mudah, cepat, dan aman. Hal tersebut dapat mendorong masyarakat untuk meningkatkan minat menggunakan QRIS. Dalam penelitian ini, kepercayaan masyarakat terbukti sebagai variabel penting terhadap minat penggunaan QRIS. Oleh karena itu, kesimpulan ini dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi perusahaan penyedia layanan QRIS, baik layanan perbankan maupun nonperbankan. Perusahaan yang menyediakan layanan QRIS harus meningkatkan kualitas dan kinerjanya. Kebijakan dan hukum yang mengatur penggunaan QRIS, serta keamanan pengguna dalam bertransaksi menggunakan QRIS dapat ditingkatkan. Perusahaan penyedia layanan QRIS, misalnya harus siap memberikan pertanggungjawaban jika pengguna mengalami masalah dalam bertransaksi menggunakan QRIS. Selanjutnya, perusahaan memberikan pembuktian dalam bentuk pertanggung jawaban nyata atas masalah yang dihadapi masyarakat tentang penggunaan QRIS untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap QRIS.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Mayer et al., (1995) bahwa kepercayaan bukanlah perilaku pengambilan risiko tetapi lebih kepada kesadaran atau keinginan untuk mengambil risiko. Berdasarkan hasil penelitian ini, masyarakat di Indonesia sadar akan risiko yang terkait dengan penggunaan QRIS ketika menggunakan QRIS, maka harus menerima risikonya. Menurut hasil penelitian Gefen et al., (2003) kepercayaan merupakan kunci untuk mengurangi kekhawatiran pengguna untuk menggunakan teknologi, sehingga melalui penelitian ini ditunjukkan bahwa banyak masyarakat yang tidak lagi merasa khawatir saat menggunakan QRIS. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Abdullah et al., (2020), Alfansi & Daulay (2021), Armansyah (2021), Hidayat et al., (2020), dan Nur & Panggabean (2021) dalam penelitiannya kepercayaan terbukti memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan teknologi.

4.6.10 Pengaruh minat penggunaan terhadap perilaku penggunaan QRIS?

Hasil pengujian *path coefficients* minat penggunaan terhadap perilaku penggunaan QRIS diperoleh nilai koefisien parameter sebesar 0,764 sehingga terdapat pengaruh yang positif. Nilai positif ini berarti hubungan minat penggunaan dan perilaku penggunaan memiliki hubungan yang positif. Kemudian hasil dan nilai t-statistik sebesar $23,429 > 1,645$ yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan antara minat penggunaan terhadap perilaku penggunaan QRIS, sehingga hipotesis sepuluh (H10) diterima. Berdasarkan hasil tersebut, minat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa niat masyarakat untuk menggunakan QRIS muncul dan kemudian mendorong mereka untuk menggunakan QRIS tersebut. Hal ini memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi di lingkungan teknologi yang berkembang pesat saat ini.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Venkatesh et al., (2003) tentang minat penggunaan merupakan ukuran kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu secara efisien di masa depan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa minat penggunaan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan yang dimiliki pengguna terhadap teknologi dan kecenderungan perilaku untuk terus menggunakan teknologi tersebut di masa depan. Minat penggunaan terjadi di bawah kendali seseorang sehingga menunjukkan bahwa seseorang bisa memutuskan sesuatu atas kemauannya sendiri. Hal ini membuktikan bahwa kecenderungan niat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku penggunaan. Untuk menunjukkan bahwa masyarakat akan terus menggunakan QRIS di masa depan, sehingga sangat penting untuk mempertahankan minat seseorang untuk terus menggunakan QRIS saat melakukan transaksi dalam kehidupan sehari-hari. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Armansyah (2021), Gupta & Arora (2019), Hidayat et al., (2020), Palas et al., (2022), Palau-Saumell et

al., (2019), Rama & Rahadian (2022), dan Wu & Chen (2017) yang menunjukkan bahwa minat penggunaan memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan pada teknologi.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekspektasi kinerja (PE), ekspektasi usaha (EE), pengaruh sosial (PS), kondisi yang memfasilitasi (FC), motivasi hedonis (HM), nilai harga (PV), kebiasaan (HB), persepsi keamanan (PS), persepsi kepercayaan (PT) terhadap minat penggunaan (BI) QRIS. Serta pengaruh minat penggunaan (BI) terhadap perilaku penggunaan (UB) QRIS. Model teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna QRIS di Indonesia yang telah menggunakannya sebagai alat pembayaran. Sampel yang diperoleh sebanyak 246 responden dengan menggunakan metode pengambilan sampel *convenience sampling*. Untuk menganalisis model pengukuran dan model struktural pada penelitian ini menggunakan *Partial Least Squares* (PLS) dengan perangkat lunak *SmartPLS 4.0*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja (PE), pengaruh sosial (SI), kondisi yang memfasilitasi (FC), motivasi hedonis (HM), kebiasaan (HB), persepsi kepercayaan (PT) berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS (BI). Selain itu, minat penggunaan (BI) berpengaruh terhadap perilaku penggunaan QRIS (UB). Sedangkan, ekspektasi usaha (EE), nilai harga (PV), persepsi keamanan (PS) tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS (BI).

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kinerja dan efisiensi masyarakat dalam menyelesaikan tugas dapat memengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan QRIS.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi usaha tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS. Hal ini berarti masyarakat di Indonesia tidak merasa adanya kemudahan yang dirasakan ketika menggunakan QRIS, sehingga faktor kemudahan tidak menjadi alasan masyarakat di Indonesia dalam memengaruhi minat penggunaan QRIS. Hal ini disebabkan karena penyedia layanan QRIS telah menciptakan sistem yang mudah untuk digunakan, sehingga kemudahan tidak menjadi pertimbangan individu dalam pengambilan keputusan dalam menggunakan QRIS.
3. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Hal ini berarti masyarakat di Indonesia akan berminat menggunakan QRIS karena ada faktor keberadaan orang lain di lingkungan terdekatnya baik keluarga, teman-teman, atau kerabat.
4. Penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Hal ini berarti masyarakat di Indonesia akan berminat menggunakan QRIS jika sudah terdapat fasilitas baik itu dari diri sendiri, pemerintah atau perusahaan penyedia layanan QRIS seperti sumber daya (koneksi internet, aplikasi pembayaran elektronik dan ponsel pintar).
5. Penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Hal ini berarti alasan masyarakat di Indonesia berminat menggunakan QRIS karena mereka merasakan

kesenangan, kenikmatan, kegembiraan, dan mendapatkan kepuasan tersendiri saat menggunakan QRIS.

6. Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai harga tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS. Hal ini berarti masyarakat di Indonesia tidak merasakan manfaat saat menggunakan QRIS. Selain itu, biaya moneter yang dikeluarkan ketika menggunakan QRIS tidak sebanding dengan manfaat yang diterima oleh pengguna, seperti biaya yang dikenakan saat melakukan tarik tunai, transfer, dan setor tunai.
7. Penelitian ini menunjukkan bahwa kebiasaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Hal ini berarti masyarakat di Indonesia sudah terbiasa menggunakan QRIS untuk melakukan transaksi, selain itu QRIS sudah menjadi hal yang wajar bagi penggunaannya sehingga hal ini menjadi alasan masyarakat di Indonesia berminat untuk menggunakan QRIS.
8. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS. Hal ini berarti masyarakat di Indonesia tidak merasa aman ketika menggunakan QRIS karena tidak yakin terkait keamanan QRIS akan menimbulkan kekhawatiran pengguna terhadap uang yang disimpan dalam QRIS sehingga keamanan tidak memengaruhi masyarakat di Indonesia untuk minat menggunakan QRIS.
9. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Hal ini berarti masyarakat di Indonesia lebih cenderung menggunakan QRIS jika mereka memersepsikannya sebagai teknologi yang dapat dipercaya dalam hal keamanan dan kenyamanan.
10. Penelitian ini menunjukkan bahwa minat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan QRIS. Hal ini berarti kecenderungan

niat masyarakat di Indonesia untuk menggunakan QRIS muncul dan kemudian dapat memengaruhi mereka untuk menggunakan QRIS.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan pembahasan yang sama dengan menyempurnakan model guna untuk memberikan dasar untuk menyempurnakan lebih lanjut terkait model teori UTAUT 2, seperti menambahkan variabel yang lebih banyak dan memasukkan variabel moderasi. Mengingat hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tidak semua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Hasil penelitian ini dapat direkomendasikan kepada pemerintah dan lembaga perbankan maupun non perbankan untuk meningkatkan permintaan pengguna. Penelitian ini memiliki implikasi di mana pemerintah dan perusahaan penyedia layanan QRIS dapat memperhatikan beberapa variabel yang memengaruhi minat penggunaan QRIS, seperti ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, kebiasaan, persepsi kepercayaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketika aktivitas dalam menggunakan QRIS menghasilkan pencapaian tujuan yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari baik dari segi produktivitas, meningkatkan kinerja pengguna, maupun membantu menyelesaikan pekerjaan lebih cepat, maka akan mendorong minat mereka untuk melakukan suatu tindakan yang sama secara berulang-ulang dan akan terus menggunakan QRIS. Hal tersebut jika dilakukan secara berulang-ulang secara otomatis akan membentuk kebiasaan. Hasil penelitian tersebut dapat menjadi rekomendasi bagi perusahaan penyedia layanan QRIS untuk mendapatkan calon pengguna baru dengan memfokuskan upaya pemasaran kepada pengguna agar nama teknologi QRIS selalu melekat di pikiran pengguna.

Perusahaan penyedia layanan QRIS harus mengembangkan QRIS agar dapat

meningkatkan kepuasan pengguna dengan memberikan promosi berupa diskon atau insentif dengan menggunakan QRIS. Adanya promosi ini juga dapat mendorong pengguna untuk mengajak pengguna lain untuk menggunakan QRIS. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan untuk menjadi rekomendasi agar perusahaan menjaga dan menumbuhkan kepercayaan pengguna dengan memberikan bukti dalam bentuk pertanggung jawaban atas masalah yang dihadapi pengguna ketika menggunakan QRIS. Selain itu, pemerintah dan perusahaan penyedia layanan QRIS bekerja sama dengan pedagang yang menyediakan layanan QRIS untuk menyediakan fasilitas seperti akses jaringan nirkabel atau WiFi gratis agar pengguna dapat menikmati fasilitas pembayaran dengan QRIS. Hal ini secara tidak langsung akan meningkatkan penggunaan QRIS dan kepercayaan pengguna bahwa penggunaan QRIS di Indonesia memang bertujuan untuk menciptakan pembayaran nontunai bukan hanya untuk kepentingan tertentu, tetapi untuk semua.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang akan dibenahi pada penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan yang mungkin dapat memengaruhi hasil kesimpulan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Dikarenakan data dalam penelitian ini didasarkan pada jawaban kuesioner persepsi responden, maka ada kemungkinan bahwa data tersebut tidak mencerminkan situasi yang sebenarnya. Hal ini dapat terjadi apabila responden kurang serius dalam mengisi kuesioner sehingga menghasilkan jawaban yang menyesatkan. Teknik wawancara dapat dilakukan karena dapat mengungkapkan persepsi responden yang sebenarnya.
2. Peneliti tidak melakukan wawancara karena jumlah responden yang dibutuhkan sangat besar, sehingga hasil penelitian yang diperoleh hanya berdasarkan data yang dikumpulkan melalui kuesioner.

5.4 Saran

1. Untuk peneliti selanjutnya

- Penelitian selanjutnya dapat menggunakan teknik pengumpulan data selain kuesioner untuk mendapatkan hasil yang lebih obyektif, seperti wawancara.
- Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk dapat menambahkan variabel lainnya karena tujuh variabel independent penelitian ini baru dapat menjelaskan minat penggunaan dan perilaku penggunaan terhadap penggunaan QRIS masing-masing sebesar 69,3% dan 58,3% sedangkan sisanya dijelaskan variabel lain diluar penelitian ini.
- Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas variabel yang belum dilibatkan dalam penelitian ini sehingga dapat menjelaskan penggunaan QRIS secara lebih baik.

2. Untuk pemerintah

Dengan perusahaan perbankan yang mengeluarkan produk QRIS, pemerintah harus mengevaluasi terkait penyelenggaraan QRIS. Pemerintah melalui Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) harus membuat peraturan yang ketat untuk implementasi dan evaluasi QRIS di Indonesia. Hal ini dilakukan untuk melindungi kepentingan pengguna QRIS di Indonesia.

3. Untuk lembaga perbankan dan lembaga nonperbankan

Harus mematuhi prosedur dan aturan Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) ketika mengimplementasi QRIS. Selain itu perusahaan dapat melakukan sosialisasi edukasi terkait layanan QRIS. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan pemahaman terkait penggunaan QRIS dan mendorong antusias pengguna untuk menggunakan QRIS sebagai pembayaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, N., Redzuan, F., & Daud, N. A. (2020). E-wallet: factors influencing user acceptance towards cashless society in Malaysia among public universities. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 20(1), 67–74. <https://doi.org/10.11591/ijeecs.v20.i1.pp67-74>
- Ahdiat, A. (2022, November 1). *Tren transaksi QRIS meningkat pesat sejak awal pandemi*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/01/tren-transaksi-qr-is-meningkat-pesat-sejak-awal-pandemi>
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>
- Alfansi, L., & Daulay, M. Y. I. (2021). Factor affecting the use of e-money in millennial generation: Research model UTAUT 2. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 14(1), 109–122. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v14i1.8212>
- Al-Okaily, M., Abu-Shanab, E., & Rahman, M. S. A. (2023). An empirical investigation on acceptance of mobile payment system services in Jordan: extending UTAUT2 model with security and privacy. *International Journal of Business Information Systems*, 42(1), 123. <https://doi.org/10.1504/ijbis.2023.128306>
- Amoroso, D. L., & Chen, Y. (2017). Constructs affecting continuance intention in consumers with mobile financial apps: a dual factor approach. *Journal of Information Technology Management*, XXVIII(3), 1–24.
- Amrullah, A., & Priyono, A. (2018). Integrasi aspek risiko dalam model unified theory of acceptance and usage of technology untuk menganalisis penerimaan teknologi Go-ride. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 33–49. <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i1.003>

- Anggun, L. (2022). Perkembangan kejahatan tindak pidana pencucian uang dan tindak pidana pendanaan terorisisme (TPPU dan TPPT) di masa pandemi covid-19. *Technology and Economics Law Journal*, 1(1).
- Armansyah, R. F. (2021). Herd behavior in using mobile payment with Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 23(2), 111–128. <https://doi.org/10.9744/jmk.23.2.111-128>
- Bank Indonesia. (2019, July 17). *QRIS satu QR code untuk semua pembayaran*. Bank Indonesia. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/SP_216219.aspx
- Bank Indonesia. (2022). *QR Code Indonesian Standard (QRIS)*. <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx#heading5>
- Bashir, N. A. A. (2020). Penerapan model UTAUT 2 untuk mengetahui faktor- faktor yang memengaruhi penggunaan SIORTU. *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, 5(1). <https://doi.org/10.21831/elinvo.v5i1.30636>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- Cheng, T. C. E., Lam, D. Y. C., & Yeung, A. C. L. (2006). Adoption of internet banking: An empirical study in Hong Kong. *Decision Support Systems*, 42(3), 1558–1572. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2006.01.002>
- Darmansyah, Fianto, B. A., Hendratmi, A., & Aziz, P. F. (2021). Factors determining behavioral intentions to use Islamic financial technology. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 794–812. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0252>
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2001). *Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek (Cetakan II)*. Bandung Gramedia Pustaka Utama.
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Jeyaraj, A., Clement, M., & Williams, M. D. (2019). Re-examining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT):

- Towards a Revised Theoretical Model. *Information Systems Frontiers*, 21(3), 719–734. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9774-y>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Gefen, Karahanna, & Straub. (2003). Trust and TAM in online shopping: an integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90. <https://doi.org/10.2307/30036519>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Gupta, K., & Arora, N. (2019). Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(1), 88–114. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-03-2019-0037>
- Hadi, S. (2006). *Metodologi penelitian kuantitatif untuk akuntansi dan keuangan* (Pertama). EKONISIA.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (Eighth Edition). Annabele Ainscow.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hassan, M. A., Shukur, Z., Hasan, M. K., & Al-Khaleefa, A. S. (2020). A review on electronic payments security. *Symmetry*, 12(8), 1344. <https://doi.org/10.3390/sym12081344>
- Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan pengguna e-wallet menggunakan UTAUT 2 (studi kasus) (user acceptance of e-wallet using UTAUT

- 2-A case study). In *Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi* | (Vol. 9, Issue 3).
- Limayem, Hirt, & Cheung. (2007). How habit limits the predictive power of intention: the case of information systems continuance. *MIS Quarterly*, 31(4), 705–737. <https://doi.org/10.2307/25148817>
- Mahendra, Y. A. S., Winarno, W. W., & Santosa, P. I. (2017). Pengaruh perceived security terhadap pengadopsian in-app purchase pada aplikasi mobile. *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi (JNTETI)*, 6(2). <https://doi.org/10.22146/jnteti.v6i2.313>
- Maulida, L. (2022, January 17). *QR Code palsu di area parkir dimanfaatkan untuk curi data pribadi*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2022/01/17/17450047/qr-code-palsu-di-area-parkir-dimanfaatkan-untuk-curi-data-pribadi?page=all>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *The Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. <https://doi.org/10.2307/258792>
- Mustajab, R. (2022, December 15). *Nilai transaksi uang elektronik melesat 33,14% pada oktober 2022*. DataIndonesia.
- Nugraheni, A. (2022, February 13). *Pembayaran tunai masih diminati dalam ekosistem digital*. Kompas.Id. https://www.kompas.id/baca/metro/2022/02/11/pembayaran-tunai-masih-diminati-dalam-ekosistemdigital?status=sukses_login&status=sukses_login&utm_source=kompasid&utm_medium=login_paywall&utm_campaign=login&utm_content=https%3A%2F%2Fwww.kompas.id%2Fbaca%2Fmetro%2F2022%2F02%2F11%2Fpe-mbayaran-tunai-masih-diminati-dalam-ekosistem-digital&status_login=login
- Nur, T., & Panggabean, R. R. (2021). Factors Influencing the Adoption of Mobile

- Payment Method among Generation Z: the Extended UTAUT Approach. *Journal of Accounting Research, Organization and Economics*, 4(1), 14–28. <https://doi.org/10.24815/jaroe.v4i1.19644>
- Palas, J. U., Sorwar, G., Hoque, M. R., & Achchuthan, S. (2022). Factors influencing the elderly's adoption of mHealth: an empirical study using extended UTAUT2 model. *BMC Medical Informatics and Decision Making*, 22(1), 191. <https://doi.org/10.1186/s12911-022-01917-3>
- Palau-Saumell, R., Forgas-Coll, S., Sánchez-García, J., & Robres, E. (2019). User acceptance of mobile apps for restaurants: an expanded and extended UTAUT-2. *Sustainability*, 11(4), 1210. <https://doi.org/10.3390/su11041210>
- Rama, A. M., & Rahadian, D. (2022). Analysis of acceptance factors and market potential of digital wallets of college students. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 15(1), 1–19. <https://doi.org/10.26740/bisma/v15n1.p1-19>
- Saskia, C. (2023, April 13). *Modus penipuan QRIS palsu pengamat usulkan peningkatan standar keamanan perbaankan*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2023/04/13/17370087/modus-penipuan-qr-is-palsu-pengamat-usulkan-peningkatan-standar-keamanan?page=all>
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi penelitian untuk bisnis* (4 buku 1). Salemba empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: a skill building approach* (Seventh edition). John Wiley & Sons.
- Sharma, S. K., & Sharma, M. (2019). Examining the role of trust and quality dimensions in the actual usage of mobile banking services: An empirical investigation. *International Journal of Information Management*, 44, 65–75. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.013>
- Toyama, M. (2022). Empirical study on the acceptance of Mobility as a Service (MaaS) based on the UTAUT2 model. *Asia Marketing Journal*, 24(3), 121–130. <https://doi.org/10.53728/2765-6500.1593>

- Vanduhe, V. Z., Nat, M., & Hasan, H. F. (2020). Continuance intentions to use gamification for training in higher education: integrating the Technology Acceptance Model (TAM), social motivation, and Task Technology Fit (TTF). *IEEE Access*, 8, 21473–21484. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2966179>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Venkatesh, V., Walton, S. M., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. In *MIS Quarterly* (Vol. 36, Issue 1). <http://ssrn.com/abstract=2002388>
- Wu, B., & Chen, X. (2017). Continuance intention to use MOOCs: Integrating the technology acceptance model (TAM) and task technology fit (TTF) model. *Computers in Human Behavior*, 67, 221–232. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.028>
- Wu, P., Zhang, R., Luan, J., & Zhu, M. (2022). Factors affecting physicians using mobile health applications: an empirical study. *BMC Health Services Research*, 22(1), 24. <https://doi.org/10.1186/s12913-021-07339-7>
- Wulandhari, R. (2019, July 19). *Penerapan sistem pembayaran QRIS masih menemui kendala*. [Republika.Co.Id](https://ekonomi.republika.co.id/berita/pwgpvh383/penerapan-sistem-pembayaran-qr-is-masih-menemui-kendala). <https://ekonomi.republika.co.id/berita/pwgpvh383/penerapan-sistem-pembayaran-qr-is-masih-menemui-kendala>
- Zhang, J., Luximon, Y., & Song, Y. (2019). The role of consumers' perceived security,

perceived control, interface design features, and conscientiousness in continuous use of mobile payment services. *Sustainability*, 11(23), 6843. <https://doi.org/10.3390/su11236843>



LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN TUGAS AKHIR ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT PENGUNAAN *QUICK RESPONSE CODE INDONESIA STANDARD* (QRIS) DI INDONESIA

Assalamualaikum Wr.Wb

Perkenalkan saya Fitri Dwi Astuti, mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Indonesia. Alhamdulillah pada saat ini sedang menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) di Indonesia***”. Sehubungan dengan hal tersebut, di tengah kesibukan Bapak/Ibu/Saudara/i, khususnya berkenaan dengan pembayaran QRIS. Dengan kerendahan hati, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjadi responden penelitian dengan mengisi kuesioner ini. Tidak ada jawaban benar atau salah untuk setiap pertanyaan, yang diharapkan adalah jawaban yang sesuai dengan kondisi Bapak/Ibu/Saudara/i alami. Perlu saya sampaikan bahwa hasil penelitian ini hanya untuk kepentingan akademik dan akan terjamin kerahasiaannya.

Catatan : Seluruh data dan informasi Bapak/Ibu/Saudara/I akan terjamin kerahasiannya.

Atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

KUESIONER PENELITIAN TUGAS AKHIR
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT
PENGUNAAN *QUICK RESPONSE CODE* *INDONESIAN STANDARD*
(QRIS) DI INDONESIA

I. Informasi Demografi

Nomor	Keterangan	Jenis Isian
1	Apakah Anda suda pernah menggunakan QRIS	Pernah Belum pernah (jika belum pernah, tidak perlu melanjutkan kuesioner)
2	Jenis kelamin	Laki-laki Perempuan
3	Usia	≤ 20 tahun 21-30 tahun 31-40 tahun 41-50 tahun 51-60 tahun ≥ 61 tahun

II. Pertanyaan Indikator Penelitian

Terdapat 6 skala dengan rentang 1-6 dengan keterangan sebagai berikut :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. KS : Kurang Setuju
4. CS : Cukup Setuju
5. S : Setuju
6. SS : Sangat Setuju

Nomor	<i>Behavioral Intention (BI)</i>	STS	TS	KS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5	6
1	Saya berniat untuk terus menggunakan QRIS di masa yang akan datang						
2	Saya akan selalu mencoba menggunakan QRIS dalam kehidupan sehari-hari						
3	Saya berencana untuk lebih sering menggunakan QRIS						
4	Pengguna lain memberikan komentar positif terhadap layanan QRIS						
5	Saya merasa puas dengan layanan QRIS						

Nomor	<i>Use Behaviour (UB)</i>	STS	TS	KS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5	6
1	Saya menggunakan QRIS kapan pun dibutuhkan						
2	Saya menggunakan QRIS di mana pun dibutuhkan						
3	Saya sudah sering menggunakan QRIS						
4	Saya selalu menggunakan QRIS untuk berbagai keperluan						

Nomor	<i>Performance Expectency (PE)</i>	STS	TS	KS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5	6

1	Saya merasa menggunakan QRIS akan meningkatkan kinerja pekerjaan saya						
2	Saya merasa menggunakan QRIS memungkinkan saya untuk menyelesaikan tugas lebih cepat						
3	Saya merasa menggunakan QRIS dapat meningkatkan produktivitas saya						
4	Saya menyadari QRIS bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari						
5	QRIS memberikan hasil yang sesuai dengan harapan pengguna						

Nomor	<i>Effort Expectancy (EE)</i>	STS	TS	KS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5	6
1	Transaksi menggunakan QRIS mudah dimengerti dan memberikan informasi yang jelas						
2	Mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan QRIS						
3	QRIS sangat mudah untuk dioperasikan sebagai alat transaksi						
4	Secara keseluruhan saya percaya QRIS mudah digunakan						
5	Menggunakan QRIS lebih efisien dari segi tenaga dan waktu dalam penyelesaian transaksi saya						

Nomor	<i>Sosial Influence (SI)</i>	STS	TS	KS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5	6
1	Orang-orang di lingkungan sekitar memengaruhi saya untuk menggunakan QRIS						
2	Orang-orang yang penting bagi saya mendukung untuk menggunakan QRIS						
3	Orang-orang di sekitar saya yang menggunakan QRIS terlihat lebih mengikuti tren						
4	Saya menggunakan QRIS, karena saya tahu orang di lingkungan sekitar juga menggunakan QRIS						

Nomor	<i>Facilitating Condition (FC)</i>	STS	TS	KS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5	6
1	Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan QRIS						
2	Saya bisa mendapatkan bantuan orang lain ketika saya mendapatkan kesulitan dalam menggunakan QRIS						
3	Saya memiliki sumber daya (koneksi internet dan ponsel pintar) yang diperlukan untuk menggunakan QRIS						
4	Saya yakin QRIS kompatibel dengan sistem lain (contoh : uang elektronik)						

	yang saya gunakan						
--	-------------------	--	--	--	--	--	--

Nomor	Hedonic Motivation (HM)	STS	TS	KS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5	6
1	Saya merasa menggunakan QRIS sangat menyenangkan						
2	Saya menikmati ketika menggunakan QRIS						
3	Saya mendapatkan kepuasan tersendiri dengan menggunakan QRIS						
4	Saya merasa menggunakan QRIS sangat menghibur						

Nomor	Price Value (PV)	STS	TS	KS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5	6
1	Saya merasa harga untuk mendapatkan QRIS masuk akal						
2	Kualitas QRIS sesuai dengan kegunaan yang ditawarkan						
3	Saya merasa layanan yang diberikan QRIS sudah baik						
4	Harga yang ditawarkan QRIS lebih terjangkau						

Nomor	Habit (HB)	STS	TS	KS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5	6

1	Saya sudah terbiasa menggunakan QRIS						
2	Saya kecanduan menggunakan QRIS						
3	Saya merasa harus terus menggunakan alat transaksi QRIS						
4	Menggunakan QRIS sudah menjadi hal yang wajar bagi saya						

Nomor	<i>Perceived Security (PS)</i>	STS	TS	KS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5	6
1	Saya merasa aman mengirimkan informasi pribadi saya di QRIS						
2	QRIS adalah tempat yang aman untuk mengirimkan informasi pribadi						
3	saya merasa aman menyediakan informasi pribadi saya kepada QRIS						
4	Saya rasa sistem keamanan QRIS sangat terjamin						

Nomor	<i>Perceived Trust (PT)</i>	STS	TS	KS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5	6
1	Saya percaya transaksi QRIS aman untuk digunakan						
2	Saya percaya pada layanan QRIS						
3	Saya percaya QRIS memberikan jasa pelayanan sesuai yang mereka janjikan						

4	Layanan QRIS memiliki reputasi kejujuran yang baik dan dapat dipercaya						
5	Saya percaya sistem keamanan QRIS dapat menjaga data pribadi konsumen dengan baik						



LAMPIRAN 2
TABULASI DATA

P E 1	P E 2	P E 3	P E 4	P E 5	E 1	E 2	E 3	E 4	E 5	S 1	S 2	S 3	S 4	F 1	F 2	F 3	F 4	H 1	H 2	H 3	H 4	P V 1	P V 2	P V 3	P V 4	H B 1	H B 2	H B 3	H B 4	P S 1	P S 2	P S 3	P S 4	P T 1	P T 2	P T 3	P T 4	P T 5	B I 1	B I 2	B I 3	B I 4	B I 5	U B 1	U B 2	U B 3	U B 4							
6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6				
5	5	4	6	4	6	5	5	5	5	5	6	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	6	3	4	2	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	6	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4		
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5			
4	5	5	6	6	4	4	6	5	6	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	6	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	6	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5			
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6			
6	6	4	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	6	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5			
6	5	4	6	5	6	6	6	6	6	3	3	3	5	4	3	6	4	4	4	3	4	6	6	6	4	3	1	1	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	2	4	5	5	6	6	3	1	4	4	4			
5	6	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	3	4	4	2	4	2	3	4	5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4			
5	5	5	5	6	6	6	6	4	6	5	4	4	4	5	5	6	6	6	6	6	4	5	5	5	5	6	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	6	6	5	5	5	5				
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6			
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5		
5	2	4	5	4	6	6	6	6	6	5	5	4	4	5	3	5	5	5	6	6	6	5	5	5	4	5	4	6	6	5	5	4	5	6	6	6	6	6	6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	5	6	5	6	6	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6		
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	4	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6		
5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5
6	6	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	3	4	2	5	5	4	5	4	4	3	3	5	1	5	4	2	5	2	1	2	2	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
5	6	5	5	5	6	5	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
6	4	4	6	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	5	5	6	6	5	5	6	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	6	5	5	5	6	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	6	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
6	6	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	6	5	6	6	4	3	3	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	

5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	5	5	5	5	5	2	2	2	5	5	5	5	5	2	2	2	3	3	2	5	5	5	5	5	2	2	2	5	5	2	2	4	1				
4	4	5	5	4	5	6	5	5	5	4	4	5	5	5	3	6	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	3	3	4	3		
6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	4	4	5	6	6	3	5	6	5	5	4	4	3	4	4	3	6	5	6	6	4	4	6	6	5	6	5	6	6	5	6	5	6	5	4	5	5	5	5	5	
5	5	4	6	6	4	5	6	5	5	4	4	4	5	6	5	6	6	5	5	5	4	6	6	6	5	5	5	4	5	6	6	5	6	6	6	5	5	6	6	5	5	6	6	5	5	6	6			
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	2	6	6	6	6	6	6	6	4	5	5	4	6	2	2	5	4	4	6	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4		
6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	6	4	6	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5			
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6			
5	6	2	5	5	6	6	6	6	6	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	5	5	2	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5			
5	4	4	5	3	5	6	6	5	6	2	1	2	2	6	4	6	6	4	5	4	4	6	5	6	6	6	4	3	5	3	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	2		
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	5	4	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6			
4	4	4	4	5	5	5	5	6	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	3	3	3	3	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3		
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	4	5	4	4	4	
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	2	6	3	3	6	6	6	4	6	5	6	6	6	6	6	3	6	3	3	6	2	2	1	3	6	6	6	4	3	6	6	4	6	6	6	6	6	6			
6	6	4	6	5	6	5	4	6	6	3	5	5	5	4	4	5	6	6	5	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	5	4	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6			
5	5	4	5	4	6	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	2	2	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	6	5	5	4	5	4	5	5	4			
5	5	6	4	6	5	6	6	6	6	4	4	5	5	6	3	5	5	5	2	2	2	6	5	5	5	6	3	2	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	6	2	2	4	4	5	3	3	6	5		
6	6	5	6	6	6	5	5	6	6	4	5	4	4	5	5	5	5	6	6	5	4	5	5	6	6	6	6	4	6	5	5	5	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	4		
6	6	6	6	6	5	5	5	6	5	5	5	4	5	5	5	5	6	6	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
5	5	3	5	5	5	5	5	6	5	4	4	4	4	3	3	6	4	4	4	5	4	4	5	5	5	3	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	2	3
5	5	4	6	5	6	6	6	6	6	3	4	3	3	5	5	6	5	6	5	6	6	4	4	5	4	5	3	1	4	5	3	1	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4			
6	6	6	6	6	6	4	6	4	4	2	2	1	2	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6	6	1	1	
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6			
6	6	6	5	4	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	6	4	6	4	4	6	3	3	4	4	5	5	5	6	6	6	6	5	5	6	6	6	5	5			
5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	4	5	5	4	6	5	6	6	6	6	4	6	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	
5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5

5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	3	4	6	6	6	6	6	3	2	5	2	3	4	4	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6					
4	4	4	5	4	3	5	5	4	5	2	2	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	6	2	2	3	2	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3			
5	4	4	6	4	6	6	6	6	6	5	4	6	6	5	5	6	6	5	5	5	6	4	4	4	6	6	2	2	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	6	5	3	6	5	3	4	5	5					
5	5	6	5	5	6	5	6	6	6	5	4	5	5	5	5	5	5	5	6	6	4	5	5	6	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5				
4	4	5	6	5	5	6	5	6	6	4	5	5	5	6	6	6	5	5	4	6	6	5	4	4	3	6	4	4	5	3	1	1	3	4	4	5	4	4	6	5	5	5	5	4	4	5	5					
4	3	4	4	5	5	5	6	6	6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3					
5	5	6	6	6	4	6	6	4	5	5	5	5	5	5	6	5	6	4	5	5	5	6	6	4	5	4	4	5	5	5	6	5	5	5	5	5	4	4	4	5	6	5	5	6	6							
6	6	6	6	6	6	5	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	6	6	5	5	6	6	6	5	5	5	6	6					
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5				
5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	5	6	5	6	6	5	4	6	3	2	2	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	6	5					
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5				
5	5	6	6	6	6	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	6	4	5	4	5	2	2	5	3	3	3	4	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4				
4	6	5	5	5	6	4	6	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	3	3	3	3	5	3	4	1	1	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	1	4	5	5	5	4	4				
6	6	5	6	5	6	6	6	6	6	5	6	5	6	5	5	4	5	6	6	6	5	5	5	6	6	6	4	4	5	6	6	6	5	6	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6			
5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	4	1	3	4	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	4	6	6	1	1	6	4	4	4	5	5	5	6	5	4	4	3	3	4	5	6	6	6	4					
4	2	4	6	4	5	5	6	6	6	4	4	5	5	5	6	6	5	6	6	4	4	4	5	5	4	6	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5				
6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6			
4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	2	3	3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	2	2	3	3	2	1	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			
5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4			
5	5	5	6	5	5	5	6	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	6	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
5	5	5	6	5	5	6	5	6	5	5	5	5	3	6	5	6	6	5	6	6	6	5	5	5	5	6	5	5	6	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
4	4	4	5	3	4	4	5	4	5	3	4	4	3	5	2	5	3	5	5	5	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2		
5	5	6	5	5	5	6	5	6	5	6	5	5	6	6	5	5	5	6	5	5	6	5	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5	6	5	6	5	5	6	6	6	5	5	5	6	5	6		
6	6	4	6	5	6	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	6	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
5	6	5	6	5	6	6	6	5	6	4	4	4	5	5	4	5	6	5	5	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2		

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3									
5	5	6	5	4	5	5	5	4	6	4	5	5	5	5	6	6	5	5	5	6	5	4	5	6	4	5	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	6	5	6	5	4	5	5				
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	1	1	1	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	1	1					
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5				
5	6	4	4	6	6	4	6	5	6	4	4	4	6	6	6	6	6	5	5	6	6	4	4	5	4	6	3	4	5	4	4	4	5	4	5	6	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4					
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5				
4	5	4	5	5	5	6	5	5	5	5	5	4	5	6	6	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4			
5	5	5	6	5	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6			
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6			
6	6	6	6	5	6	6	4	5	4	5	5	6	5	6	3	3	4	4	5	5	2	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
4	4	4	4	5	5	4	5	3	5	3	3	5	3	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	5	2	6	3	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3					
4	5	4	5	6	5	4	6	6	6	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	2	3	3	4	3	3	6	5	5	3	5	5	3	3	4	5	6	6	6	4					
5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	4				
5	4	5	6	6	6	5	6	5	6	5	5	6	5	5	6	5	5	6	5	5	6	5	5	6	5	6	6	2	5	5	5	6	5	5	2	6	5	6	5	6	5	2	5	6	6	5	2	5				
4	5	5	6	6	6	6	6	6	6	4	4	5	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	3	5	4	4	6	5	5	4	5	5	6	5	5	5	5	5	4	5	5	6	6	5	4			
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6			
6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6			
5	5	5	5	4	5	6	6	6	5	3	2	2	3	5	6	6	6	6	6	5	5	4	2	5	6	2	6	1	1	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	6	4			
5	5	5	5	5	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	4	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	4	5	5	6	5	6	6	6	6	4	4	5	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6			
5	6	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	6	6	6	5	6	6	6	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	6	6	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3				
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	6	6	4	3
6	5	5	6	5	6	5	6	5	5	6	6	4	5	5	6	5	6	6	5	5	6	6	5	6	5	6	5	6	5	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	5	5	5	5	5	
4	5	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5	5	6	5	6	5	5	6	6	6	6	5	5	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	4	5	5	5	6	4	6	6	4	6	5	5	6	6	5	5	

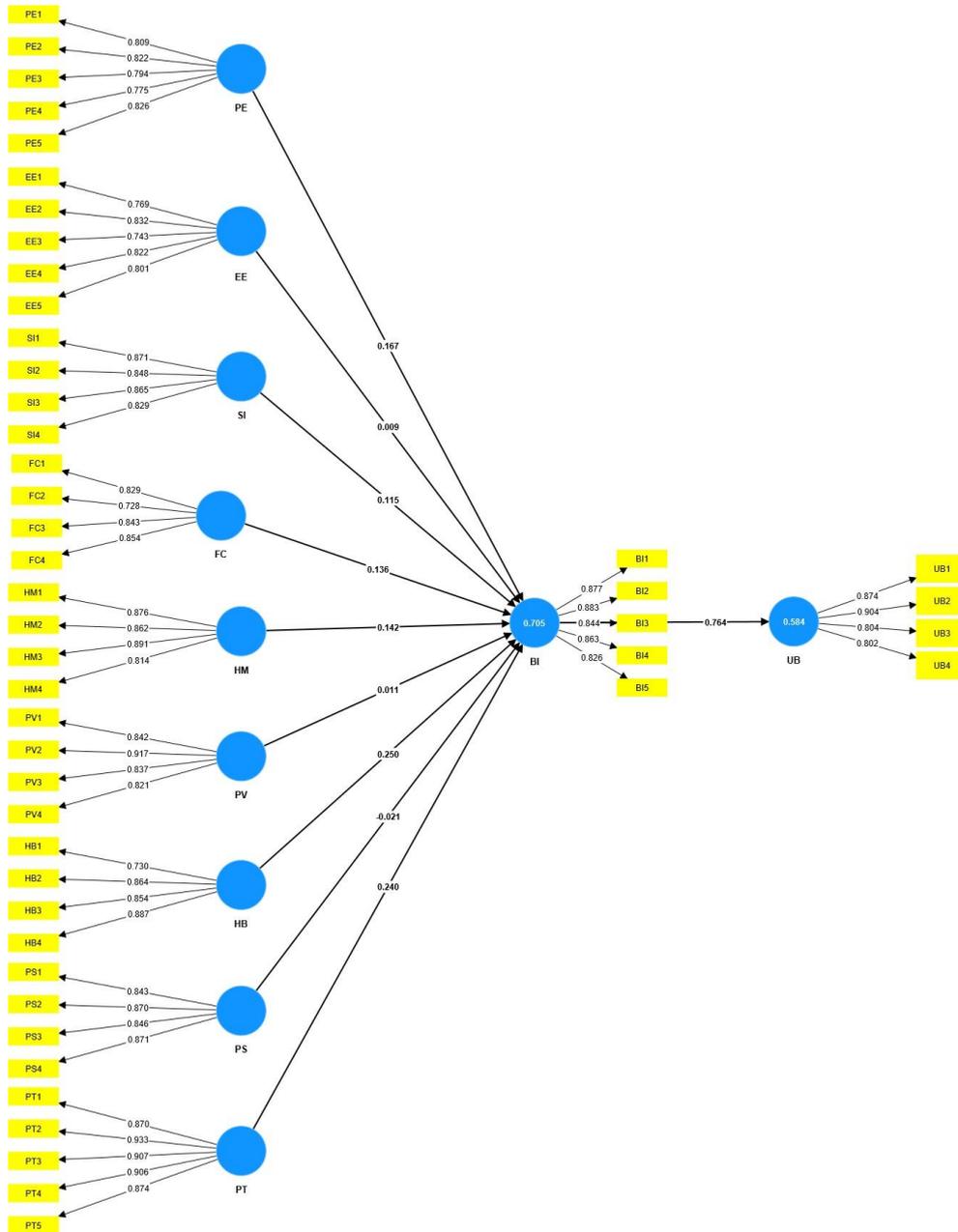
6	5	5	5	5	5	4	6	4	4	5	6	5	5	3	3	5	6	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	6	6	6	5	6	5	6	6	6	5	4	4	6	6	6	4	6	
6	6	5	6	5	4	5	6	6	6	6	5	6	5	6	6	5	6	6	5	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	5	5	4	4	6	6	6	6	6	5	5	5	4	6	6	6	6	4	4	4	4	6	6	6	6	6	6	6	5	5	4	5	4	6	6	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	6	6	
5	5	5	5	5	5	6	6	5	6	4	5	4	4	6	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	6	3	3	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	6	4	
6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5	4	5	6	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	2	2	2	3	4	3	3	3	3	4	5	5	3	5	5	5	5	5	3	3	2	2	
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6		
6	4	5	5	6	6	5	5	6	5	5	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	4	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	6	
5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	6	4	4	4	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	6	5	5	5
4	5	4	6	4	4	5	5	5	6	6	4	6	6	5	6	6	5	5	6	3	3	4	4	4	3	6	4	2	6	4	3	3	3	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	6	5	
6	5	5	5	5	6	6	6	6	4	5	6	6	6	6	6	5	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	6	6
6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	5	6	6	6	6	6	4	5	4	4	3	6	4	5	3	4	4	4	5	5	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
3	6	2	5	3	6	3	6	6	6	5	3	1	3	5	6	6	6	6	6	6	6	4	5	5	6	5	4	6	6	6	4	3	3	4	5	6	5	5	5	6	4	3	4	5	4	2	2	4	
4	4	4	4	4	4	5	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	4	6	4	3	6	6	4	4	4	4	4	4	4	4	6	6	6	3	4	6	6	6	6	6
5	6	5	6	5	5	6	6	6	6	4	4	5	3	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	6	4	2	2	5	5	4	4	5	6	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	5	5	5	5	6	5	6	6	6	5	5	4	5	6	5	6	6	5	5	5	5	5	6	5	6	1	3	6	4	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	5	5	4	5	5	6	6	6	5	6	5	5	3	6	6	6	6	4	5	5	4	4	5	5	5	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6
6	5	6	6	5	6	6	6	5	5	5	5	4	4	6	5	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6	5	5	6	5	4	4	5	5	5	5	5	6	5	6	5	5	6	5	5	5	5	5
5	6	6	6	6	6	6	5	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6
5	5	4	4	6	6	6	6	6	6	4	3	5	6	6	3	4	4	5	6	5	4	3	5	6	3	4	2	1	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	3	4	5	5
4	4	4	3	4	6	6	6	6	6	4	4	2	2	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3
3	4	4	6	4	6	6	6	6	6	3	3	6	4	4	4	6	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	6	6	6	6	3	3	3	4	4	3	4	3	4	2	6	5	5	6	6	6	6	6	
4	1	1	2	2	5	5	5	5	6	5	5	4	5	5	5	5	6	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	6	5	5	5	6	4	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	

6	5	6	4	5	6	6	6	6	5	3	3	5	6	6	5	6	6	5	5	6	5	5	6	6	4	5	1	2	5	3	3	1	4	4	5	6	5	3	5	4	3	5	6	4	3	4	1				
6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	5	6	6	5	6	6	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	5	4	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5			
5	5	5	5	5	6	6	6	5	6	6	5	6	5	5	6	6	5	6	5	6	5	6	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5		
6	6	5	6	6	6	6	6	6	4	5	3	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	1	3	6	1	6	3	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6			
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	5	6	4	5	5	6	6	6	5	6	6	5	5	5	5	6	5	6	5		
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6		
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4			
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	5	2	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	3	4	4	5	6	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	5	6	6	5	5			
6	6	6	5	5	5	5	6	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6			
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	5	5	5	5	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	6			
5	4	5	6	5	4	5	6	4	5	3	4	6	3	4	4	6	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	1	1	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	6	5	4	4	4	3	3	3	3		
5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	4	4	5	5	6	5	6	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	6	4	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	
5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5
6	6	5	5	5	6	5	6	6	6	5	5	5	4	6	5	6	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	6	4	4	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	4	6	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	



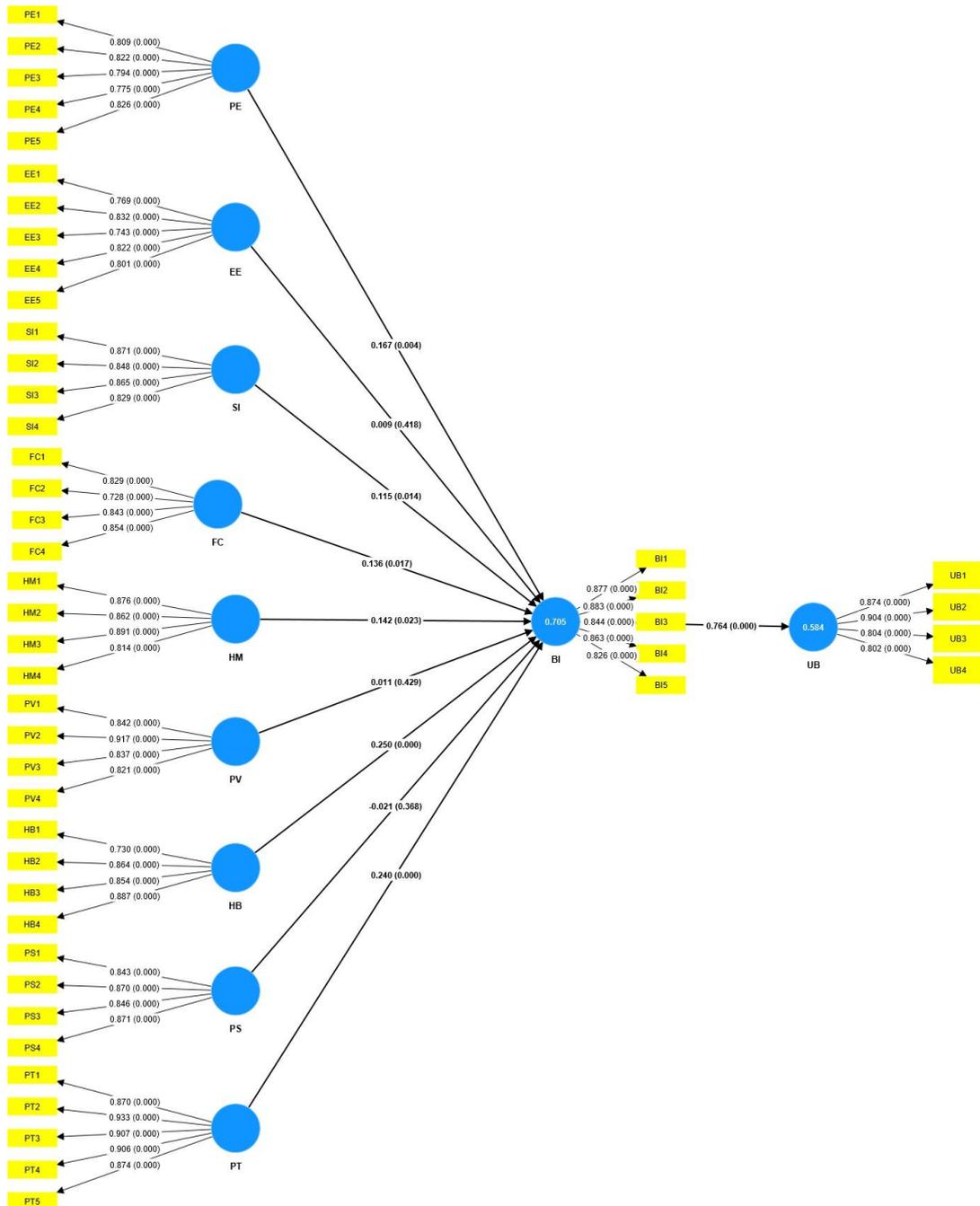
LAMPIRAN 3

Hasil Model PLS *Algorithm* menggunakan perangkat lunak SmartPLS



LAMPIRAN 4

Hasil Model *Bootstapping* menggunakan perangkat lunak SmartPLS



LAMPIRAN 5
HASIL ANALISIS DESKRIPTIF

	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
PE	1,60	6,00	5,23	0,84
EE	3,40	6,00	5,49	0,65
SI	1,25	6,00	4,76	1,10
FC	2,75	6,00	5,22	0,81
HM	1,75	6,00	5,12	0,93
PV	1,50	6,00	4,99	0,95
HB	1,00	6,00	4,62	1,20
PS	1,50	6,00	4,44	1,07
PT	2,20	6,00	4,91	0,89
BI	1,80	6,00	4,99	0,93
UB	1,50	6,00	4,93	1,06



LAMPIRAN 6

HASIL MODEL PENGUKURAN (*OUTER MODEL*)

1. Nilai *Construck Reliability and Validity*

	Cronbach'salpha	Composite reliability(rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
BI	0,911	0,911	0,934	0,738
EE	0,854	0,862	0,895	0,631
FC	0,830	0,839	0,887	0,664
HB	0,855	0,875	0,902	0,699
HM	0,884	0,887	0,920	0,742
PE	0,864	0,865	0,902	0,649
PS	0,880	0,883	0,917	0,735
PT	0,940	0,942	0,954	0,807
PV	0,878	0,888	0,916	0,731
SI	0,876	0,878	0,915	0,728
UB	0,868	0,873	0,910	0,717

2. Nilai *Cross Loading*

	BI	EE	FC	HB	HM	PE	PS	PT	PV	SI	UB
BI1	0,877	0,459	0,531	0,548	0,619	0,527	0,429	0,559	0,476	0,497	0,666
BI2	0,883	0,386	0,496	0,594	0,575	0,583	0,456	0,598	0,479	0,511	0,653
BI3	0,844	0,400	0,451	0,607	0,545	0,473	0,429	0,518	0,491	0,492	0,659
BI4	0,863	0,510	0,625	0,579	0,617	0,570	0,560	0,701	0,625	0,569	0,625
BI5	0,826	0,490	0,665	0,587	0,620	0,562	0,503	0,708	0,638	0,518	0,678
EE1	0,409	0,769	0,397	0,315	0,491	0,461	0,290	0,391	0,432	0,375	0,304
EE2	0,464	0,832	0,540	0,361	0,479	0,468	0,311	0,449	0,439	0,401	0,374
EE3	0,319	0,743	0,421	0,237	0,402	0,379	0,176	0,312	0,349	0,241	0,289
EE4	0,420	0,822	0,500	0,338	0,465	0,392	0,267	0,416	0,405	0,328	0,339
EE5	0,447	0,801	0,468	0,352	0,443	0,290	0,227	0,371	0,405	0,394	0,334
FC1	0,557	0,514	0,829	0,476	0,510	0,449	0,332	0,550	0,504	0,403	0,475
FC2	0,451	0,355	0,728	0,336	0,405	0,340	0,311	0,454	0,454	0,390	0,328
FC3	0,516	0,519	0,843	0,357	0,511	0,384	0,268	0,455	0,483	0,369	0,353
FC4	0,577	0,516	0,854	0,460	0,600	0,476	0,441	0,564	0,551	0,502	0,444

HB1	0,450	0,335	0,498	0,730	0,471	0,332	0,334	0,455	0,446	0,316	0,588
HB2	0,577	0,294	0,326	0,864	0,474	0,349	0,448	0,525	0,389	0,431	0,606
HB3	0,548	0,231	0,291	0,854	0,456	0,334	0,458	0,430	0,377	0,408	0,587
HB4	0,669	0,487	0,569	0,887	0,637	0,453	0,469	0,577	0,520	0,493	0,709
HM1	0,630	0,603	0,658	0,531	0,876	0,571	0,446	0,557	0,608	0,506	0,522
HM2	0,624	0,471	0,515	0,521	0,862	0,533	0,336	0,472	0,482	0,486	0,502
HM3	0,590	0,485	0,517	0,540	0,891	0,516	0,384	0,538	0,519	0,459	0,507
HM4	0,542	0,414	0,457	0,529	0,814	0,501	0,413	0,494	0,513	0,490	0,474
PE1	0,543	0,388	0,379	0,361	0,465	0,809	0,450	0,514	0,524	0,399	0,418
PE2	0,485	0,408	0,406	0,321	0,457	0,822	0,292	0,483	0,427	0,335	0,396
PE3	0,492	0,334	0,348	0,386	0,460	0,794	0,337	0,429	0,475	0,372	0,438
PE4	0,525	0,424	0,459	0,377	0,587	0,775	0,306	0,460	0,461	0,360	0,449
PE5	0,502	0,458	0,460	0,337	0,510	0,826	0,400	0,528	0,513	0,413	0,425
PS1	0,483	0,344	0,372	0,441	0,430	0,360	0,843	0,646	0,460	0,485	0,423
PS2	0,447	0,197	0,341	0,413	0,380	0,347	0,870	0,586	0,434	0,447	0,405
PS3	0,450	0,208	0,304	0,416	0,320	0,366	0,846	0,582	0,432	0,457	0,419
PS4	0,518	0,348	0,408	0,493	0,432	0,447	0,871	0,737	0,516	0,482	0,477
PT1	0,593	0,420	0,522	0,515	0,510	0,452	0,675	0,870	0,628	0,467	0,535
PT2	0,655	0,468	0,547	0,562	0,543	0,528	0,684	0,933	0,625	0,479	0,552
PT3	0,682	0,474	0,611	0,528	0,562	0,563	0,599	0,907	0,637	0,518	0,547
PT4	0,673	0,455	0,602	0,545	0,575	0,566	0,699	0,906	0,627	0,584	0,531
PT5	0,630	0,390	0,511	0,535	0,493	0,582	0,709	0,874	0,568	0,511	0,548
PV1	0,501	0,456	0,498	0,484	0,512	0,484	0,421	0,507	0,842	0,480	0,452
PV2	0,548	0,460	0,587	0,445	0,561	0,544	0,471	0,615	0,917	0,500	0,475
PV3	0,628	0,470	0,561	0,440	0,532	0,555	0,466	0,646	0,837	0,462	0,502
PV4	0,463	0,354	0,429	0,402	0,496	0,442	0,486	0,563	0,821	0,481	0,426
SI1	0,545	0,389	0,493	0,461	0,505	0,398	0,487	0,503	0,517	0,871	0,425
SI2	0,537	0,412	0,407	0,496	0,501	0,445	0,457	0,502	0,506	0,848	0,465
SI3	0,478	0,356	0,429	0,368	0,426	0,384	0,450	0,474	0,441	0,865	0,377
SI4	0,493	0,356	0,417	0,371	0,485	0,364	0,470	0,466	0,444	0,829	0,375
UB1	0,671	0,358	0,379	0,572	0,509	0,498	0,415	0,513	0,497	0,356	0,874
UB2	0,696	0,381	0,392	0,566	0,531	0,536	0,443	0,519	0,486	0,397	0,904
UB3	0,592	0,339	0,493	0,685	0,424	0,356	0,363	0,490	0,416	0,377	0,804

UB4	0,626	0,328	0,427	0,727	0,505	0,385	0,486	0,527	0,448	0,514	0,802
-----	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

3. Nilai *Fornell-Larcker*

	BI	EE	FC	HB	HM	PE	PS	PT	PV	SI	UB
BI	0,859										
EE	0,524	0,794									
FC	0,648	0,589	0,815								
HB	0,679	0,409	0,504	0,836							
HM	0,694	0,576	0,627	0,615	0,861						
PE	0,634	0,500	0,510	0,443	0,617	0,805					
PS	0,555	0,324	0,418	0,516	0,458	0,445	0,858				
PT	0,721	0,492	0,624	0,598	0,599	0,601	0,748	0,898			
PV	0,634	0,514	0,613	0,519	0,616	0,598	0,539	0,687	0,855		
SI	0,603	0,445	0,512	0,500	0,563	0,468	0,546	0,571	0,561	0,853	
UB	0,764	0,415	0,495	0,747	0,583	0,528	0,504	0,604	0,546	0,483	0,847



LAMPIRAN 7

HASIL MODEL STRUKTURAL (*INNER MODEL*)

1. Koefisien Determinasi (*R-Square*)

	R-square	R-squareadjusted
BI	0,705	0,693
UB	0,584	0,583

2. Path Coefficient (*Mean, STDEV, T-Values, P-Values*)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
BI -> UB	0,764	0,767	0,033	23,429	0,000
EE -> BI	0,009	0,009	0,042	0,206	0,418
FC -> BI	0,136	0,130	0,065	2,110	0,017
HB -> BI	0,250	0,254	0,076	3,313	0,000
HM -> BI	0,142	0,140	0,071	1,990	0,023
PE -> BI	0,167	0,170	0,064	2,620	0,004
PS -> BI	-0,021	-0,021	0,061	0,336	0,368
PT -> BI	0,240	0,240	0,071	3,379	0,000
PV -> BI	0,011	0,015	0,061	0,180	0,429
SI -> BI	0,115	0,110	0,053	2,188	0,014

الجامعة الإسلامية
الابستد الاندو