

ANALISIS *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE*, DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP MINAT PEMBAYARAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS)

Mohamad Sajili¹, Iyus Wiadi²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Paramadina, Indonesia

Email Korespondensi : mohamad.sajili@paramadina.ac.id

ABSTRACT

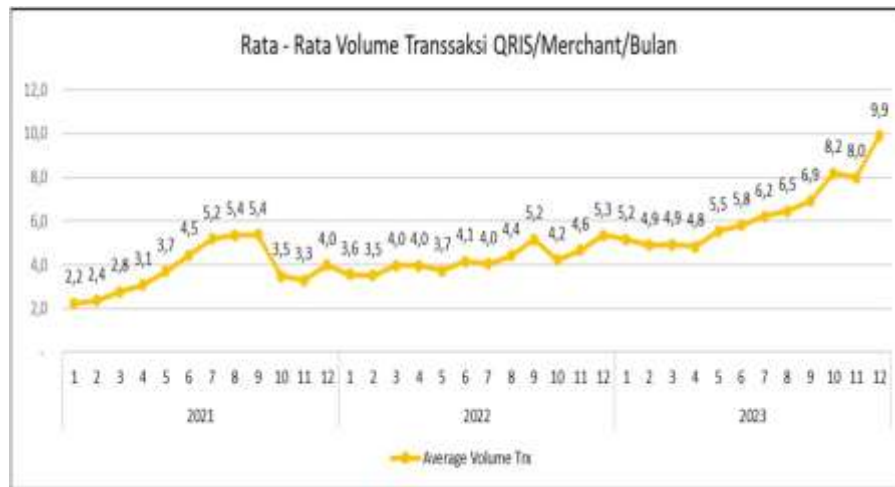
This research aims to determine perceptions regarding the use of QRIS as a digital-based payment system in Jakarta. The research method uses quantitative methods. This sample was taken using a questionnaire. The population in this sample is application users in Jakarta who use the QRIS application as a means of payment. The sample used in this questionnaire was 113 people, and the method of distributing the questionnaire was via Google Form which had been adjusted to the questions for each variable. Data analysis in this study used PLS-Sem. The research results show that there is a positive and significant influence between perceived ease of use and perceived usefulness on behavior of use. There is no influence between perception of security on behavior of use.

Keywords: *QRIS, perceived usefulness, perceived ease to use, perceived risk, digital payment system.*

INTRODUCTION

Transformasi teknologi membawa perubahan besar pada kemampuan ekonomi dan ekosistem digital di Indonesia. Tingkat Penetrasi internet saat ini telah mencapai 78 persen atau setara 216 juta jiwa dari jumlah populasi nasional. Pertumbuhan ini tentunya berdampak pada peningkatan daya saing digital, termasuk ekonomi keuangan digital. Indonesia kini tercatat sebagai negara dengan nilai ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara. Ditengah perkembangan teknologi saat ini, salah satu perkembangannya berdampak juga pada suatu metode pembayaran non-tunai dalam bertransaksi, yaitu pembayaran menggunakan kartu, mobile payment atau *e-wallet*. Selain itu, saat ini Bank Indonesia sebagai regulator system pembayaran di Indonesia meluncurkan system pembayaran baru melalui QRIS. Quick Responses Code Indonesian Standard (QRIS) merupakan fasilitas pembayaran digital yang disediakan oleh Bank Indonesia. Saat ini, QRIS telah banyak digunakan oleh para pelaku usaha

salah satunya pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai system pembayaran non-tunai yang lebih mudah, praktis, dan efisien. Keunggulan QRIS antara lain dapat menerima *switching* dari berbagai jenis merchant yang berbeda.



Sumber: Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia, 2023

Berdasarkan data laporan yang diolah oleh Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), pada Desember 2022, transaksi QRIS terus menunjukkan trend kenaikan yang sangat signifikan sampai dengan akhir Sep 2022. Secara total, volume transaksi QRIS dari Januari sampai dengan September 2022 mencatat pertumbuhan sebesar 137,8 % dibanding periode Januari sampai September tahun 2021. Total volume transaksi QRIS sampai dengan akhir September 2022 mencapai 674,5 juta transaksi. Fenomena yang sama juga tampak pada total nominal transaksi QRIS yang sampai dengan akhir September 2022 mencatat pertumbuhan sebesar 319,8 % dibandingkan periode yang sama tahun 2021. Pada periode Jan-Sep 2022, total nominal transaksi QRIS mencapai IDR 69,3 T. Khusus bulan Sep 2022 mencatat rekor baru dengan 112 juta transaksi senilai IDR 10,9 T.

Persentase off us dari sisi volume transaksi QRIS juga terus menunjukkan peningkatan dibandingkan periode yang sama tahun 2021. Secara rata-rata volume transaksi off us QRIS sampai dengan September 2022 mencapai 61,2% dibandingkan 35,6% di periode sama tahun 2021. Sementara dari sisi nominal transaksi, persentase off us juga meningkat signifikan di tahun 2022. Secara rata-rata, persentase nominal transaksi off us sebesar 72,4%, dibandingkan 53% pada periode yang sama tahun 2021. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan satu aplikasi QRIS untuk semua transaksi QRIS dengan konsep interkoneksi dan interoperabilitas terus meningkat.

Sementara itu, trend pertumbuhan pengguna QRIS semakin meningkat dengan laporan tahun 2023 jumlah merchant QRIS per akhir Des 2023 mencapai 30,4 juta merchant atau mencatat pertumbuhan sebesar 26,9% dibandingkan posisi akhir Des 2022. Jumlah User QRIS juga tumbuh signifikan dan per akhir Des 2023 sdh mencapai 45,6 juta user atau tumbuh sebesar 58,5% dibandingkan posisi akhir Des 2022. Rata-rata volume transaksi QRIS/merchant/bulan pada Q4 tahun 2023 di kisaran 8,2 sampai dengan 9,9 transaksi/merchant/bulan. Dari sisi nominal, rata-rata nominal transaksi QRIS/merchant/bulan di kisaran Rp 827 ribu – Rp 1,17 juta/merchant/bulan. Angka rata-rata transaksi per merchant QRIS ini menunjukkan trend positif/naik cukup signifikan dibandingkan periode sebelumnya.

Sebagai salah satu instrument pembayaran digital, QRIS yang dikeluarkan oleh berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) berbentuk QR Code berkompetisi menyediakan berbagai fitur yang mudah, memberikan benefit bagi para konsumennya serta meningkatkan kualitas pelayanan, serta kemudahan dalam penggunaan aplikasi dalam proses transaksi. Kemudahan penggunaan merupakan keyakinan individu dalam mudahnya penggunaan sebuah teknologi tanpa memaklaim usaha yang keras. Persepsi kegunaan merupakan sebuah tahap sejauh mana individu meyakini bahwa penggunaan teknologi dapat memiliki manfaat serta meningkatkan kinerjanya. Para konsumen banyak yang menggunakan teknologi QRIS dalam transaksi pembayaran artinya masyarakat percaya bahwa teknologi pembayaran digital memiliki kegunaan serta memiliki manfaat. Faktor resiko juga akan menimbulkan sebuah sikap pelanggan, baik sikap positif maupun negatif serta mendorong individu kepercayaan pelanggan.

Ada pula kepercayaan peluang usaha, dalam hal ini pelaku UMKM yang menggunakan Standar Quick Response Code (QRIS) Indonesia, serta faktor risiko yang perlu diperhatikan. Semakin tinggi tingkat risiko seseorang maka semakin rendah rasa percaya dirinya. Sebaliknya, semakin rendah risiko yang diterima seseorang maka semakin tinggi rasa percaya diri. Dalam penelitiannya, Prasetya dan Putra (2020) menemukan fakta bahwa pemahaman masyarakat terhadap uang elektronik (e-money) perlu lebih ditingkatkan dan emiten diharapkan dapat mempermudah operasional dan menambah banyak fungsi layanan pada smartphone. Menurut penelitian Saputri (2020), faktor utilitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan QRIS. Penggunaan Internet dan Web dalam bisnis disebut juga dengan e-commerce.

Secara khusus, perdagangan elektronik mengacu pada transaksi yang dapat terjadi secara virtual antar organisasi dan antara organisasi dan individu (Laudon, 2014). Menurut Javalgi dan Ramsey (2001), operasi e-commerce terutama mengacu pada proses internal yang mendukung hubungan konsumen, transaksi pemilik bisnis, dan transaksi bisnis-ke-bisnis. Pada dasarnya hal ini berlaku untuk acara yang berlangsung

secara online dan online. Perdagangan adalah pertukaran nilai (seperti uang) melintasi batas administratif atau individu dengan imbalan barang dan jasa. Perdagangan elektronik telah mengubah cara perusahaan melakukan bisnis (Darch dan Lucas, 2002). Menurut Laudon (2014), perkembangan perdagangan elektronik sangat pesat karena karakteristik unik dari Internet dan Web. Pertumbuhan e-commerce di negara-negara ASEAN khususnya di Indonesia sangat pesat, jumlah pengguna Internet mencapai 88,1 juta (Presiden RI, 2016), dan nilai bisnis Indonesia sebesar 130 triliun rupiah. Tren ini tidak hanya terjadi pada bisnis kota-kota besar di Indonesia saja, namun juga terjadi pada bisnis kota-kota kecil akibat berkembangnya pasar bisnis elektronik.

LITERATURE REVIEW

QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) merupakan standar nasional QR Code pembayaran yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia (BI) yang digunakan dalam memfasilitasi transaksi pembayaran di Indonesia (Paramitha & Kusumaningtyas, 2020). QR Code itu sendiri merupakan serangkaian kode yang memuat data atau informasi berupa identitas pedagang atau pengguna, nominal pembayaran, dan/atau mata uang yang dapat dibaca dengan alat tertentu dalam rangka transaksi pembayaran (Kristanti & Marta, 2021). Pembayaran digital dengan menggunakan QRIS dilakukan melalui aplikasi uang elektronik server based, dompet elektronik atau digital serta mobile banking. Sistem QR Code pada QRIS menggunakan Merchant Presented Mode (MPM) dan didukung spesifikasi interkoneksi antar penyelenggara. Jadi, ketika melakukan transaksi pengguna (user) hanya cukup scan QR yang telah tersedia di merchant-merchant (pelaku usaha) yang sudah bekerjasama dengan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) dan kasir cukup memantau status transaksi dari aplikasi. Pembayaran menggunakan QRIS ini dapat dilakukan tanpa kotak fisik sama sekali. Beberapa contoh aplikasi di Indonesia yang terhubung diantaranya LinkAja, OVO, Gopay, DANA, Yap!, TBank, Mandiri e-cash serta diberbagai mobile banking lainnya (Paramitha & Kusumaningtyas, 2020).

Repurchase Intention

Niat membeli kembali ketika seseorang memutuskan untuk membeli produk atau jasa tertentu perusahaan/perusahaan yang sama untuk kedua kalinya dengan memperhatikan kondisi terkini dan lingkungan. Pembelian yang tidak direncanakan, pembelian yang direncanakan sebagian, dan pembelian yang direncanakan sepenuhnya. Aribowo dan Nugroho (2013) mengartikan niat pembelian yang dijelaskan oleh Engel sebagai ukuran kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu dalam hal ini adalah bertransaksi, yaitu niat bertransaksi ditentukan bersama-sama oleh sikap dan norma sosial. Niat membeli kembali sebagai seseorang memutuskan untuk membeli produk atau jasa tertentu dari perusahaan/perusahaan yang sama untuk kedua kalinya,

dengan memperhatikan kondisi dan lingkungan saat ini. Maksud niat membeli kembali di sini adalah seberapa besar niat seseorang untuk melakukan pembelian kembali minimal satu kali menggunakan atau bertransaksi online melalui web Tokopedia.com.

Perceived of Usefulness

Utilitas adalah kemungkinan subjektif bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kemampuan pengguna untuk melakukan tugas tertentu. Mathwick dkk (2001) mendefinisikan manfaat sebagai sejauh mana seseorang mengharapkan suatu sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. Bertentangan dengan Davis, Salisbury et al (2001) menemukan dalam penelitiannya bahwa persepsi kegunaan mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap niat membeli. Menurut penelitian Salisbury dkk, beberapa peneliti seperti Nugroho (2009), Mahardika dan Saino (2013), Eze dkk (2011), Trisnawati, Suroso, dan Kumorohadi (2012), Chiu dkk (2008), Lee. dan Wan (2008), Abdullah, Ward dan Ahmed (2016), Aren dkk (2013), Hamid dkk (2017) menemukan dalam penelitiannya bahwa persepsi kegunaan mempengaruhi niat membeli konsumen. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi kegunaan memegang peranan penting dalam niat perilaku seseorang terhadap suatu sistem. Hal inilah yang menjadi dasar penulis untuk memasukkan faktor-faktor yang dianggap berguna sebagai salah satu variabel penelitian dalam penelitian ini.

Perceived Ease of Use

Menurut Pavlou (2001), persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai motivasi intrinsik dalam menggunakan teknologi untuk acara Internet. Menurut Adams, Nelson dan Todd (1992), intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih umum digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih mudah dipahami, mudah digunakan, dan mudah digunakan. Kita mulai dengan studi Davis et al. (1989), yang menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi niat pengguna terhadap sistem yang digunakan. Selain itu, beberapa peneliti seperti Salisbury et al. (2001), Nugroho (2009), Eze dkk. (2011), Trisnawati, Suroso, dan Kumorohadi (2012), Chiu dkk. (2008), Hansen, Saridakis, dan Benson (2017) Abdullah, Ward dan Ahmed (2016), Ashraf, Thongpapanl, dan Spyroupolou (2015), Aren dkk. (2013), Hamid dkk. (2017) juga menemukan dalam penelitiannya bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian.

Perceived of Security

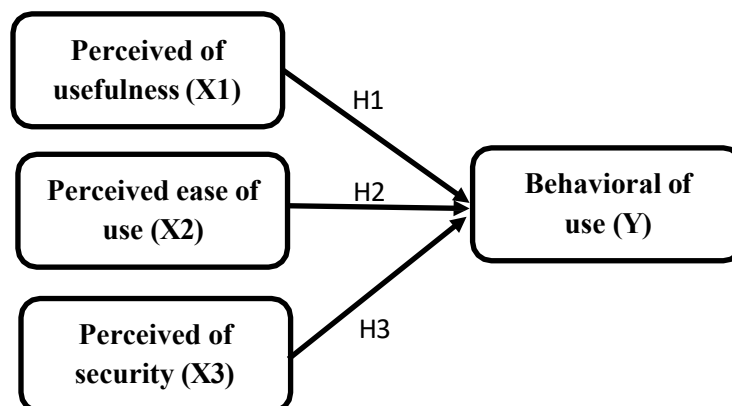
Hal ini dianggap sebagai faktor risiko penting yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen mengenai pembelian suatu produk atau konsumsi

berbagai layanan. Menurut Salisbury dkk. (2001), persepsi keamanan online mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa situs web atau penyedia layanan online aman dan sangat aman, yang penting ketika mentransfer informasi kartu kredit, misalnya. Lallmahamood (2007) mendefinisikan pemahaman pengguna tentang perlindungan ancaman keamanan informasi dan pengelolaan data pribadi di lingkungan online. Eid (2011) mendefinisikan persepsi keamanan sebagai persepsi konsumen terhadap keamanan dalam konteks e-commerce. Dari analisa sebelumnya dapat disimpulkan bahwa keamanan yang dirasakan adalah keyakinan yang dirasakan konsumen bahwa keamanan sistem informasi dan informasi yang dimilikinya tidak akan dicuri atau disalahgunakan dalam hal-hal yang terjadi melalui Internet.

RESEARCH METHOD

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Variabel yang digunakan yaitu *perceived of usefullnes* (X1), *perceived of use* (X2), *perceived of security* (X3), dan *behavioral intention to use* (Y). Metode pengambilan sampel ini menggunakan kuesioner/angket. Populasi dalam sampel ini adalah Masyarakat Jakarta yang menggunakan aplikasi QRIS sebagai alat pembayaran. Sampel yang digunakan dalam kuesioner ini berjumlah 113 orang, dan cara penyebaran kuesioner melalui *google form* yang telah disesuaikan dengan pertanyaan dari masing-masing variable. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan PLS-SEM sebagai instrument analisis data untuk menguji hipotesis. PLS- SEM digunakan karena dapat menjalankan kalkulasi secara simultan, sehingga baik untuk menghitung persamaan multivariatif (Hair, Page, et al., 2019).

Berdasarkan tinjauan pustaka yang dilakukan, penulis membangun model penelitian Dimana *perceived of usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived of security* masing-masing memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral of use*.



Hipotesis dari model penelitian pada Gambar 1 adalah sebagai berikut:

H1: *Perceived of usefulness* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral of use*

H2: *Perceived ease of use* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral of use*

H3: *Perceived of security* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral of use*

DATA ANALYSIS AND DISCUSSIONS

Ketertarikan konsumen dalam menggunakan aplikasi QRIS sebagai metode pembayaran menjadi alternatif pilihan utamanya. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil responden yang menjawab sebanyak 113 orang.

Tabel 1.1 Jenis Kelamin

Frequency			Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	70	61.9	61.9	61.9
	perempuan	43	38.1	38.1	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan data yang diolah, terdapat 113 responden dengan distribusi jenis kelamin sebagai berikut: 70 responden atau 61,9% adalah laki-laki, sementara 43 responden atau 38,1% adalah perempuan. Dengan demikian, persentase kumulatif untuk laki-laki mencapai 61,9%, dan untuk perempuan mencapai 100%, menunjukkan bahwa data tersebut mencakup seluruh populasi yang diteliti.

Tabel 1.2 Usia

Frequency			Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	22 - 26 Tahun	27	23.9	23.9	23.9
	27 - 30 Tahun	17	15.0	15.0	38.9
	31 - 34 Tahun	17	15.0	15.0	54.0
	35 - 50 Tahun	52	46.0	46.0	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

Berdasarkan data usia yang diolah dari 113 responden, distribusi usia adalah sebagai berikut: 27 responden (23,9%) berusia antara 22-26 tahun, 17 responden (15,0%) berusia antara 27-30 tahun, 17 responden (15,0%) berusia antara 31-34 tahun, dan 52 responden (46,0%) berusia antara 35-50 tahun. Persentase kumulatif menunjukkan bahwa 23,9% responden berada dalam rentang usia 22-26 tahun, 38,9% dalam rentang usia 27-30 tahun, 54,0% dalam rentang usia 31-34 tahun.

Tabel 1.3 Pekerjaan

Frequency			Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai Negeri	9	8.0	8.0	8.0
	Pegawai Swasta	85	75.2	75.2	83.2
	Wirausaha	19	16.8	16.8	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan data Tabel 1.3 pekerjaan dari 113 responden, distribusi pekerjaan adalah sebagai berikut: 9 responden (8,0%) bekerja sebagai pegawai negeri, 85 responden (75,2%) bekerja sebagai pegawai swasta, dan 19 responden (16,8%) berwirausaha. Persentase kumulatif menunjukkan bahwa 8,0% responden adalah pegawai negeri, 83,2% adalah pegawai swasta.

Tabel 1.4 Pendidikan

Frequency			Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D3	15	13.3	13.3	13.3
	S1	76	67.3	67.3	80.5
	S2	15	13.3	13.3	93.8
	SMA	7	6.2	6.2	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan data tabel pendidikan dari 113 responden, distribusi tingkat pendidikan adalah sebagai berikut: 15 responden (13,3%) memiliki pendidikan D3, 76 responden (67,3%) memiliki pendidikan S1, 15 responden (13,3%) memiliki pendidikan S2, dan 7 responden (6,2%) memiliki pendidikan SMA. Persentase kumulatif menunjukkan bahwa 13,3% responden memiliki pendidikan D3, 80,5% memiliki pendidikan S1, 93,8% memiliki pendidikan S2.

Uji Realibilitas dan Validitas

Pada penelitian ini penulis melakukan pengujian terhadap indikator-indikator instrument untuk melihat reliabilitas dan validitas, untuk melihat reliabilitas penulis melihat *outer loading* dari setiap indikator dan *composite reliability* dari setiap variabel. Sedangkan untuk validitas, penulis menggunakan *Average Variance Extracted* (AVE) untuk *convergent validity*, dan *Fornell-Larcker* untuk *divergent validity*. Baik *convergent validity* dan *divergent validity* diperlukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan itu valid (Hair, Page, et al., 2019).

Tabel 2.1 Hasil outer loading

	Behavioral of use	Perceived ease of use	Perceived of security	Perceived of usefulness
x1.1				0.843
x1.2				0.699
x1.3				0.665
x1.4				0.871
x2.1		0.831		
x2.2		0.762		
x2.3		0.711		
x2.4		0.742		
x2.5		0.695		
x3.1			0.781	
x3.2			0.787	
x3.3			0.718	
x3.4			0.793	
x3.5			0.862	
y.1	0.600			
y.2	0.809			
y.3	0.779			
y.4	0.717			
y.5	0.740			
y.6	0.825			

Sumber: data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, terlihat bahwa semua nilai *outer loading* untuk semua variabel memiliki nilai $> 0,5$. Sehingga semua item variabel lolos dalam pengujian *outer loading*.

Tabel 2.2 Fornel Lecker

	Behavioral of use	Perceived ease of use	Perceived of security	Perceived of usefulness
Behavioral of use	0.749			
Perceived ease of use	0.745	0.749		
Perceived of security	0.671	0.735	0.790	
Perceived of usefulness	0.749	0.599	0.572	0.775

Sumber: data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai setiap konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan nilai pada uji validitas (AVE). Oleh karena itu, validitas diskriminan dianggap baik sesuai dengan kriteria Fornell-Larcker dalam model penelitian ini.

Tabel 2.3 Hasil Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE	Nilai Kritis	Keterangan
Behavioral of use	0.561	$> 0,5$	Valid
Perceived ease of use	0.562	$> 0,5$	Valid
Perceived of security	0.624	$> 0,5$	Valid
Perceived of usefulness	0.600	$> 0,5$	Valid

Sumber: data diolah peneliti, 2024

Tabel 2.3 menunjukkan bahwa ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid karena menghasilkan nilai AVE $> 0,5$.

Tabel 2.4 Hasil Cronbach's Alpha

	Cronbach's Alpha	Rule of Thumb	Result
Behavioral of use	0.840	>0.7	Reliabel
Perceived ease of use	0.806	>0.7	Reliabel
Perceived of security	0.848	>0.7	Reliabel
Perceived of usefulness	0.771	>0.7	Reliabel

Sumber: data diolah peneliti, 2024

Tabel 2.4 menunjukkan bahwa seluruh variabel yang digunakan pada penelitian ini bersifat reliabel karena menghasilkan nilai *cronbach's alpha* > 0,7.

Uji Hipotesis

Pada uji hipotesis ini penulis menggunakan perhitungan Dimana P-value dan T-statistics. Jika P-value memiliki nilai lebih tinggi dari 0.05 maka hipotesis tersebut dinyatakan tidak berlaku (Black & Babin, 2019). Sedangkan untuk T-statistics, jika nilai berada diatas 1.96 maka hipotesis dapat diterima (Hair, Page, et al.,2019).

Tabel 2.5 Uji Hipotesis

Kode	Hipotesis	Original Sample	T statistics	P values	Kesimpulan
H1	Perceived ease of use -> Behavioral of use	0.377	4.202	0.000	Diterima
H2	Perceived of security -> Behavioral of use	0.141	1.739	0.083	Ditolak
H3	Perceived of usefulness -> Behavioral of use	0.443	6.262	0.000	Diterima

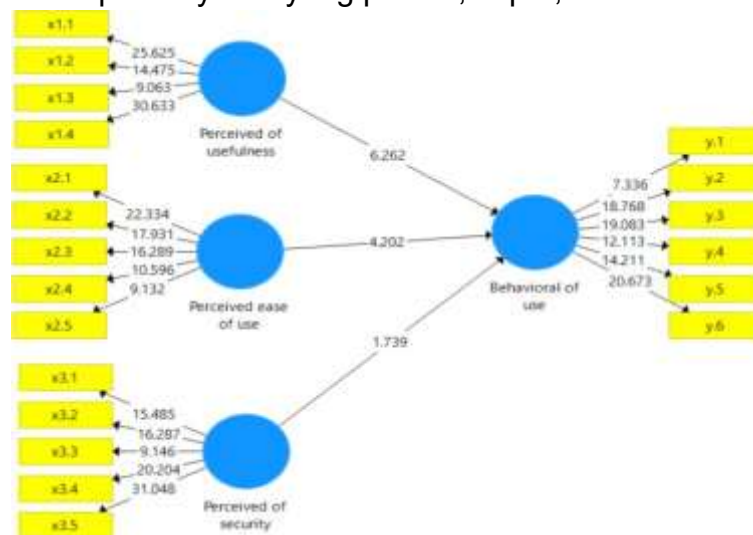
Sumber: data diolah peneliti, 2024

Hasil pengujian hipotesis diatas bahwa variabel H1, didalam kemudahan penggunaan QRIS sebagai alat untuk melakukan transaksi menunjukkan hasil yang positif signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan variabel Perceived ease of use -> Behavioral of use, didapatkan nilai P-value sebesar $0,000 < 0,05$ atau dengan kata lain H_0 ditolak dan H_a diterima. Indikator kemudahan ini yang menjadikan pengguna QRIS memilih menggunakan dalam setiap transaksi.

Sementara untuk variabel H2, didapatkan hasil Tidak terdapat pengaruh antara Perceived of security -> Behavioral of use dikarenakan nilai P-value sebesar $0,083 > 0,05$ atau dengan kata lain H_0 diterima dan H_a ditolak. Selain itu, dilihat dari persepsi keamanan, pengguna mengungkapkan bahwa resiko keamanan yang terdapat pada QRIS tidak terlalu signifikan dan risikonya pun relatif kecil.

Disamping itu, hasil penelitian pada variabel H3 menunjukkan hasil terdapat pengaruh signifikan variabel Perceived of usefulness -> Behavioral of use, dikarenakan nilai P- value sebesar $0,000 < 0,05$ atau dengan kata lain H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini dikarenakan adanya kemudahan yang diberikan pada aplikasi QRIS sehingga perilaku pengguna dapat menerima akan adanya kemudahan yang didapatkan pada aplikasi tersebut.

Dari persepsi kegunaan, para pengguna memiliki banyak kegunaan seperti mudah digunakan serta dapat dilakukan setiap merchant yang tersedia. Sementara dari persepsi kemudahan, pengguna merasa bahwa pembayaran menggunakan QRIS lebih praktis, cepat, dan tidak harus menunggu antri. Selain itu, dilihat dari persepsi keamanan, pengguna mengungkapkan bahwa resiko keamanan yang terdapat pada QRIS tidak terlalu signifikan dan risikonya pun relatif kecil. Dengan demikian, adanya aplikasi QRIS dapat memberikan solusi pembayaran yang praktis, cepat, mudah dan aman.



Gambar 1. Hasil Uji Hipotesis, Peneliti (2024)

CONCLUSIONS AND SUGGESTIONS

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, *Perceived of usefulness* dan *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral of use*. Sementara *Perceived of security* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral of use*.

Penulis merekomendasikan diperlukan adanya penggalian data lebih lanjut perihal pengguna QRIS saat ini. Selain dari ketiga variabel diatas disarankan untuk dapat meneliti entitas-entitas lain agar dapat melihat apakah hasil yang didapatkan dari studi empiris lain juga memiliki hasil yang serupa dari hasil penelitian penulis.

REFERENCES

- ⁱⁱAdinda, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gen-Z Dalam Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Sebagai Teknologi Pembayaran Digital. *Contemporary Studies in Economic, Finance and Banking*, 1(1), 167-176.
- Black, W., & Babin, B. J. (2019). Multivariate data analysis: Its approach, evolution, and impact. In *The great facilitator: Reflections on the contributions of Joseph F. Hair, Jr. to marketing and business research* (pp. 121-130). Cham: Springer International Publishing.
- Damayanti, N., Wisnalmawati, W., & Astuti, W. T. (2022). The Influence of Security, Ease of Use, Trust and Customer Satisfaction on Repeat Purchase Intentions E-Commerce Shopee. *Journal of Business and Organization Management*, 1(2), 159-170.
- Hananto, B. A., & Indrawan, I. Pengaruh Customer Satisfaction, e-service Quality, dan Trust terhadap e- wom Tokopedia di Indonesia. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 22(1), 73-86.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review*, 31(1), 2-24.
- Juan, E., & Indrawati, L. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Melakukan Pembayaran Menggunakan Qris. *Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen*, 2(1).
- Kahar, A., Wardi, Y., & Patrisia, D. (2019, April). The influence of perceived of usefulness, perceived ease of use, and perceived security on repurchase intention at Tokopedia. com. In *2nd Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2018)* (pp. 145-154). Atlantis Press.
- Ming-Yen Teoh, W., Choy Chong, S., Lin, B., & Wei Chua, J. (2013). Factors affecting consumers' perception of electronic payment: an empirical analysis. *Internet Research*, 23(4), 465-485.
- Ningsih, H. A., M Sasmita, E., & Sari, B. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Ikraith-ekonomika*, 4(1), 1-9.
- Rahadi, J., Agrecia, A., Valecia, V. G., & Nofirda, F. A. (2023). Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 31088-31093.
- Ramadhan, R. F., Komaladewi, R., & Mulyana, A. (2021). Online Purchase Decision Model From A Trust And Ease Of Use Perspective In The Online Marketplace:(Case Study At Tokopedia. Com). *Journal of Business Studies and Mangement Review*, 5(1), 155-160.

Rahimi, Y., Restuti, S., & Wasnury, R. (2024). ANALISIS PENGGUNAAN QRIS (QUICK RESPONSE INDONESIAN STANDARD) DENGAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL

(TAM). *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 3(1).

Setiawan, B., Khairani, M., Fadil, T., & Abdullah, T. M. K. (2022). Investigasi behavioral intention pada sistem pembayaran QRIS di merchant UMKM. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, 9(4), 3467-3480.

Yuliana, Y., Arwin, A., Weny, W., Lo, C., & Kuan, J. (2022). Analisis Niat Konsumen dalam menggunakan QRIS Dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal E-Bis*, 6(2), 680-690.