

Model Penerimaan QRIS: Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto

Angelina Pernanda Pramestiani¹, Azmi Fitriati², Suryo Budi Santoso³, Siti Nur Azizah⁴

¹Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Purwokerto, Indonesia, angelinapramestiani@gmail.com

²Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Purwokerto, Indonesia, azmi.fitriati@gmail.com

³Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Purwokerto, Indonesia, suryobs@gmail.com

⁴Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Purwokerto, Indonesia, sitinurazizah@ump.ac.id

Corresponding Author: angelinapramestiani@gmail.com¹

Abstract: *This research aims to analyze the factors that influence the intention to use QRIS. QRIS is type of digital payment that is currently popular in Indonesia. The success of using QRIS is determined by the user's willingness to use this technology. The population of this study were students in Purwokerto who used QRIS. The samples used was 257. The data collection technique uses accidental sampling. The analysis technique uses the SEM-PLS method. The results of this research indicate that perceived transaction convenience has a positive effect on mobile usefulness. perceived transaction speed has a positive effect on mobile ease of use. Perceptions of mobile ease of use, optimisme and personal innovativeness have a positive effect on behavioral intention. And the perception of mobile usefulness has no influence on behavioral intention. The implication of this research is to analyze students' intentions towards using QRIS and show how QRIS can increase payment efficiency.*

Keyword: *QRIS, Intention to Use, Students*

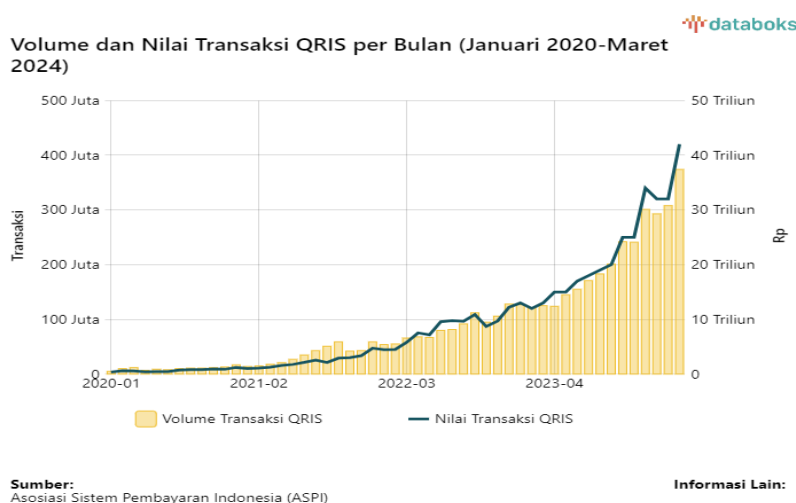
Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan QRIS. QRIS merupakan jenis pembayaran digital yang sedang populer di Indonesia. Keberhasilan penggunaan QRIS ditentukan oleh kesediaan pengguna dalam menggunakan teknologi tersebut. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa di Purwokerto yang menggunakan QRIS. Sampel yang digunakan 257. Teknik pengumpulan datanya menggunakan *accidental sampling*. Teknik analisisnya menggunakan metode SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi *Perceived Transaction Convenience* berpengaruh positif terhadap *Mobile Usefulness*. *Perceived Transaction Speed* berpengaruh positif terhadap *Mobile Ease of Use*. Persepsi *Mobile Ease of Use*, *Optimisme* dan *Personal Innovativeness* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*. Serta persepsi *Mobile Usefulness* tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*. Implikasi dari penelitian ini ialah untuk menganalisis niat mahasiswa terhadap penggunaan QRIS serta menunjukkan bagaimana QRIS dapat meningkatkan efisiensi pembayaran.

Kata Kunci: QRIS, Niat Penggunaan, Mahasiswa

PENDAHULUAN

Teknologi saat ini berkembang sangat pesat diberbagai sektor, salah satunya dibidang sistem pembayaran. Pada awalnya sistem pembayaran menggunakan sistem konvensional, kemudian beralih menjadi sistem pembayaran digital dengan pemanfaatan uang elektronik (Haryati, 2021). Sistem pembayaran digital dilakukan secara online melalui perangkat seluler seperti smartphone atau telepon seluler (Azzahroo & Estiningrum, 2021). Menurut Saripudin dkk., (2023) salah satu pembayaran digital yang sedang populer di Indonesia adalah QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standar*) yang diciptakan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). QRIS dipublikasikan pada tanggal 17 Agustus 2019. Namun, implementasi secara nasional mulai dijalankan pada tanggal 1 Januari 2020. Penerapan standar nasional QR Code untuk pembayaran diatur oleh Peraturan Dewan Anggota Gubernur (PADG) No. 18.21.2019. Peraturan tersebut diterbitkan untuk mendukung integritas ekonomi, mendukung keuangan digital nasional, meningkatkan efisiensi pengguna, serta mewujudkan penyelenggaraan sistem pembayaran yang aman dan mudah.

Bank Indonesia menjelaskan bahwa QRIS memiliki beberapa keunggulan yaitu pencatatan transaksinya terekam secara otomatis sehingga dapat memastikan pencatatan keuangan yang akurat, *real time* dan mengurangi risiko *human eror*. Transaksi menggunakan QRIS menghasilkan bukti transaksi yang dapat tersimpan dari sisi penjual dan pembeli. Bukti transaksi termasuk tahap awal di dalam siklus akuntansi, dimana setiap pembayaran yang dilakukan melalui QRIS menghasilkan bukti transaksi digital yang mencatat informasi penting, seperti nominal, waktu, identitas pihak yang bertransaksi dan ID unik transaksi. Bukti tersebut menjadi dasar untuk pencatatan dalam jurnal akuntansi, mendukung proses rekonsiliasi dan penyusunan laporan keuangan secara transparan dan efisien.



Gambar 1. Volume dan Nilai Trsansaksi QRIS
Sumber: Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia

Berdasarkan gambar 1, dijelaskan bahwa volume dan nilai transaksi QRIS pertahun mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Peningkatan volume dan nilai transaksi disebabkan karena banyaknya pengguna QRIS yang memanfaatkannya sebagai metode pembayaran non-tunai. Sari dkk., (2020) menyebutkan bahwa 68% pengguna pembayaran digital ialah generasi milenial dan generasi Z. Mahasiswa pada umumnya merupakan generasi yang paham terhadap perkembangan teknologi sehingga dianggap sebagai konsumen aktif dalam kegiatan transaksi non tunai (Aseng, 2020). Namun menurut Afandi dkk., (2022) masih banyak mahasiswa yang menggunakan pembayaran tunai daripada non tunai. Harahap dkk., (2023) menyebutkan bahwa minat mahasiswa dalam menggunakan QRIS masih kurang karena dipengaruhi

beberapa faktor salah satunya ditempat tinggal mereka belum ada yang menyediakan jasa QRIS, sehingga minat untuk menggunakan QRIS rendah. selain itu juga, mahasiswa sering mendapatkan kendala seperti kegagalan transaksi, kendala sinyal, kode QR tidak terbaca dan masih banyak lainnya. Keberhasilan suatu sistem dilihat dari bagaimana pengguna bersedia dan mampu menggunakan suatu sistem informasi tersebut (Syarwani & Ermansyah, 2020).

Penelitian ini mengimplementasikan *Mobile Technology Acceptance Model* (MTAM) sebagai dasar pengukuran penerimaan layanan seluler (Ooi & Tan, 2016). Niat penggunaan teknologi adalah faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi atau tidak (Ar Rasyid dkk., 2020). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan QRIS ialah *perceived transaction convenience*, *perceived transaction speed*, *mobile usefulness*, *mobile ease of use*, *optimisme*, dan *personal innovativeness*. Menurut Boden dkk., (2020) *perceived transaction convenience* (PTC) mengacu pada sejauh mana pengguna merasa bahwa membayar dengan QRIS dapat meningkatkan kenyamanan selama proses transaksi. Semakin nyaman aplikasi QRIS maka semakin besar manfaat yang dirasakan oleh penggunanya, sehingga mempengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan suatu sistem tersebut (Al-Qudah dkk., 2024). De Kerviler dkk., (2016), Puspita (2019) dan Yan dkk., (2021) menunjukkan bahwa persepsi PTC berpengaruh positif terhadap *mobile usefulness*. Sementara Jonathan & Soelasih (2022) menunjukkan bahwa PTC tidak berpengaruh terhadap *mobile usefulness*.

Faktor selanjutnya ialah *perceived transaction speed* (PTS). Menurut Lau & Pradana (2021), *perceived transaction speed* digambarkan sebagai pandangan subjektif yang dirasakan pengguna terkait layanan kecepatan transaksi yang dapat mempersingkat waktu. Jika kecepatan transaksinya tinggi maka akan memudahkan pengguna QRIS dalam melakukan kegiatannya, sehingga akan timbul ketertarikan untuk tetap menggunakan layanan pembayaran QRIS (Abadzmarinova, 2014). Mentari (2018) dan Yan dkk., (2021) mengungkapkan bahwa *perceived transaction speed* berpengaruh positif terhadap *mobile ease of use*. Sementara Wingdes (2020) menunjukkan bahwa *perceived transaction speed* tidak mempunyai pengaruh positif terhadap *mobile ease of use*.

Faktor ketiga yang mempengaruhi *behavioral intention* penggunaan QRIS ialah *mobile usefulness* (MU). Menurut Setiawan dkk., (2022) *mobile usefulness* diartikan sebagai tingkat keyakinan pengguna bahwa ketika mereka menggunakan QRIS dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas kerjanya. Menurut Daragmeh dkk (2021), Shetu dkk., (2022), Azizah dkk., (2022) dan Jannah dkk., (2023) membuktikan bahwa persepsi *mobile usefulness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Pengguna pada dasarnya akan memilih untuk menggunakan QRIS setelah mereka mengetahui manfaat yang diperoleh dari teknologi tersebut. Semakin tinggi manfaat yang diperoleh dari aplikasi QRIS maka akan mempengaruhi pengguna untuk terus menggunakannya. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Setiawan dkk., (2022) dan Saputra & Bahari (2024) menunjukkan bahwa persepsi *mobile usefulness* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan QRIS.

Faktor keempat yang mempengaruhi *behavioral intention* penggunaan QRIS ialah *mobile ease of use* (MEOU). Menurut Davis (1989), *mobile ease of use* merupakan harapan seseorang terhadap kemudahan penggunaan suatu sistem teknologi. Monica & Japariato (2022), Nurhapsari & Sholihah (2022) dan Shetu dkk., (2022) menunjukkan bahwa persepsi *mobile ease of use* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Semakin QRIS mudah digunakan maka akan semakin banyak yang menggunakannya, hal ini dikarenakan pengguna tidak mengalami kesulitan dalam menggunakannya. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Daragmeh dkk., (2021), Azizah dkk., (2022) dan Setiawan dkk., (2022) menunjukkan bahwa persepsi *mobile ease of use* tidak mempengaruhi *behavioral intention* dalam penggunaan QRIS.

Faktor lain yang mempengaruhi *behavioral intention* adalah *optimisme* (OP). Menurut Mustofa & Maula (2023), *optimisme* diartikan sebagai keyakinan positif seseorang terhadap sisi baiknya teknologi yang akan membawa harapan baik kedepannya. Berdasarkan pengertian tersebut dapat diketahui bahwa jika seseorang sudah memiliki sifat positif terhadap QRIS, maka akan meningkatkan kontrol kerja dan memberikan efek kemudahan yang akan mempengaruhi niat penggunaan QRIS (Faizani & Indriyanti, 2021). Humbani & Wiese, (2018) Mustofa & Maula (2023) dan Eren (2024) membuktikan bahwa *optimisme* berpengaruh positif terhadap niat perilaku penggunaan QRIS. Sementara Saputra & Bahari (2024) menyatakan bahwa *optimisme* tidak berpengaruh positif terhadap niat pengguna QRIS.

Personal innovativeness (PI) juga mempengaruhi *behavioral intention*. *Personal innovativeness* didefinisikan sebagai keberanian individu untuk mencoba fitur baru teknologi yang akan memperkuat niat seseorang dalam menggunakannya (Musyaffi dkk.,2021). Simarmata & Hia (2020), Hajazi dkk., (2021), dan Mustofa & Maula (2023) menunjukkan bahwa *personal innovativeness* berpengaruh positif terhadap niat perilaku penggunaan QRIS. Hal ini disebabkan karena pengguna cenderung lebih terbuka untuk mencoba hal-hal baru. Sementara penelitian oleh Shetu dkk., (2022) dan Saputra & Bahari (2024) menunjukkan bahwa *Personal Innovativeness* tidak memiliki pengaruh positif terhadap niat pengguna QRIS. Riset ini digunakan untuk menguji pengaruh *mobile usefulness*, *mobile ease of use*, *optimisme*, dan *personal innovativeness* terhadap *behavioral intention* mahasiswa atas penggunaan QRIS. Selain itu, untuk menguji pengaruh *perceived transaction convenience* terhadap *mobile usefulness* dan *perceived transaction speed* terhadap *mobile ease of use*.

METODE

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah survei dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan datanya dengan menyebarkan kuesioner kepada responden melalui *google form* karena penelitian ini menggunakan data primer. Skala pengukuran yang diterapkan dalam penelitian ini ialah skala likert 1-5. Populasi penelitian ini ialah mahasiswa di Purwokerto yang menggunakan aplikasi QRIS. Mahasiswa di Purwokerto berjumlah 83.000 mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan dari 8 Maret- 29 Mei 2024, menggunakan *accidental sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 257 responden. Jumlah ukuran sampel minimal 137 sampel yang ditentukan menggunakan pendekatan *power analysis* berdasarkan tabel yang sesuai indikatornya (Hair dkk., 2014). Tabel tersebut disajikan pada gambar 2.

Maximum number of arrows pointing at construct	Significance level											
	1%				5%				10%			
	Minimum R ²				Minimum R ²				Minimum R ²			
	0.10	0.25	0.50	0.75	0.10	0.25	0.50	0.75	0.10	0.25	0.50	0.75
2	158	75	47	38	110	52	33	26	88	41	26	21
3	176	84	53	42	124	59	38	30	100	48	30	25
4	191	91	58	46	137	65	42	33	111	53	34	27
5	205	98	62	50	147	70	45	36	120	58	37	30
6	217	103	66	53	157	75	48	39	128	62	40	32
7	228	109	69	56	166	80	51	41	136	66	42	35
8	238	114	73	59	174	84	54	44	143	69	45	37
9	247	119	76	62	181	88	57	46	150	73	47	39
10	256	123	79	64	189	91	59	48	156	76	49	41

Source: Hair et al. (2014)

Sample size recommendation in a PLS-SEM for a statistical power of 80%

Gambar 2. Tabel signifikansi level

Sumber: Buku Hair dkk., (2014)

Karena hasil tanggapan participant dikumpulkan pada waktu yang berbeda-beda, maka penelitian ini menggunakan *method bias* untuk *non-response bias*. Pengujian menggunakan *uji supreme full collinearity variance increased factor* (FCVIF). Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa FCVIF tertinggi pada model penelitian yaitu dibawah 3,3. Hal ini menunjukkan bahwa bias yang terjadi bukan merupakan masalah yang berarti. Peneliti menggunakan metode analisis data *Partial Least Squares - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dalam penelitian ini. Analisis PLS-SEM terdiri dari 2 uji analisis yakni *uji outer model* dan *uji inner model*. Pengujian outer model menggunakan uji *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*. Sedangkan pengujian inner model yaitu: R-Square, f-square dan uji signifikansi path coefficient. Indikator yang digunakan untuk mengukur tiap variabel, tersaji dalam tabel 1.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Kode	Item pengukuran
1	Mobile Usefulness (Ooi & Tan, 2016); (Davis, 1989); Faizani & Indriyanti (2021)	MU 1	Saya merasa menggunakan aplikasi QRIS dapat meningkatkan produktivitas pembayaran
		MU 2	Saya merasa aplikasi QRIS dapat menyelesaikan pembayaran secara efektif
		MU 3	Saya merasa transaksi menggunakan aplikasi QRIS membuat pembayaran lebih mudah
		MU 4	Saya merasa aplikasi QRIS sangat menguntungkan
2	Perceived Transaction Convenience (Teo dkk., 2015); (Muhyiddin & Fauziah, 2022)	PTC 1	Saya merasa nyaman ketika menggunakan aplikasi QRIS.
		PTC 2	Saya merasa aplikasi QRIS selalu dapat diakses.
		PTC 3	Saya dapat menyelesaikan pembayaran lewat aplikasi QRIS tanpa kesulitan.
3	Mobile Ease of Use (Ooi & Tan, 2016); (Nurikmah dkk., 2023).	MEOU 1	Saya merasa aplikasi QRIS mudah dipelajari.
		MEOU 2	Saya merasa menggunakan aplikasi QRIS tidak memerlukan banyak usaha (<i>effort</i>)
		MEOU 3	Saya merasa interaksi dengan aplikasi QRIS sangat jelas dan mudah dimengerti.
		MEOU 4	Saya merasa terampil dalam menggunakan aplikasi QRIS.
4	Perceived Transaction Speed (Teo dkk., 2015); (Eren, 2024)	PTS 1	Saya percaya aplikasi QRIS dapat meningkatkan kecepatan bertransaksi
		PTS 2	Saya merasa aplikasi QRIS dapat menghemat waktu
		PTS 3	Saya merasa aplikasi QRIS lebih cepat dibandingkan dengan metode tunai
5	Optimisme (Nahzdifah dkk., 2022); (Lu dkk., 2011)	OP 1	Saya merasa aplikasi QRIS memberikan kontrol dalam berbelanja
		OP 2	Saya merasa nyaman menggunakan aplikasi QRIS sebagai teknologi baru
		OP 3	Saya menyukai aplikasi QRIS karena penggunaanya tidak terbatas
6	Personal Innovativeness Slade dkk., (2015); (Khadka & Kohsuwan, 2018)	PI 1	Saya suka bereksperimen menggunakan aplikasi QRIS
		PI 2	Saya selalu mencoba fitur baru aplikasi QRIS
		PI 3	Saya menjadi orang pertama yang mencoba aplikasi QRIS
7	Behavioral Intention Tan dkk., (2014); Fathi & Wandebori (2024)	BI 1	Saya selalu menggunakan aplikasi QRIS dimasa depan
		BI 2	Saya berencana untuk terus menggunakan aplikasi QRIS jika ada kesempatan
		BI 3	Saya selalu menggunakan aplikasi QRIS dibandingkan layanan lain
		BI 4	Saya selalu merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan aplikasi QRIS.

Sumber: hasil analisis data, 2024

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Mobile technology acceptance model (MTAM)

MTAM sebagai model dasar yang digunakan untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan layanan teknologi seluler. Model ini diusulkan oleh Ooi & Tan (2016) sebagai pengembangan *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM dianggap kurang relevan karena membahas respons masyarakat terhadap penggunaan teknologi secara umum (Khoiroh & Pangestuty, 2022). Menurut Lew dkk., (2020) MTAM dikembangkan untuk mengatasi masalah penerapan akibat perbedaan respons pengguna terhadap penggunaan seluler. MTAM dikembangkan menggunakan dua konstruk yaitu *mobile usefulness* dan *mobile ease of use*. Menurut Ooi & Tan (2016) *mobile usefulness* mengacu bagaimana efisiensi ditingkatkan melalui perangkat seluler, sedangkan *mobile ease of use* mengacu pada bagaimana pembayaran melalui perangkat seluler menjadi mudah. Phan & Daim (2011) menyarankan penambahan variabel untuk memperdalam pemahaman terkait faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi inovatif, khususnya dalam layanan seluler. Dengan demikian, Chen (2008) dan Kim dkk., (2010) menyarankan faktor-faktor diluar dimensi teknologi perlu dimasukkan. Sehingga, pada penelitian ini menggunakan variabel tambahan lainnya berupa *perceived transaction convenience*, *perceived transaction speed*, *optimisme*, dan *personal innovativeness*.

Menurut Fathi & Wandebori (2024), *behavioral intention* merupakan niat seseorang untuk menggunakan suatu layanan yang tercermin dalam sikap dan ketertarikan seseorang terhadap teknologi. *Behavioral intention* juga didefinisikan sebagai kesediaan pengguna untuk menggunakan suatu sistem (Nazmi dkk., 2024). Menurut Tan dkk., (2014) indikator pengukuran *behavioral intention* yaitu niat untuk menggunakannya dimasa depan, menggunakannya dikehidupan sehari-hari dan berencana untuk terus menggunakannya secara rutin.

Perceived Transaction Convenience adalah kenyamanan yang dirasakan saat bertransaksi, baik dari segi energi yang dikeluarkan dan efisiensi waktu. Kenyamanan diukur melalui indikator keamanan dan kemudahan bertransaksi (Muhyiddin & Fauziah, 2022). Mahasiswa dapat merasakan kenyamanan bertransaksi ketika QRIS dapat diakses dan tidak menemukan kesulitan dalam menggunakannya (Teo dkk., 2015).

Perceived Transaction Speed diartikan sebagai tingkat pemahaman individu terhadap bagaimana kode QR dapat meningkatkan kecepatan transaksi saat melakukan pembayaran (Eren, 2024). Kecepatan transaksi QRIS bisa dilihat dari indikator pengukurannya seperti, dengan menggunakan QRIS dapat meningkatkan kecepatan transaksi, menghemat waktu dan QRIS lebih cepat dibandingkan dengan metode pembayaran tunai (Teo dkk., 2015).

Menurut Faizani & Indriyanti (2021), *mobile usefulness* merupakan sebuah persepsi terhadap penggunaan teknologi yang dapat meningkatkan kinerjanya. Persepsi *mobile usefulness* dapat diukur melalui kecepatan kerja, manfaat, peningkatan produktivitas, efektivitas dan peningkatan kinerja (Davis, 1989). Didalam layanan QRIS, terdapat manfaat yang diperoleh mahasiswa diantaranya dengan menggunakan QRIS dapat menyelesaikan pembayaran dengan cepat dan mudah sehingga akan meningkatkan efektivitas pekerjaan dibandingkan menggunakan metode pembayaran lain (Ooi & Tan, 2016).

Mobile Ease of Use mengukur seberapa mudah seseorang menggunakan suatu sistem (Nurikmah dkk., 2023). Semakin pengguna merasakan kemudahan terhadap suatu sistem, maka akan timbul rasa ketertarikan dalam penggunaan sistem tersebut. Kemudahan yang dirasakan oleh mahasiswa disebabkan karena QRIS mudah dipelajari, mudah dimengerti, tidak memerlukan banyak usaha, interaksi QRIS sangat jelas. Selain itu, dengan menggunakan QRIS membuat mahasiswa menjadi terampil dalam menggunakannya (Ooi & Tan, 2016).

Optimisme mencerminkan pandangan positif terhadap suatu teknologi (Saputra & Bahari, 2024). Sikap optimisme terhadap QRIS bisa dilihat dari layanan tersebut memberikan rasa nyaman memberikan kontrol dalam berbelanja, dan penggunaannya tidak terbatas

(Nahzdifah dkk., 2022). semakin tinggi tingkat optimisme mahasiswa terhadap QRIS maka akan mempengaruhi mereka untuk menggunakan layanan tersebut.

Personal Innovativeness merupakan suatu kecenderungan untuk menjadi pelapor teknologi (Khadka & Kohsuwan, 2018). Menurut Slade dkk., (2015) semakin pengguna memiliki tingkat inovasi yang tinggi cenderung akan lebih terbuka terhadap perubahan, keinginan untuk mencoba hal-hal baru dan ketertarikan untuk mengeksplorasi serta memanfaatkan teknologi QRIS. Dengan adanya hal itu, pengguna akan lebih sering membagikan pengalaman mereka dalam menggunakan QRIS sehingga akan mempengaruhi niat untuk menggunakannya.

Pengaruh *perceived transaction convenience* terhadap *mobile usefulness*

Perceived transaction convenience (PTC) didefinisikan sejauh mana individu merasa bahwa pembayaran menggunakan kode QR dapat meningkatkan kenyamanan dalam proses pembayaran (Chen, 2008; Boden dkk., 2020). Menurut Lau & Pradana (2021), mendefinisikan *perceived transaction convenience* sebagai platform digital yang dapat diakses kapan saja dan dianggap berhasil jika pengguna merasa nyaman karena manfaat yang diberikan. Semakin pengguna merasa nyaman terhadap QRIS maka akan berpengaruh terhadap kegunaan QRIS. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan De Kerviler dkk., (2016), Yan dkk., (2021), dan Puspita (2019) menyatakan bahwa PTC berpengaruh positif terhadap *mobile usefulness*. Berdasarkan uraian tersebut dapat diajukan hipotesis penelitian yang pertama sebagai berikut:

H1: *Perceived transaction convenience* berpengaruh positif terhadap *mobile usefulness* atas penggunaan aplikasi QRIS.

Pengaruh *perceived transaction speed* terhadap *mobile ease of use*

Perceived transaction speed (PTS) diartikan sebagai sejauh mana individu merasa pembayaran menggunakan kode QR dapat mempercepat proses transaksi (Chen, 2008). Menurut Rizkiyah dkk., (2021), PTS merujuk pada kecepatan pertukaran informasi pembayaran yang dirancang untuk meningkatkan kepuasan pengguna terhadap sistem teknologi. Jika kecepatan transaksinya tinggi maka akan memudahkan pengguna QRIS dalam melakukan kegiatannya. Sehingga akan timbul ketertarikan dan kepercayaan untuk tetap menggunakan layanan pembayaran QRIS. Mentari (2018) dan Yan dkk., (2021) mengungkapkan bahwa PTS berpengaruh positif terhadap MEOU. Berdasarkan uraian tersebut dapat diajukan hipotesis penelitian yang kedua sebagai berikut:

H2: *Perceived transaction speed* berpengaruh positif terhadap *mobile ease of use* atas penggunaan aplikasi QRIS

Pengaruh *mobile usefulness* terhadap *behavioral intention*

Mobile usefulness mengacu pada bagaimana efisiensi dapat ditingkatkan melalui perangkat seluler (Ooi & Tan, 2016). Seseorang akan menggunakan aplikasi QRIS jika memberikan manfaat untuk dirinya, sehingga akan meningkatkan *behavioral intention* dalam penggunaan QRIS (Bangsa & Khumaeroh., 2023). Janneth & Sari (2022), Jannah dkk., (2023), Mareta (2023), dan Rahayu & Priyanto (2023) menyatakan bahwa *mobile usefulness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada penggunaan QRIS. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis penelitian yang ketiga dapat diajukan sebagai berikut:

H3: *Mobile usefulness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* penggunaan aplikasi QRIS.

Pengaruh *mobile ease of use* terhadap *behavioral intention*

Mobile ease of use menjelaskan bagaimana pembayaran melalui perangkat seluler menjadi mudah (Ooi & Tan, 2016). Menurut Setiawan dkk., (2022) *mobile ease of use* diartikan sebagai kemudahan seseorang dalam menggunakan teknologi tanpa membutuhkan banyak tenaga untuk mengoperasikannya. Berdasarkan pengertian tersebut dapat diketahui bahwa semakin aplikasi QRIS mudah digunakan maka akan semakin banyak yang mengoperasikannya, hal ini dikarenakan pengguna merasa tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan QRIS (Nurhapsari & Sholihah, 2022). Saputra & Bahari (2024), Mareta (2023), Pasya dkk., (2023), dan Monica & Japarianto (2022) menunjukkan bahwa *mobile ease of use* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan QRIS. Berdasarkan uraian tersebut dapat diajukan hipotesis penelitian yang keempat sebagai berikut:

H4: *Mobile ease of use* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* penggunaan aplikasi QRIS.

Pengaruh Optimisme terhadap Behavioral Intention

Optimisme adalah sikap pemikiran positif pengguna terhadap keyakinan teknologi yang dapat meningkatkan efektifitas dan fleksibilitas pekerjaan (Parasuraman & Colby, 2015; Eren, 2024). Menurut M. Aisyah & Eszi, (2020) *optimisme* merupakan pandangan positif seseorang terhadap teknologi yang dapat memberikan banyak manfaat dan meningkatkan pengendalian dalam bekerja. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tingkat optimismenya tinggi maka akan meningkatkan *behavioral intention* atas penggunaan QRIS. Humbani & Wiese, (2018), Yan dkk., (2021), Mustofa & Maula (2023) dan Eren (2024) menunjukkan bahwa optimisme berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis penelitian yang kelima dapat diajukan sebagai berikut:

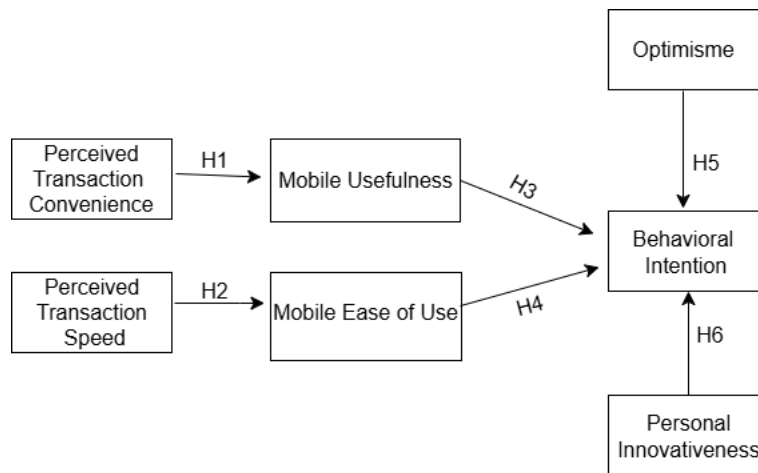
H5: *Optimisme* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* penggunaan aplikasi QRIS.

Pengaruh *personal innovativeness* terhadap *behavioral intention*

Personal innovativeness diartikan sebagai keinovatifan seseorang dalam mencoba teknologi sebagai bentuk mengekspresikan diri dalam mencari hal kebaruan dalam hidupnya (Kim dkk., 2010; Saputra & Bahari, 2024). Sementara menurut Arianita dkk., (2023) *personal innovativeness* didefinisikan sebagai keberanian seorang individu dalam mengambil resiko dari hasil mencoba teknologi baru. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna memiliki inovasi yang tinggi dalam menggunakan suatu teknologi. Semakin tinggi pengaruh personal innovativeness, akan meningkatkan *behavioral intention* (Simarmata & Hia, 2020). Mustofa & Maula (2023), Musyaffi dkk., (2021) dan Suebtimrat & Vonguai (2021) menyatakan bahwa *personal innovativeness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Berdasarkan uraian tersebut dapat diajukan hipotesis penelitian yang keenam sebagai berikut:

H6: *Personal innovativeness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* penggunaan aplikasi QRIS.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti dapat merumuskan kerangka penelitian pada riset ini sebagai berikut:



Gambar 3. Kerangka penelitian
 Sumber: Hasil analisis data, 2024

Pembahasan

Participant penelitian ini terdiri atas 257 mahasiswa di Purwokerto yang menggunakan aplikasi QRIS. Demografi *participant* disajikan pada tabel 2 yang dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang diteliti berjenis kelamin perempuan. Responden hanya menggunakan QRIS 1-10 kali/bulan. Selain itu, responden penelitian ini didominasi oleh kelompok umur 17-41 tahun yang merupakan generasi milenial dan generasi Z. sehingga diasumsikan sebagai responden yang paham terhadap penggunaan teknologi (Aseng, 2020).

Tabel 2. Karakteristik demografi

Karakteristik responden		Frekuensi (responden)	prosentase (%)
Jenis kelamin	laki-laki	81	31.6%
	perempuan	176	68.4%
Usia	17-25 tahun	254	98.9%
	26-41 tahun	3	1.1%
Frekuensi penggunaan QRIS Perbulan	1-5 kali	137	53.3 %
	6-10 kali	80	31.1%
	11-20 kali	29	11.3%
	20-30 kali	11	4.3%

Sumber: Hasil penyebaran kuesioner, 2024

Statistik deskriptif pada variabel *mobile usefulness*, *mobile ease of use*, *perceived transaction convenience*, *perceived transaction speed*, *optimisme*, *personal innovativeness* dan *behavioral intention* disajikan dalam tabel 3.

Tabel 3. Nilai rata-rata variabel

Variabel	Rata-rata
Perceived Transaction Convenience	4,010
Perceived Transaction Speed	4,000
Mobile Usefulness	4,161
Mobile Ease of Use	4,118
Optimisme	3,809
Personal Innovativeness	3,305

Behavioral Intention 3,725

Sumber: Hasil pengolahan data SEM-PLS, 2024

Berdasarkan tabel 3, nilai rata-rata dari masing-masing variabel yaitu cukup tinggi dan tinggi (3,305-4,161). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa dapat merasakan kenyamanan dan penghematan waktu saat bertransaksi. QRIS memberikan banyak manfaat seperti mudah untuk dioperasikan dan dipelajari. Selain itu, mereka memiliki sikap optimisme serta inovatif terhadap QRIS sehingga memiliki niat untuk menggunakannya.

Pengujian outer model

Pengujian outer model menggunakan nilai loading faktor, AVE dan *composite reliability* yang disajikan pada tabel 4. Indikator dianggap valid jika nilai loading faktornya lebih dari 0,7. Variabel dikatakan memiliki reliabilitas baik jika nilai *composite reliability* melebihi 0,7. Semua variabel pada tabel 4 telah memenuhi syarat karena memiliki nilai AVE lebih dari 0,5. Hal ini menandakan bahwa seluruh indikator variabel pada tabel 4 valid dan reliabel.

Tabel 4. Outer Loading, Average Variance Extracted, Composite Reliability

Variabel	Indikator	Outer Loading	AVE	Composite Reliability
Perceived Transaction Convenience	PTC 1	0.762	0,656	0,851
	PTC2	0.853		
	PTC3	0.813		
Perceived Transaction Speed	PTS1	0.861	0,743	0,897
	PTS2	0.882		
	PTS3	0.844		
Mobile Usefulness	MU1	0.823	0,646	0,880
	MU2	0.831		
	MU3	0.770		
	MU4	0.790		
Mobile Ease of Use	MEOU1	0.821	0,662	0,886
	MEOU2	0.741		
	MEOU3	0.869		
	MEOU4	0.818		
Optimisme	OP1	0.818	0,690	0,870
	OP2	0.831		
	OP3	0.844		
Personal Innovativeness	PI1	0.886	0,699	0,874
	PI2	0.882		
	PI3	0.731		
Behavioral Intention	BI1	0.831	0,656	0,884
	BI2	0.838		
	BI3	0.757		
	BI4	0.813		

Sumber: Hasil pengolahan data SEM-PLS, 2024

Pengujian Inner Model

R Square

Tabel 5. Nilai R-square

	R Square	R Square Adjusted
BI	0,492	0,484
MEOU	0,412	0,410
MU	0,517	0,516

Sumber: Hasil pengolahan data SEM-PLS, 2024

Tabel 5 menunjukkan nilai *R square adjusted* untuk *behavioral intention* sebesar 0,484. Angka tersebut menyatakan bahwa kontribusi *mobile usefulness*, *mobile ease of use*, *optimisme* dan *personal innovativeness* terhadap *behavioral intention* sebesar 48,4%. Nilai *R square adjusted mobile ease of use* sebesar 0,410. angka ini menunjukkan bahwa kontribusi *perceived transaction speed* terhadap *mobile ease of use* sebesar 41%. Sedangkan nilai *R square adjusted mobile usefulness* sebesar 0,516. angka ini menunjukkan bahwa kontribusi *perceived transaction convenience* terhadap *mobile usefulness* sebesar 51,6%.

F-Square

f-Square digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antar variabel dengan ukuran efek. Berdasarkan tabel 6, menunjukkan bahwa *mobile ease of use*, *optimisme* dan *personal innovativeness* memiliki pengaruh kecil terhadap *behavioral intention* sebesar 0,028; 0,082 dan 0,062. *Mobile usefulness* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* sebesar 0,011. Selain itu, *perceived transaction convenience* dan *perceived transaction speed* memiliki pengaruh besar terhadap *mobile usefulness* dan *mobile ease of use* sebesar 1,072 dan 0,702.

Tabel 6. Nilai f-square

	BI	MEOU	MU
BI			
MEOU	0,028		
MU	0,011		
OP	0,082		
PI	0,062		
PTC			1,072
PTS		0,702	

Sumber: Hasil pengolahan data SEM-PLS, 2024

Uji Hipotesis

Tabel 7. Hasil Path Coefficient

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
Perceived Transaction Convenience-> Mobile Usefulness	0,719	20,991	0,000	Diterima
Perceived Transaction Speed-> Mobile Ease of Use	0,642	12,617	0,000	Diterima
Mobile Usefulness-> Behavioral Intention	0,107	1,723	0,085	Ditolak
Mobile Ease of Use-> Behavioral Intention	0,180	2,740	0,006	Diterima
Optimisme -> Behavioral Intention	0,320	4,805	0,000	Diterima
Personal Innovativeness-> Behavioral Intention	0,236	3,954	0,000	Diterima

Sumber: Hasil pengolahan data SEM-PLS, 2024

Kriteria diterimanya hipotesis tersebut jika t-statistic >1,96; p-value <0,05. Selain itu, untuk melihat pengaruh suatu konstruk berpengaruh positif atau negatif dilihat dari original sampel. Dari hasil pengujian yang dilakukan, menunjukkan bahwa variabel *perceived transaction convenience* memiliki pengaruh positif terhadap *mobile usefulness*. Variabel *perceived transaction speed* memiliki pengaruh positif terhadap *mobile ease of use*. Variabel *mobile ease of use*, *optimisme* dan *personal innovativeness* memiliki pengaruh positif terhadap

behavioral intention. Namun variabel *mobile usefulness* tidak memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention*.

Hasil pengujian hipotesis pertama

Berdasarkan tabel 7, membuktikan bahwa *perceived transaction convenience* memiliki pengaruh positif terhadap *mobile usefulness*. Hasil ini sesuai dengan teori MTAM, bahwa keberhasilan suatu adopsi layanan seluler dipengaruhi faktor dimensi luar teknologi salah satunya *perceived transaction convenience* (Chen, 2008). Menurut Nawawi (2020) ada alasan yang mendasari mahasiswa menggunakan pembayaran digital yaitu kenyamanan dalam bertansaksi. Berdasarkan tabel 3, nilai rata-rata variabel *perceived transaction convenience* memiliki nilai tinggi sebesar 4,010. Hal ini menyatakan bahwa mahasiswa dapat merasakan kenyamanan dalam menggunakan QRIS, kemudahan dalam mengaksesnya dan tidak merasakan kesulitan saat menggunakannya. Hasil ini sejalan dengan penelitian Puspita, (2019) dan Yan dkk., (2021) yang menyatakan bahwa *perceived transaction convenience* memiliki pengaruh positif terhadap *mobile usefulness*. Pada penelitian ini mengindikasikan bahwa rasa nyaman yang dimiliki mahasiswa dalam menggunakan QRIS, menandakan secara tidak langsung bahwa sistem tersebut telah memberikan manfaat kepada penggunanya.

Hasil pengujian hipotesis kedua

Berdasarkan tabel 7, menunjukkan bahwa *perceived transaction speed* memiliki pengaruh positif terhadap *mobile ease of use*. Semakin tinggi kecepatan transaksi QRIS, maka akan semakin mempengaruhi kemudahan mahasiswa dalam menggunakannya. Hasil ini sesuai dengan teori MTAM, bahwa keberhasilan suatu adopsi layanan seluler dipengaruhi faktor dimensi luar teknologi salah satunya *perceived transaction Speed* (Chen, 2008). Hal ini juga didukung dalam tabel 3, bahwa nilai rata-rata variabel *perceived transaction speed* memiliki nilai tinggi sebesar 4,000. Artinya mahasiswa setuju bahwa QRIS dapat menghemat waktu dan transaksinya lebih cepat dibandingkan metode tunai. Bank Indonesia dan ASPI mendesain pembayaran QRIS dengan memindai kode QR sehingga proses pembayaran dilakukan dengan hitungan detik. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Yan dkk., (2021) yang menunjukkan bahwa *perceived transaction speed* memiliki pengaruh positif terhadap *mobile ease of use*.

Hasil pengujian hipotesis ketiga

Berdasarkan tabel 7, diketahui bahwa *mobile usefulness* tidak memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention*, sehingga hipotesis ketiga ditolak. Hal ini terlihat berdasarkan tabel 3, nilai rata-rata variabel *mobile usefulness* sebesar 4,161 termasuk dalam kategori tinggi. Dengan adanya hal tersebut menyebabkan niat mahasiswa menggunakan QRIS terhambat. mahasiswa mengakui QRIS memiliki banyak manfaat namun tidak setiap transaksi, mahasiswa perlu menggunakannya. Hal ini bisa dipengaruhi oleh situasi tertentu dimana metode pembayaran lain lebih praktis atau tidak dibatasi oleh limit transaksi. QRIS memiliki limit harian sebesar Rp 10.000.000. Hasil ini juga tidak sejalan dengan teori MTAM, dimana teori MTAM menjelaskan bahwa penggunaan QRIS dapat meningkatkan kinerja (Ooi & Tan, 2016). Tetapi hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Setiawan dkk., (2022) dan Saputra & Bahari (2024) yang menyatakan *mobile usefulness* tidak memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention*.

Hasil pengujian hipotesis keempat

Berdasarkan tabel 7, menunjukkan bahwa *mobile ease of use* mempunyai pengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Hasil ini sesuai dengan teori MTAM yang menyatakan *mobile ease of use* akan mempengaruhi penggunaan suatu teknologi (Ooi & Tan, 2016).

Menurut Fitriati dkk., (2020) persepsi kemudahan berperan penting dalam menentukan sejauh mana suatu sistem informasi dapat diterima dan digunakan. Semakin tinggi tingkat persepsi kemudahan yang dirasakan maka akan mempengaruhi niat penggunaannya (Nurhapsari & Sholihah, 2022). Hal ini dibuktikan dalam tabel 3 dimana rata-rata variabel *mobile ease of use* sebesar 4,118 termasuk dalam kategori tinggi. Menunjukkan bahwa QRIS mudah untuk dipelajari, tidak membutuhkan banyak usaha ketika digunakan, serta dengan menggunakan QRIS membuat mahasiswa menjadi terampil dalam menggunakannya. Hasil ini sejalan dengan penelitian Mareta (2023) dan Pasya dkk., (2023) menyatakan bahwa *mobile ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*.

Hasil pengujian hipotesis kelima

Berdasarkan tabel 7, menunjukkan bahwa *optimisme* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Hasil ini sesuai dengan teori MTAM, bahwa keberhasilan suatu adopsi layanan seluler dipengaruhi faktor dimensi luar teknologi salah satunya *optimisme*. *Optimisme* mengacu pada pandangan positif mahasiswa terhadap QRIS, sehingga akan mempengaruhi niat untuk menggunakannya (Parasuraman & Colby, 2015). Berdasarkan tabel 3, nilai rata-rata variabel *optimisme* sebesar 3,809 termasuk dalam kategori cukup tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa memiliki sikap *optimisme* tinggi terhadap QRIS karena telah memberikan kontrol lebih besar dalam pengelolaan keuangan, serta dapat digunakan diberbagai tempat dan situasi sehingga penggunaannya tidak terbatas. Hasil ini sesuai dengan riset yang dilakukan Yan dkk., (2021), Mustofa dan Maulana (2023) yang menyatakan kecenderungan *optimisme* terhadap QRIS mempunyai pengaruh positif terhadap *behavioral intention*.

Hasil pengujian hipotesis keenam

Berdasarkan hasil uji hipotesis keenam, *personal innovativeness* terbukti berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Penelitian ini selaras dengan pendapat Gustantio dkk., (2024), mahasiswa adalah generasi yang terbiasa dengan teknologi sehingga mampu beradaptasi dengan inovasi baru dari pembayaran digital. Hasil ini sesuai dengan teori MTAM, bahwa keberhasilan suatu adopsi layanan seluler dipengaruhi faktor dimensi luar teknologi salah satunya *personal innovativeness*. *Personal innovativeness* mengacu pada tingkat kesediaan mahasiswa untuk mencoba aplikasi QRIS (Kim dkk., 2010). Hal ini juga dibuktikan pada tabel 3, nilai rata-rata variabel *personal innovativeness* sebesar 3,305 termasuk dalam kategori cukup tinggi. Artinya mahasiswa menjadi orang pertama dalam menggunakan QRIS serta menerima QRIS sebagai fitur baru pembayaran. Hasil ini sejalan dengan penelitian Mustofa & Maula (2023), dimana *personal innovativeness* berpengaruh positif terhadap adopsi penggunaan QRIS. Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh Musyaffi dkk., (2021) yang menyatakan *personal innovativeness* memiliki pengaruh positif terhadap niat penggunaan QRIS.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengangkat masalah rendahnya niat penggunaan QRIS dikalangan mahasiswa di Purwokerto. Berdasarkan teori MTAM, penelitian ini menguji faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknolog inovatif, khususnya layanan seluler QRIS. Berdasarkan analisis data diatas, disimpulkan bahwa Persepsi *perceived transaction convenience* berpengaruh positif terhadap *mobile usefulness*. Persepsi *perceived transaction speed* berpengaruh positif terhadap *mobile ease of use*. Persepsi *mobile ease of use*, *optimisme* dan *personal innovativeness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna QRIS. Namun persepsi *mobile usefulness* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* penggunaan QRIS.

REFERENSI

- Abadzharinova, R. S. (2014). Exploring the effect of speed of purchase on consumers intention to adopt NFC mobile payments Program: MSc in Service Management. *Copenhagen Business School*, 825.
- Afandi, A., Rukmana, L., & R, W. W. (2022). Efektivitas dan Efisiensi Sistem Pembayaran Non Tunai Quick Response Indonesian Standard (QRIS) dalam Mempengaruhi Inklusi Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Perbankan dan Keuangan*, 3(2), 73–83. <https://doi.org/10.37058/banku.v3i2.5823>
- Aisyah, M., & Eszi, I. M. (2020). Determinants of intention to use e-wallet using TRAM model. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 24(2), 167–178. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol24.iss2.art10>
- Al-Qudah, A. A., Al-Okaily, M., Alqudah, G., & Ghazlat, A. (2024). Mobile payment adoption in the time of the COVID-19 pandemic. *Electronic Commerce Research*, 24(1), 427–451. <https://doi.org/10.1007/s10660-022-09577-1>
- Ar Rasyid, R., Sunarya, E., & M Ramdan, A. (2020). Analisis Minat Menggunakan Mobile Payment Dengan Pendekatan Technology Accpetance Model Pada Pengguna Link Aja Sukabumi. *HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 116–125. <https://doi.org/10.30606/hirarki.v2i2.387>
- Arianita, A., Alfansi, I., & Anggarawati, S. (2023). Analysis Factor Affecting The Use Of Digital Payment With The Extended Utaut Model. *The Manager Review*, 5(1), 91–108. <https://doi.org/10.33369/tmr.v5i1.29733>
- Aseng, A. C. (2020). Factors Influencing Generation Z Intention in Using FinTech Digital Payment Services. *CogITO Smart Journal*, 6(2), 155–166. <https://doi.org/10.31154/cogito.v6i2.260.155-166>
- Azizah, S. N., Endratno, H., & Harjono, H. (2022). Analysis of Digital Legal Acceptance based on the Technology Acceptance Model 3 (TAM3). *Kosmik Hukum*, 22(3), 212. <https://doi.org/10.30595/kosmikhukum.v22i3.15647>
- Azzahroo, R. A., & Estiningrum, S. D. (2021). Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Teknologi Pembayaran. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17(1), 10. <https://doi.org/10.29406/jmm.v17i1.2800>
- Bangsa, J. R. and L. L., & Khumaeroh. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS ShopeePAY pada Mahasiswa SI Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen dan Akuntansi* Vol 3 (No 1) 2023 Januari. <https://jurnal.unw.ac.id/index.php/jibaku/article/view/2149>
- Boden, J., Maier, E., & Wilken, R. (2020). The effect of credit card versus mobile payment on convenience and consumers' willingness to pay. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101910>
- Chen, L. (2008). A model of consumer acceptance of mobile payment. *International Journal of Mobile Communications*, 6(1), 32–52.
- Daragmeh, A., Lentner, C., & Sági, J. (2021). FinTech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of “Generation X” in Hungary to use mobile payment. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32, 100574. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100574>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13, 319–340.
- De Kerviler, G., Demoulin, N. T. M., & Zidda, P. (2016). Adoption of in-store mobile payment: Are perceived risk and convenience the only drivers? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, 334–344.

- Eren, B. A. (2024). QR code m-payment from a customer experience perspective. *Journal of Financial Services Marketing*, 29(1), 106–121. <https://doi.org/10.1057/s41264-022-00186-5>
- Faizani, S. N., & Indriyanti, A. D. (2021). Analisis Pengaruh Technology Readiness terhadap Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention dari Quick Response Indonesian Standard (QRIS) untuk Pembayaran Digital (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi e-Wallet Go-Pay, DANA, OVO). *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, 02(02), 85–93.
- Fathi, K. A., & Wandebori, H. (2024). Investigation of Behavioral Intention To Use Digital Payment System in Indonesia From Merchant and Consumer Perspective (Case Study: Qris). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 12(2), 309–325.
- Fitriati, A., Tubastuvi, N., & Anggoro, S. (2020). The Role of AIS Success on Accounting Information Quality. *The International Journal of Management and Technology*, 4(2), 43–51.
- Gustantio, E. R., Setiawan, A., & Djajadikerta, H. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, Financial Literacy, dan Persepsi Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Z. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 11261–11273. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11417>
- Hair, J. F., Hult, T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Hajazi, M. U. A., Chan, S. S., Ya'kob, S. A., Siali, F., & Latip, H. A. (2021). Usage Intention of Qr Mobile Payment System Among Millennials in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(1), 645–661. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v11-i1/8494>
- Harahap, R. S. P., Afandi, A., Lubis, M., & Indriani, L. (2023). Determinan Preferensi Mahasiswa Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Sebagai Alat Transaksi Pembayaran. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(1), 312–319. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative%0ADeterminan>
- Haryati, D. (2021). Fenomena Cashless Society pada Generasi Milenial dalam Menghadapi Covid-19. *Business Innovation & Entrepreneurship Journal*, 3(1), 33–39. <https://nextren.grid.id>
- Humbani, M., & Wiese, M. (2018). A cashless society for all: Determining consumers' readiness to adopt mobile payment services. *Journal of African Business*, 19(3), 409–429.
- Jannah, M., Hasyim, F., & Sari, L. E. P. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Qris Pada Generasi Milenial Kabupaten Sukoharjo. *Quranomic: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(2), 125–141. <https://doi.org/10.37252/jebi.v2i2.374>
- Janneth, Z., & Sari, D. (2022). Pengaruh Trust, Perceived Risk, Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Intention to Use pada Layanan Gopay di Kota Bandung. *YUME : Journal of Management*, 5(2), 274. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.1627>
- Jonathan, R., & Soelasih, Y. (2022). Pembentuk Intention To Use Dompot Digital Melalui Consumer Attitude. *Jurnal Manajemen*, 19(1), 39–52. <https://doi.org/10.25170/jm.v19i1.2300>
- Khadka, R., & Kohsuwan, P. (2018). Understanding Consumers' Mobile Banking Adoption in Germany: An Integrated Technology Readiness and Acceptance Model (TRAM) Perspective. *Catalyst*, 18(1), 56–67.
- Khoiroh, L. H., & Pangestuty, F. W. (2022). Penerapan Mobile Technology Acceptance Model (Mtam) dalam Menggunakan Qris Sebagai Sistem. *Contemporary Studies in Economic, Finance and Banking*, 1(2), 270–282. <http://dx.doi.org/10.21776/csefb.2022.01.2.08>

- Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 310–322. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.013>
- Lau, S., & Pradana, M. N. R. (2021). Pengaruh keamanan, kecepatan transaksi dan kenyamanan terhadap penggunaan mobile payment. *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 18(2), 288–295. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/7938>
- Lew, S., Tan, G. W. ., Loh, X. ., Hew, J. ., & Ooi, K. . (2020). The disruptive mobile wallet in the hospitality industry: An extended mobile technology acceptance model. *Technology in Society*, 63. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101430>
- Lu, Y., Cao, Y., Wang, B., & Yang, S. (2011). A study on factors that affect users' behavioral intention to transfer usage from the offline to the online channel. *Computers in Human Behavior*, 27(1), 355–364. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.08.013>
- Mareta, Y., & Meiryani. (2023). Determinants of Interest Using Qris As a Payment Technology for e-Wallet by Z Generation in Indonesia. *Jurnal ilmiah indonesia*, 8(2), 801–809.
- Mentari, A. D. (2018). Pengaruh Kesadaran, Kecepatan Transaksi, Keamanan, Manfaat yang Dirasakan dengan Mediasi Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Adopsi m-banking BRI Makassar Raya. *Journal of Business and Banking*, 8(1), 157–175.
- Monica, F., & Japariato, E. (2022). Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Melalui Perceived Enjoyment Terhadap Behavior Intention Pada Digital Payment. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 9–15. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.9-15>
- Muhyiddin, H., & Fauziah, A. (2022). Pengaruh Convenience to the Customer dan Customer Perceived Value and Benefit Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 19(1), 2022.
- Mustofa, R. H., & Maula, P. I. (2023). Factors Influencing the Adoption of QRIS Use Faktor yang Berpengaruh pada Adopsi Penggunaan QRIS. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6714–6726. <http://journal.yrpiaku.com/index.php/msej>
- Musyaffi, A. M., Sari, D. A. P., & Respati, D. K. (2021). Understanding of Digital Payment Usage During COVID-19 Pandemic: A Study of UTAUT Extension Model in Indonesia. *Journal of Asian Finance*, 8(6), 475–0482. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no6.0475>
- Nahzdifah, E. D., Adnan, F., & Dharmawan, D. T. (2022). Analisis Pengaruh Kesiapan Pengguna Terhadap Penerimaan SIPENPIN Menggunakan Technology Readiness Acceptance Model. *Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, 4(3), 168–185. <https://doi.org/10.35746/jtim.v4i3.254>
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. *Emik*, 3(2), 189–205. <https://doi.org/10.46918/emik.v3i2.697>
- Nazmi, N., Azizah, S. N., Santoso, S. B., & Amir. (2024). Model Utaut Pada Perilaku Penggunaan Aplikasi Praktik Akuntansi. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 7(1), 20–36. <https://doi.org/10.22219/jaa.v7i1.30730>
- Nurhapsari, R., & Sholihah, E. (2022). Analysis of the factors of intention to use QRIS for MSMEs in Semarang City's traditional market. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 18(2), 199–211. <https://doi.org/10.21067/jem.v18i2.7291>
- Nurikmah, T., Mudjiyanti, R., Santoso, S. B., & Amir. (2023). The Influence of Perceived Ease, Perceived Risk, System Security, and Service Quality on Trust in Transactions Using Shopee E-commerce. *Innovation Business Management and Accounting Journal*, 2(4), 264–274. <https://doi.org/10.56070/ibmaj.v2i4.70>
- Ooi, K. ., & Tan, G. W. . (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credite card. *Expert Systems with Applications*, 59, 33–34. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.eswa.2016.04.015>

- Parasuraman, A., & Colby, C. L. (2015). An updated and streamlined technology readiness index: TRI 2.0. *Journal of service research*, 18(1), 59–74.
- Pasya, M. B., Nurdin, E., Yusuf, S., & Purnaman, S. M. N. (2023). The Influence of Perceived Benefits and Ease of Use Quick Response Indonesian Standard (QRIS): TAM Theory Approach. *Indonesian Annual Conference Series*, 2, 251–260. <https://ojs.literacyinstitute.org/index.php/iacseries/article/view/1089>
- Phan, K., & Daim, T. (2011). Exploring technology acceptance for mobile services. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 4(2), 339–360. <https://doi.org/10.3926/jiem.2011.v4n2.p339-360>
- Puspita, Y. C. (2019). Analisis Kesesuaian Teknologi Penggunaan Digital Payment pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen Informatika*, 9(2), 121–128.
- Rahayu, S., & Priyanto, P. R. (2023). Penggunaan Mobile Payment Pada Mahasiswa Telkom University. *Kompak :Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 16(2), 249–259. <https://doi.org/10.51903/kompak.v16i2.1261>
- Rizkiyah, K., Nurmayanti, L., Macdhy, R. D. N., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Digital Payment OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1), 107–126.
- Saputra, Y. F. E., & Bahari, A. (2024). Analisis Determinan Dan Antecedent Penggunaan Quick Response Indonesian Standard (QRIS) Pada Pembayaran Digital. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 3026–3037.
- Sari, M. A., Aminah, I., & Redyanita, H. (2020). Preferensi Generasi Millennial Dalam Memilih Pembayaran Digital (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta Depok). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(2), 97–106. <https://doi.org/10.32722/eb.v19i2.3601>
- Saripudin, Yuniarti, R., & Ernawati, D. (2023). Exploring the Factors Influencing the Adoption of QRIS as a Digital Payment in Indonesia. *The Journal of Management Theory and Practice*, 4(1), 2716–7089. https://www.researchgate.net/publication/372165100_Exploring_the_Factors_Influencing_the_Adoption_of_QRIS_as_a_Digital_Payment_in_Indonesia
- Setiawan, B., Khairani, M., Fadil, T., & Mohd Khairal ABD, T. (2022). Investigasi Behavioral Intention Pada Sistem Pembayaran QRIS Di Merchant UMKM. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 9(4), 3467–3480. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v9i4.3364>
- Shetu, S. N., Islam, M. M., & Promi, S. I. (2022). An Empirical Investigation of the Continued Usage Intention of Digital Wallets: The Moderating Role of Perceived Technological Innovativeness. *Future Business Journal*, 8(1), 1–17. <https://doi.org/10.1186/s43093-022-00158-0>
- Simarmata, M. T. A., & Hia, I. J. (2020). the Role of Personal Innovativeness on Behavioral Intention of Information Technology. *Journal of Economics and Business*, 1(2), 18–29. <https://doi.org/10.36655/jeb.v1i2.169>
- Slade, E. L., Dwivedi, Y. K., Piercy, N. C., & Williams, M. D. (2015). Modeling Consumers' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the United Kingdom : Extending UTAUT with Innovativeness , Risk , and Trust. *Psychology and Marketing*, 32(8), 860–873. <https://doi.org/10.1002/mar.20823/abstract>.
- Suebtimrat, P., & Vonguai, R. (2021). An Investigation of Behavioral Intention Towards QR Code Payment in Bangkok, Thailand. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 939–950. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.939>
- Syarwani, A., & Ermansyah, E. (2020). Analisis Penerimaan Teknologi Sistem Keuangan Desa Di Kabupaten Tabalong Menggunakan Technology Acceptance Model. *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 4(1), 1–13. <https://doi.org/10.22373/cj.v4i1.6464>

- Tan, G. W.-H., Ooi, K.-B., Chong, S.-C., & Hew, T.-S. (2014). NFC mobile credit card: The next frontier of mobile payment? *Telematics and Informatics*, *31*(2), 292–307. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tele.2013.06.002>
- Teo, A.-C., Tan, G. W.-H., Ooi, K.-B., Hew, T.-S., & Yew, K.-T. (2015). The effects of convenience and speed in m-payment. *Industrial management & data systems*, *115*(2), 311–331. <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2014-0231>
- Wingdes, I. (2020). Ekstensi TAM untuk Memprediksi Niat Menggunakan E-Money di Pontianak. *Creative Information Technology Journal*, *5*(4), 264. <https://doi.org/10.24076/citec.2018v5i4.221>
- Yan, L.-Y., Tan, G. W.-H., Loh, X.-M., Hew, J.-J., & Ooi, K.-B. (2021). QR code and mobile payment: The disruptive forces in retail. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *58*(May 2020), 102300. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102300>