

---

## Analisis Minat Penggunaan *Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)* Sebagai Metode Transaksi Keuangan Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* Studi Kasus: Generasi Y Dan Z

Ibnu Muqaffa<sup>1</sup>, Irwan Bastian<sup>2</sup>

Program Studi Sistem Informasi Bisnis Fakultas Magister Manajemen Sistem Informasi, Universitas Gunadarma, Indonesia

E-mail: ibnumuqaffa27@gmail.com<sup>1</sup>, bastian@staff.gunadarma.ac.id<sup>2</sup>

---

### Article History:

Received: 20 September 2025

Revised: 02 Oktober 2025

Accepted: 04 Oktober 2025

**Keywords:** Analisis, *Technology Acceptance Model*, QRIS.

**Abstract:** *The industrial revolution 4.0 is a technological advancement that integrates the physical and digital worlds. One of the developments in digital technology is in the financial sector, known as financial technology or commonly known as fintech. One form of digitalization in the field of financial transactions is utilizing Quick Response Codes (QR Codes). On August 17, 2019, Bank Indonesia launched the Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS), a national QR code standard used by various payment system service providers using QR codes. The purpose of this study is to identify the influencing factors that influence the interest of generations Y and Z in using QRIS as a method of digital financial transactions, through the Technology Acceptance Model (TAM) approach. Based on the results that have been produced, it can be concluded that social factors, ease of use, and perception of usefulness play an important role in the use of QRIS, by increasing awareness and ease of accessing technology, the use of QRIS can develop for the better.*

---

**Kata Kunci:** Analisis, *Technology Acceptance Model*, QRIS.

**Abstrak:** Revolusi industri 4.0 merupakan kemajuan teknologi yang mengintegrasikan dunia fisik dan digital. Salah satu perkembangan teknologi digital yaitu dalam bidang keuangan yang disebut sebagai *financial technology* atau biasa dikenal dengan fintech. Salah satu bentuk digitalisasi dalam bidang transaksi keuangan adalah memanfaatkan *Quick Response Code (QR Code)*. Pada tanggal 17 agustus 2019 Bank Indonesia telah meluncurkan *Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)* merupakan standar QR code nasional yang digunakan untuk berbagai penyelenggara jasa sistem pembayaran menggunakan QR code. Tujuan dari

---

---

penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor – faktor yang mempengaruhi yang mempengaruhi minat generasi Y dan Z dalam menggunakan QRIS sebagai salah satu metode transaksi keuangan digital, melalui pendekatan *Technology Acceptance Model* ( TAM ). Berdasarkan hasil yang telah dihasilkan mendapat kesimpulan bahwa faktor sosial, kemudahan penggunaan, serta persepsi kemanfaatan berperan penting dalam penggunaan QRIS, dengan meningkatkan kesadaran dan kemudahan dalam mengakses teknologi penggunaan QRIS dapat berkembang menjadi lebih baik.

---

## **PENDAHULUAN**

Revolusi industri 4.0 merupakan kemajuan teknologi yang mengintegrasikan dunia fisik dan digital. Salah satu perkembangan teknologi digital yaitu dalam bidang keuangan yang disebut sebagai *financial technology* atau biasa dikenal dengan fintech. Fintech merupakan hasil perpaduan antara layanan keuangan dan teknologi sehingga dapat mengubah model bisnis dari tradisional menjadi modern, salah satunya dalam transaksi keuangan dimana saat ini masyarakat mulai untuk beralih dari melakukan pembayaran secara tunai menjadi non tunai melalui pembayaran digital. Contoh metode pembayaran digital yang sudah mulai digunakan oleh masyarakat adalah QR code, dompet digital, *virtual account*, dan transfer.

Salah satu bentuk digitalisasi dalam bidang transaksi keuangan adalah memanfaatkan *Quick Response Code* (QR Code). QR code merupakan kode pembayaran dua dimensi yang terdiri dari tiga pola persegi pada sudut kiri bawah, sudut kiri atas, dan sudut kanan atas, memiliki modul hitam berupa persegi titik atau piksel, dan kemampuan menyimpan data alfanumerik, karakter, dan simbol yang digunakan untuk memfasilitasi transaksi pembayaran nirsentuh melalui pemindaian. Pada tanggal 17 agustus 2019 Bank Indonesia telah meluncurkan *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS) merupakan standar QR code nasional yang digunakan untuk berbagai penyelenggara jasa sistem pembayaran menggunakan QR code. QRIS dikembangkan secara bersama antara bank indonesia dengan industri pembayaran. Sistem pembayaran melalui QRIS sendiri secara efektif berlaku mulai sejak 1 januari 2020.

Berdasarkan informasi pada laman kementerian pendayagunaan aparatur negara dan reformasi birokrasi pada bulan juli 2024 Gubernur Bank Indonesia Perry Warjiyo mengatakan bahwa transaksi QRIS tumbuh sebesar 226,54 persen (%) secara *year on year* (yoy) dengan jumlah pengguna mencapai 50,50 juta dan jumlah merchant 32,71 juta. Direktur eksekutif BI perwakilan DKI Jakarta Arlayana Abubakar menyebutkan bahwa penggunaan metode pembayaran QRIS berpusat pada pada pembayaran sektor transportasi, makanan, dan minuman dengan mayoritas pengguna adalah generasi Z dan Y. Hal ini terjadi karena ada perubahan pola hidup, generasi Y adalah generasi yang lahir pada tahun 1981 hingga 1996, sedangkan generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012. Kedua generasi ini tumbuh bersama teknologi yang terus berkembang, sehingga ketergantungan mereka pada perangkat digital sangat besar.

Penerimaan suatu teknologi bisa ditentukan melalui pendekatan metode *Technology Acceptance Model* (TAM). *Technology Acceptance Model* (TAM) diperkenalkan pertama kali oleh Fred Davis pada tahun 1986. Pada TAM tingkat penerimaan penggunaan ditentukan oleh

---

empat konsep dasar yaitu, persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), minat untuk menggunakan (*intention to use*), dan perilaku penggunaan (*usage behaviour*). TAM digunakan sebagai dasar untuk mengetahui hubungan hubungan antar persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan minat pengguna TI (Teknologi Informasi).

Berdasarkan uraian di atas, memberikan motivasi membuat penelitian berjudul “Analisis Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Metode Transaksi Keuangan Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) Studi Kasus : Generasi Y dan Z”. Berdasarkan hasil analisis yang dihasilkan dari penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS dan dapat dilakukan pengembangan kembali dalam bidang pembayaran digital di Indonesia.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Analisis**

Analisis merupakan suatu kegiatan berpikir untuk menguraikan atau memecahkan suatu permasalahan dari unit menjadi unit terkecil (Septiani, Arribe, and Diansyah, 2020). Dapat dikatakan bahwa analisis merupakan penguraian suatu pokok secara sistematis dalam menentukan bagian, hubungan antar bagian serta hubungannya secara menyeluruh untuk memperoleh pengertian dan pemahaman yang tepat.

### **Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)**

*Quick Response Code Indonesia Standard* atau yang biasa disingkat dengan QRIS merupakan penyatuan QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. QR Code merupakan jenis barcode dua dimensi yang berisi informasi yang dapat dibaca dari berbagai arah dan mempunyai kemampuan untuk dapat dibaca walaupun kondisi 30% code rusak atau kotor. QRIS dikembangkan oleh industri yang berperan dalam bidang pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih mudah, cepat dan terjaga keamanannya.

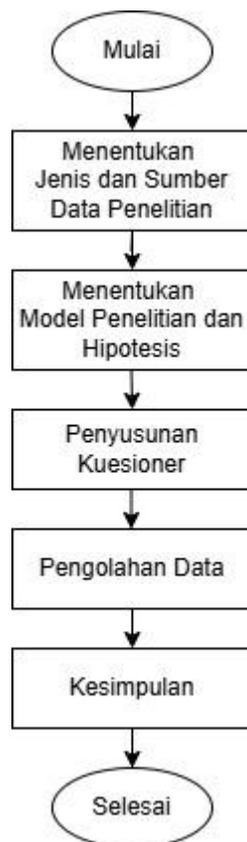
### **Technology Acceptance Model**

*Technology Acceptance Model* (TAM) adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan mengadopsi teknologi. Konsep dasar *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah kerangka kerja yang digunakan untuk memahami dan memprediksi adopsi teknologi oleh pengguna. Pada tahun 2000 Venkatesh dan Davis mengembangkan TAM 2, yang menambahkan variabel baru yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, serta menggabungkan sikap dan norma subjektif menjadi satu variabel yaitu *social influence* (Pengaruh Sosial).

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Penelitian**

Tahapan metode penelitian Analisis Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Metode Transaksi Keuangan Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) Studi Kasus: Generasi Y dan Z, meliputi studi literatur, menentukan objek penelitian, penyusunan kuesioner, pengolahan data, analisis data kuesioner dan kesimpulan. Gambar alur tahapan penelitian ditunjukkan pada Gambar 1.



**Gambar 1. Metode Penelitian**

### **Jenis dan Sumber Data Penelitian**

Dalam penyusunan penelitian ini menggunakan data dari dua jenis sumber data yaitu,

1. Data primer
2. Data sekunder

### **Data Primer**

Data primer adalah data yang diambil secara langsung dari responden menggunakan kuesioner (*Close ended questions*) yang akan dibagikan kepada masyarakat melalui google form. Pada data primer terdapat populasi dan sampel, berikut penjelasan tentang populasi dan sampel.

#### 1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2020) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan penelitian ini populasi yang akan digunakan adalah masyarakat yang berdomisili di wilayah Jabodetabek.

#### 2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2020) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Berdasarkan populasi yang akan digunakan tersebut maka penentuan jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan rumus Rao Purba (Sujarweni, 2015) yaitu:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2} \quad (3.1)$$


---

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = Tingkat keyakinan dalam penentuan sampel (95% = 1,96)

Moe = Margin of Error (10%)

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh jumlah sampel dapat diketahui sebagai berikut.

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

$$n = \frac{1.96}{4(0.1)^2}$$

$$n = 96.04$$

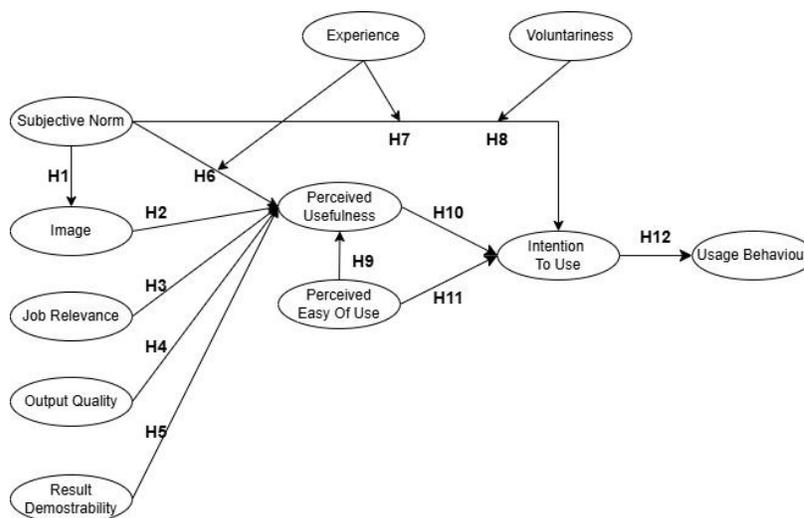
Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat diketahui sampel yang akan digunakan sebanyak 96.04 orang atau dapat dibulatkan menjadi 100 orang.

### Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang digunakan untuk menunjang penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi pada masyarakat, mencari data yang relevan dengan penelitian dan membaca referensi jurnal dan buku yang terkait dengan penelitian.

### Model Penelitian dan Hipotesis

Model penelitian merupakan kerangka konseptual yang berfungsi sebagai panduan dalam penelitian membantu peneliti dalam merumuskan hipotesis, memahami interaksi antar variabel dan mengarahkan analisis data. Model yang digunakan pada penelitian ini adalah model yang TAM 2 yang dikembangkan oleh Venkatesh dan Davis pada tahun 2000 yang ditunjukkan pada gambar 3.2.



**Gambar 2. Model Penelitian**

Berdasarkan model penelitian diatas, penelitian mempunyai hipotesis atau dugaan sementara yang akan diuji sebagai berikut:

H1 : *Subjective Norm* memiliki pengaruh positif terhadap *image* pengguna QRIS.

H2 : *Image* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived usefulness* pengguna QRIS.

H3 : *Job Relevance* memiliki pengaruh positif *perceived usefulness* pengguna QRIS.

- H4 : *Output Quality* memiliki pengaruh positif *perceived usefulness* pengguna QRIS.  
 H5 : *Result Demonstrability* memiliki pengaruh positif *perceived usefulness* pengguna QRIS.  
 H6 : *Subjective Norm* yang dimoderasi dengan *Experience* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived usefulness* pengguna QRIS.  
 H7 : *Subjective Norm* yang dimoderasi dengan *Experience* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention To Use* pengguna QRIS.  
 H8 : *Subjective Norm* yang dimoderasi dengan *Voluntariness* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention To Use* pengguna QRIS.  
 H9 : *Perceived Easy Of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived usefulness* pengguna QRIS.  
 H10 : *Perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention To Use* pengguna QRIS.  
 H11 : *Perceived Easy Of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention To Use* pengguna QRIS.  
 H12 : *Intention To Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Usage Behavior* pengguna QRIS.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Profil Responden

Pada awal pengisian kuesioner responden diminta untuk mengisi data mengenai pilihan yang mewakili profil pribadi yaitu berupa klasifikasi generasi lahir responden dan domisili tempat tinggal. Berikut adalah tabel 4.1 hasil untuk karakteristik generasi lahir responden.

**Tabel 1.** Generasi Lahir Responden

<b>Generasi</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Gen Y / Milenial	48 Responden	48%
Gen Z	52 Responden	52%
<b>Total</b>	<b>100 Responden</b>	<b>100%</b>
<b>Daerah</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Jakarta	26 Responden	26 %
Bogor	17 Responden	17 %
Depok	21 Responden	21 %
Tangerang	17 Responden	17 %
Bekasi	19 Responden	19 %
<b>Total</b>	<b>100 Responden</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan pada tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas yang mengisi kuesioner adalah generasi Z yang merupakan ada direntan usia 28 – 13 tahun, sedangkan untuk responden yang berada pada generasi Y / milenial saat ini ada direntan usia 44 – 29 tahun, sehingga untuk perbandingan antar kedua generasi tidak terlalu signifikan. Sedangkan jumlah responden berdasarkan domisili tempat tinggal mereka dari 100 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Pada gambar 4.2 dapat dilihat grafik domisili, mayoritas berasal dari Jakarta (26%), diikuti oleh Depok (21%), Bekasi 19% sedangkan Bogor, dan Tangerang masing-masing memiliki jumlah responden yang sama, yaitu 17%.

### Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid (Sugiyono, 2020). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS versi 26 64

bit for windows. Berikut ini merupakan penjelasan mengenai data yang digunakan pada perhitungan uji validitas.

- n =100
- $\alpha$  (alpha) = 0.005 (taraf signifikansi 5 %)
- r table = 0,195 (dilihat pada tabel 2 nilai r product moment n=100)

**Tabel 2.** Nilai R Product Moment

N	r	N	r	N	r	N	r	N	r	N	r	N	r
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161	0.154	201	0.138		
2	0.95	42	0.297	82	0.215	122	0.176	162	0.153	202	0.137		
3	0.878	43	0.294	83	0.213	123	0.176	163	0.153	203	0.137		
4	0.811	44	0.291	84	0.212	124	0.175	164	0.152	204	0.137		
5	0.754	45	0.288	85	0.211	125	0.174	165	0.152	205	0.136		
6	0.707	46	0.285	86	0.21	126	0.174	166	0.151	206	0.136		
7	0.666	47	0.282	87	0.208	127	0.173	167	0.151	207	0.136		
8	0.632	48	0.279	88	0.207	128	0.172	168	0.151	208	0.135		
9	0.602	49	0.276	89	0.206	129	0.172	169	0.15	209	0.135		
10	0.576	50	0.273	90	0.205	130	0.171	170	0.15	210	0.135		
11	0.553	51	0.271	91	0.204	131	0.17	171	0.149	211	0.134		
12	0.532	52	0.268	92	0.203	132	0.17	172	0.149	212	0.134		
13	0.514	53	0.266	93	0.202	133	0.169	173	0.148	213	0.134		
14	0.497	54	0.263	94	0.201	134	0.168	174	0.148	214	0.134		
15	0.482	55	0.261	95	0.2	135	0.168	175	0.148	215	0.133		
16	0.468	56	0.259	96	0.199	136	0.167	176	0.147	216	0.133		
17	0.456	57	0.256	97	0.198	137	0.167	177	0.147	217	0.133		
18	0.444	58	0.254	98	0.197	138	0.166	178	0.146	218	0.132		
19	0.433	59	0.252	99	0.196	139	0.165	179	0.146	219	0.132		
20	0.423	60	0.25	100	0.195	140	0.165	180	0.146	220	0.132		
21	0.413	61	0.248	101	0.194	141	0.164	181	0.145	221	0.131		
22	0.404	62	0.246	102	0.193	142	0.164	182	0.145	222	0.131		
23	0.396	63	0.244	103	0.192	143	0.163	183	0.144	223	0.131		
24	0.388	64	0.242	104	0.191	144	0.163	184	0.144	224	0.131		
25	0.381	65	0.24	105	0.19	145	0.162	185	0.144	225	0.13		
26	0.374	66	0.239	106	0.189	146	0.161	186	0.143	226	0.13		
27	0.367	67	0.237	107	0.188	147	0.161	187	0.143	227	0.13		
28	0.361	68	0.235	108	0.187	148	0.16	188	0.142	228	0.129		
29	0.355	69	0.234	109	0.187	149	0.16	189	0.142	229	0.129		
30	0.349	70	0.232	110	0.186	150	0.159	190	0.142	230	0.129		
31	0.344	71	0.23	111	0.185	151	0.159	191	0.141	231	0.129		
32	0.339	72	0.229	112	0.184	152	0.158	192	0.141	232	0.128		
33	0.334	73	0.227	113	0.183	153	0.158	193	0.141	233	0.128		
34	0.329	74	0.226	114	0.182	154	0.157	194	0.14	234	0.128		
35	0.325	75	0.224	115	0.182	155	0.157	195	0.14	235	0.127		
36	0.32	76	0.223	116	0.181	156	0.156	196	0.139	236	0.127		
37	0.316	77	0.221	117	0.18	157	0.156	197	0.139	237	0.127		
38	0.312	78	0.22	118	0.179	158	0.155	198	0.139	238	0.127		
39	0.308	79	0.219	119	0.179	159	0.155	199	0.138	239	0.126		
40	0.304	80	0.217	120	0.178	160	0.154	200	0.138	240	0.126		

Berikut adalah hasil pengujian uji validitas menggunakan SPSS pada setiap variabel yang digunakan:

**Subjective Norm**

Pada gambar 3 menunjukkan hasil uji validitas variabel *subjective norm* menggunakan korelasi Pearson dalam SPSS. Validitas diuji dengan melihat korelasi antara setiap indikator SN1 dan SN2 terhadap total skor variabel (SN Total). Hasilnya menunjukkan bahwa SN1 memiliki korelasi sebesar 0,862 dan SN2 memiliki korelasi sebesar 0,810.

		SN1	SN2	SNTotal
SN1	Pearson Correlation	1	.402**	.862**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
SN2	Pearson Correlation	.402**	1	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
SNTotal	Pearson Correlation	.862**	.810**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 3. Hasil Uji Validitas Variabel *Subjective Norm*

**Image**

Pada gambar 4 menunjukkan hasil uji validitas variabel *image* menggunakan korelasi Pearson dalam SPSS. Validitas diuji dengan melihat korelasi antara setiap indikator I1 dan I2 terhadap total skor variabel (ITotal). Hasilnya menunjukkan bahwa I1 memiliki korelasi sebesar 0,820 dan I2 memiliki korelasi sebesar 0,831.

		I1	I2	ITotal
I1	Pearson Correlation	1	.363**	.820**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
I2	Pearson Correlation	.363**	1	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
ITotal	Pearson Correlation	.820**	.831**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 4. Hasil Uji Validitas Variabel *Image*

**Job Relevance**

Pada gambar 5 menunjukkan hasil uji validitas variabel *job relevance* menggunakan korelasi Pearson dalam SPSS. Validitas diuji dengan melihat korelasi antara setiap indikator JR1 dan JR2 terhadap total skor variabel (JRTotal). Hasilnya menunjukkan bahwa JR1 memiliki korelasi sebesar 0,912 dan JR2 memiliki korelasi sebesar 0,879.

		JR1	JR2	JRTotal
JR1	Pearson Correlation	1	.606**	.912**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
JR2	Pearson Correlation	.606**	1	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
JRTotal	Pearson Correlation	.912**	.879**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 5. Hasil Uji Validitas Variabel *Job Relevance*

### ***Output Quality***

Pada gambar 6 menunjukkan hasil uji validitas variabel *output quality* menggunakan korelasi Pearson dalam SPSS. Validitas diuji dengan melihat korelasi antara setiap indikator OQ1 dan OQ2 terhadap total skor variabel (OQTotal). Hasilnya menunjukkan bahwa OQ1 memiliki korelasi sebesar 0,895 dan OQ2 memiliki korelasi sebesar 0,853.

		OQ1	OQ2	OQTotal
OQ1	Pearson Correlation	1	.530**	.895**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
OQ2	Pearson Correlation	.530**	1	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
OQTotal	Pearson Correlation	.895**	.853**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Gambar 6.** Hasil Uji Validitas Variabel *Output Quality*

### ***Result Demonstrability***

Pada gambar 7 menunjukkan hasil uji validitas variabel *result demonstrability* menggunakan korelasi Pearson dalam SPSS. Validitas diuji dengan melihat korelasi antara setiap indikator RD1 dan RD2 terhadap total skor variabel (RDTotal). Hasilnya menunjukkan bahwa RD1 memiliki korelasi sebesar 0,866 dan RD2 memiliki korelasi sebesar 0,863.

		RD1	RD2	RDTotal
RD1	Pearson Correlation	1	.495**	.866**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
RD2	Pearson Correlation	.495**	1	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
RDTotal	Pearson Correlation	.866**	.863**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Gambar 7.** Hasil Uji Validitas Variabel *Result Demonstrability*

### ***Experience***

Pada gambar 8 menunjukkan hasil uji validitas variabel *experience* menggunakan korelasi Pearson dalam SPSS. Validitas diuji dengan melihat korelasi antara setiap indikator E1 dan E2 terhadap total skor variabel (ETotal). Hasilnya menunjukkan bahwa E1 memiliki korelasi sebesar 0,835 dan E2 memiliki korelasi sebesar 0,838.

		E1	E2	Etotal
E1	Pearson Correlation	1	.399**	.835**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
E2	Pearson Correlation	.399**	1	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
Etotal	Pearson Correlation	.835**	.838**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 8. Hasil Uji Validitas Variabel *Experience*

**Voluntariness**

Pada gambar 9 menunjukkan hasil uji validitas variabel *voluntariness* menggunakan korelasi Pearson dalam SPSS. Validitas diuji dengan melihat korelasi antara setiap indikator V1 dan V2 terhadap total skor variabel (VTotal). Hasilnya menunjukkan bahwa V1 memiliki korelasi sebesar 0,775 dan V2 memiliki korelasi sebesar 0,815.

		V1	V2	Vtotal
V1	Pearson Correlation	1	.267**	.775**
	Sig. (2-tailed)		.007	.000
	N	100	100	100
V2	Pearson Correlation	.267**	1	.815**
	Sig. (2-tailed)	.007		.000
	N	100	100	100
Vtotal	Pearson Correlation	.775**	.815**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 9. Hasil Uji Validitas Variabel *Voluntariness*

**Perceived Usefulness**

Pada gambar 10 menunjukkan hasil uji validitas variabel *perceived usefulness* menggunakan korelasi Pearson dalam SPSS. Validitas diuji dengan melihat korelasi antara setiap indikator PU1 dan PU2 terhadap total skor variabel (PUTotal). Hasilnya menunjukkan bahwa PU1 memiliki korelasi sebesar 0,848 dan PU2 memiliki korelasi sebesar 0,825.

→ **Correlations**

		PU1	PU2	PUTotal
PU1	Pearson Correlation	1	.399**	.848**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
PU2	Pearson Correlation	.399**	1	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
PUTotal	Pearson Correlation	.848**	.825**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 10. Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Usefulness*

### *Perceived Ease Of Use*

Pada gambar 11 menunjukkan hasil uji validitas variabel *perceived ease of use* menggunakan korelasi Pearson dalam SPSS. Validitas diuji dengan melihat korelasi antara setiap indikator PE1 dan PE2 terhadap total skor variabel (PETotal). Hasilnya menunjukkan bahwa PE1 memiliki korelasi sebesar 0,766 dan PE2 memiliki korelasi sebesar 0,768.

**Correlations**

		PE1	PE2	PETotal
PE1	Pearson Correlation	1	.176	.766**
	Sig. (2-tailed)		.079	.000
	N	100	100	100
PE2	Pearson Correlation	.176	1	.768**
	Sig. (2-tailed)	.079		.000
	N	100	100	100
PETotal	Pearson Correlation	.766**	.768**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Gambar 11.** Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Ease Of Use*

### *Intention To Use*

Pada gambar 12 menunjukkan hasil uji validitas variabel *intention to use* menggunakan korelasi Pearson dalam SPSS. Validitas diuji dengan melihat korelasi antara setiap indikator IU1 dan IU2 terhadap total skor variabel (IUTotal). Hasilnya menunjukkan bahwa IU1 memiliki korelasi sebesar 0,839 dan IU2 memiliki korelasi sebesar 0,828.

**Correlations**

		IU1	IU2	IUTotal
IU1	Pearson Correlation	1	.388**	.839**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
IU2	Pearson Correlation	.388**	1	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
IUTotal	Pearson Correlation	.839**	.828**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Gambar 12.** Hasil Uji Validitas Variabel *Intention To Use*

### *Usage Behaviour*

Pada gambar 13 menunjukkan hasil uji validitas variabel *usage behaviour* menggunakan korelasi Pearson dalam SPSS. Validitas diuji dengan melihat korelasi antara setiap indikator UB1 dan UB2 terhadap total skor variabel (UBTotal). Hasilnya menunjukkan bahwa UB1 memiliki korelasi sebesar 0,844 dan UB2 memiliki korelasi sebesar 0,850.

		UB1	UB2	UBTotal
UB1	Pearson Correlation	1	.434**	.844**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
UB2	Pearson Correlation	.434**	1	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
UBTotal	Pearson Correlation	.844**	.850**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Gambar 13.** Hasil Uji Validitas Variabel *Usage Behaviour*

Berikut pada tabel 43 adalah rangkuman hasil perhitungan Uji Validitas yang telah digunakan menggunakan program SPSS,

**Tabel 3.** Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
<i>Subjective Norm</i>	1	0,862	0,195	Valid
	2	0,810	0,195	Valid
<i>Image</i>	1	0,820	0,195	Valid
	2	0,831	0,195	Valid
<i>Job Relevance</i>	1	0,912	0,195	Valid
	2	0,879	0,195	Valid
<i>Output Quality</i>	1	0,895	0,195	Valid
	2	0,853	0,195	Valid
<i>Result Demonstrability</i>	1	0,866	0,195	Valid
	2	0,863	0,195	Valid
<i>Experience</i>	1	0,835	0,195	Valid
	2	0,838	0,195	Valid
<i>Voluntariness</i>	1	0,775	0,195	Valid
	2	0,815	0,195	Valid
<i>Perceived Usefulness</i>	1	0,848	0,195	Valid
	2	0,825	0,195	Valid
<i>Perceived Ease Of Use</i>	1	0,766	0,195	Valid
	2	0,768	0,195	Valid
<i>Intention To Use</i>	1	0,839	0,195	Valid
	2	0,828	0,195	Valid
<i>Usage Behaviour</i>	1	0,844	0,195	Valid
	2	0,850	0,195	Valid

Berdasarkan tabel 3 hasil uji validitas, dapat dilihat  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , maka uji validitas yang terdiri dari 22 pertanyaan dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang telah dinyatakan valid, suatu variabel dikatakan reliabel. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS versi 26 64

bit for windows. Berikut ini merupakan penjelasan mengenai data yang digunakan pada perhitungan uji validitas.

- $n = 100$
- $\alpha$  (alpha) = 0.005 (taraf signifikansi 5 %)
- $r$  table = 0,195 (dilihat pada tabel 4.3 nilai  $r$  product moment  $n=100$ )

Berikut adalah hasil pengujian uji validitas menggunakan SPSS pada setiap variabel yang digunakan:

### ***Subjective Norm***

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditampilkan pada gambar 14, nilai cronbach's alpha untuk variabel *subjective norm* adalah 0,569.

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.569	.574	2

**Gambar 14.** Hasil Uji Reliabilitas *Subjective Norm*

### ***Image***

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditampilkan pada gambar 15, nilai cronbach's alpha untuk variabel *image* adalah 0,533.

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.533	.533	2

**Gambar 15.** Hasil Uji Reliabilitas *Image*

### ***Job Relevance***

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditampilkan pada gambar 16, nilai cronbach's alpha untuk variabel *job relevance* adalah 0,750.

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.750	.755	2

**Gambar 16.** Hasil Uji Reliabilitas *Job Relevance*

### ***Output Quality***

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditampilkan pada gambar 17, nilai cronbach's alpha untuk variabel *output quality* adalah 0,687.

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.687	.693	2

**Gambar 17.** Hasil Uji Reliabilitas Output Quality

### ***Result Demonstrability***

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditampilkan pada gambar 18, nilai cronbach's alpha untuk variabel *result demonstrability* adalah 0,662.

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.662	.662	2

**Gambar 18.** Hasil Uji Reliabilitas *Result Demonstrability*

### ***Experience***

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditampilkan pada gambar 19, nilai cronbach's alpha untuk variabel *experience* adalah 0,571.

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.571	.571	2

**Gambar 19.** Hasil Uji Reliabilitas *Experience*

### ***Voluntariness***

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditampilkan pada gambar 20, nilai cronbach's alpha untuk variabel *voluntariness* adalah 0,420.

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.420	.421	2

**Gambar 20.** Hasil Uji Reliabilitas *Voluntariness*

### ***Perceived Usefulness***

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditampilkan pada gambar 21, nilai cronbach's alpha untuk variabel *perceived usefulness* adalah 0,570

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.570	.570	2

**Gambar 21.** Hasil Uji Reliabilitas *Perceived Usefulness*

### *Perceived Ease Of Use*

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditampilkan pada gambar 4.22, nilai cronbach's alpha untuk variabel *perceived ease of use* adalah 0,300.

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.300	.300	2

**Gambar 22.** Hasil Uji Reliabilitas *Perceived Ease Of Use*

### *Intention To Use*

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditampilkan pada gambar 23, nilai cronbach's alpha untuk variabel *intention to use* adalah 0,559.

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.559	.560	2

**Gambar 23.** Hasil Uji Reliabilitas *Intention To Use*

### *Usage Behaviour*

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditampilkan pada gambar 4.24, nilai cronbach's alpha untuk variabel *usage behaviour* adalah 0,606.

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.606	.606	2

**Gambar 24.** Hasil Uji Reliabilitas *Usage Behaviour*

Berikut pada tabel 4 adalah rangkuman hasil perhitungan Uji Validitas yang telah digunakan menggunakan program SPSS,

**Tabel 4.** Hasil Uji Reliabilitas

<b>Variabel</b>	<b>rHitung</b>	<b>rTabel</b>
Subjective Norm	0,569	0,195
Image	0,533	0,195
Job Relevance	0,750	0,195
Ouput Quality	0,687	0,195
Result Demonstrability	0,662	0,195
Experience	0,571	0,195
Voluntariness	0,420	0,195
Perceived Usefulness	0,570	0,195
Perceived Ease Of Use	0,300	0,195
Intention To Use	0,559	0,195
Usage Behaviour	0,606	0,195

Berdasarkan tabel 4 hasil uji reliabilitas, dapat dilihat bahwa hasil dari nilai Alpha Cronbach >  $T_{Tabel}$ , maka uji validitas yang terdiri dari 22 pertanyaan dinyatakan reliable.

### **Analisis Model SEM**

Pada penelitian ini menggunakan metode SEM (*Structural Equation Model*) dengan *software* yang digunakan SMARTPLS 3. Analisa yang akan dilakukan ada tiga tahap yaitu:

- a. Analisa Outer Model,
- b. Analisa Inner Model,
- c. Pengujian Hipotesis.

### **Analisa Outer Model**

Tujuan dari analisis model pengukuran pada bagian *outer model* adalah untuk memastikan bahwa semua indikator yang mengukur variabel laten menunjukkan nilai validitas dan diskriminan yang memadai. Pada penelitian *outer model* dilihat berdasarkan dua indikator yaitu:

- a. *Composite Reliability*, suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi *composite reliability* apabila memiliki nilai *composite reliability* > 0,7 (Ghozali, 2014). Sedangkan menurut Hair et al. menyatakan bahwa nilai *composite reliability* harus > 0,70 meskipun nilai 0,60 masih dapat diterima (Alvin, Nastiti, and Marsella, 2023).
- b. *Average Variance Extracted* (AVE), Menurut (Ghozali & Latan, 2020), nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang ditetapkan > 0,50 atau nilai yang ditetapkan harus lebih besar dari 0,50 untuk penelitian yang bersifat confirmatory maupun exploratory.

Pada gambar 25 menunjukkan hasil *composite reliability* dan *Average Variance Extracted* yang telah diuji:

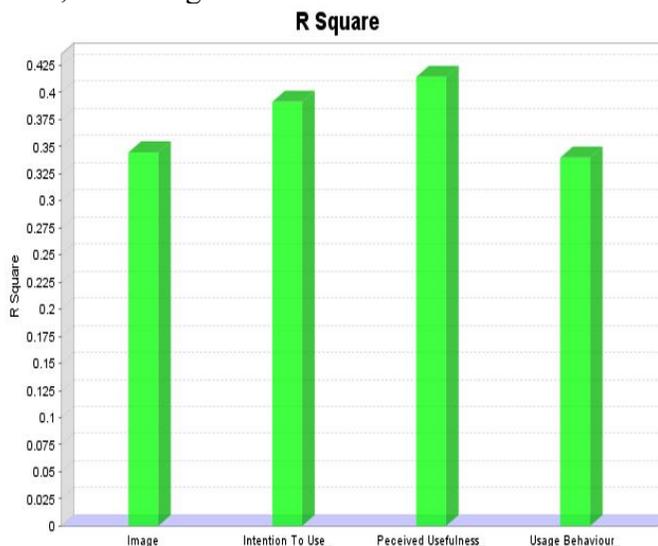
	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Experience_	0,812	0,686
Image	0,829	0,708
Intention To Use_	0,840	0,724
Job Relevance	0,904	0,824
Output Quality_	0,873	0,774
Peceived Usefulness_	0,829	0,708
Perceived Ease Of Use_	0,660	0,503
Result Demonstrability_	0,858	0,751
Subjective Norm_	0,823	0,699
Usage Behaviour_	0,838	0,722
Voluntariness	0,751	0,612

Gambar 25. Hasil Outer Model

Berdasarkan gambar 25 maka pengujian yang telah dilakukan pada analisis *outer model* telah memenuhi standar pengukuran.

**Analisa Inner model**

Menurut (Ghozali and Latan, 2020), *Inner model* atau model struktural menggambarkan hubungan atau kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk yang dibangun berdasarkan substansi teori. Apabila nilai R-square sebesar 0,67 dikategorikan kuat, jika 0,33 dikategorikan moderat atau medium dan 0,19 dikategorikan lemah.



Gambar 26. Diagram Hasil R Square

Berdasarkan diagram pada gambar 27 diketahui sebagai berikut:

	R Square	R Square Adjusted
Image	0,345	0,338
Intention To Use_	0,391	0,366
Peceived Usefulness_	0,414	0,370
Usage Behaviour_	0,340	0,333

Gambar 27. Hasil R Square

Secara keseluruhan berdasarkan hasil yang terdapat pada gambar 27, nilai R Square pada setiap variabel menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang moderat cukup

baik dalam menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti.

### Pengujian Hipotesis

Menurut (Wardhana, 2020) menyatakan bahwa pengujian hipotesis adalah proses yang digunakan untuk menilai hubungan atau korelasi antara dua variabel yang sedang diselidiki dalam penelitian (Iba, and Wardhana, 2023) .Uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai T-statistik dibandingkan dengan nilai T-tabel = 1,96 pada tingkat signifikansi p value = 0,05. Apabila nilai T-statistik > T-tabel, maka dapat disimpulkan variabel eksogen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel endogen. Pada tabel 5 adalah hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini.

**Tabel 5.** Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistic (O?STDEV)	P-Values
H1	0,587	0,585	0,115	5,096	0,000
H2	0,329	0,324	0,159	2,062	0,020
H3	0,107	0,108	0,124	0,864	0,194
H4	0,058	0,051	0,176	0,331	0,371
H5	0,168	0,173	0,118	1,424	0,078
H6	-0,069	-0,050	0,179	0,387	0,349
H7	0,261	0,257	0,118	2,205	0,014
H8	0,065	0,105	0,106	0,614	0,270
H9	0,215	0,219	0,113	1,902	0,029
H10	0,238	0,232	0,148	1,606	0,054
H11	0,255	0,242	0,137	1,864	0,031
H12	0,583	0,586	0,091	6,431	0,000

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui keputusan dari pengujian hipotesis yang telah diajukan pada penelitian ini adalah

1. Hipotesis 1 dengan nilai P values  $0,000 < 0,05$ , maka H1 diterima yang berarti *Subjective Norm* memiliki pengaruh positif terhadap *image* pengguna QRIS. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh faktor sosial berperan untuk pandangan setiap individu mengenai pengaruh positif dari penguasaan QRIS.
2. Hipotesis 2 dengan nilai P values  $0,020 < 0,05$ , maka H2 diterima yang berarti *Image* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived usefulness* pengguna QRIS. Dengan diterimanya hipotesis ini menunjukkan bahwa citra positif tentang pandangan penggunaan QRIS dapat memberika manfaat bagi pengguna.
3. Hipotesis 3 dengan nilai P values  $0,194 > 0,05$  maka H3 ditolak yang berarti *Job Relevance* tidak memiliki pengaruh positif *perceived usefulness* pengguna QRIS. Dengan ditolaknya hipotesis ini menunjukkan bahwa pengguna tidak merasakan keterkaitan secara langsung antara relevansi QRIS dengan kegiatan mereka dalam sehari – hari.
4. Hipotesis 4 dengan nilai P values  $0,371 > 0,05$  maka H4 ditolak yang berarti *Output Quality* tidak memiliki pengaruh positif *perceived usefulness* pengguna QRIS. Dengan ditolaknya hipotesis ini artinya kualitas hasil transaksi tidak menjadi faktor yang signifikan menentukan dalam mempengaruhi persepsi pengguna terhadap manfaat yang diterima.
5. Hipotesis 5 dengan nilai P values  $0,371 > 0,05$  maka H5 ditolak yang berarti *Result Demonstrability* tidak memiliki pengaruh positif *perceived usefulness* pengguna QRIS.

Artinya meskipun manfaat QRIS dapat ditunjukkan, hal ini tidak cukup membuat pengguna menganggapnya bermanfaat. Hal yang mempengaruhinya adalah kurangnya pemahaman, kepercayaan terhadap teknologi atau pengalaman langsung dapat menjadi alasan utama mengapa manfaat yang dirasakan belum cukup untuk meyakinkan pengguna.

6. Hipotesis 6 dengan nilai P values  $0,349 > 0,05$  maka H6 ditolak yang berarti *Subjective Norm* yang dimoderasi dengan *Experience* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *perceived usefulness* pengguna QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman pengguna tidak memperkuat hubungan antara pengaruh sosial dengan persepsi manfaat.
7. Hipotesis 7 dengan nilai P values  $0,014 < 0,05$ , maka H7 diterima yang berarti *Subjective Norm* yang dimoderasi dengan *Experience* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention To Use* pengguna QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna yang lebih sering menggunakan QRIS cenderung mudah untuk terpengaruh lingkungan sosial untuk memiliki niat untuk menggunakan QRIS.
8. Hipotesis 8 dengan nilai P values  $0,270 > 0,05$  maka H8 ditolak yang berarti *Subjective Norm* yang dimoderasi dengan *Voluntariness* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Intention To Use* pengguna QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa jika pengguna menggunakan QRIS berdasarkan keputusan pribadi atau keuntungan yang dirasakan, maka pengaruh lingkungan sosial menjadi tidak relevan dalam memengaruhi niat penggunaan mereka.
9. Hipotesis 9 dengan nilai P values  $0,029 < 0,05$ , maka H9 diterima yang berarti *Perceived Easy Of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived usefulness* pengguna QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa QRIS mudah untuk digunakan dan pengguna merasa bahwa QRIS juga lebih bermanfaat.
10. Hipotesis 10 dengan nilai P values  $0,054 > 0,05$  maka H10 ditolak yang berarti *Perceived usefulness* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Intention To Use* pengguna QRIS. Hasil ini menunjukkan meskipun pengguna merasa QRIS bermanfaat dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas (*Perceived Usefulness*), hal ini tidak secara langsung mendorong mereka untuk berniat terus menggunakannya (*Intention to Use*).
11. Hipotesis 11 dengan nilai P values  $0,000 < 0,05$ , maka H11 diterima yang berarti *Perceived Easy Of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention To Use* pengguna QRIS. Artinya Jika QRIS dianggap mudah digunakan, maka pengguna lebih cenderung memiliki niat untuk menggunakannya. Ini menegaskan bahwa faktor kemudahan sangat penting dalam mendorong adopsi QRIS
12. Hipotesis 12 dengan nilai P values  $0,000 < 0,05$ , maka H12 diterima yang berarti *Intention To Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Usage Behavior* pengguna QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna memiliki niat untuk menggunakan QRIS, maka teknologi tersebut akan digunakan secara berkelanjutan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian pada bab empat mengenai analisis dan pengujian yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 dengan nilai P values  $0,000 < 0,05$ , maka H1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa norma subjektif (*Subjective Norm*) memiliki pengaruh positif terhadap pandangan (*image*) pengguna QRIS, artinya pengguna yang mendapat dorongan atau pengaruh dari lingkungan sosialnya seperti keluarga, teman atau rekan kerja cenderung memiliki persepsi yang lebih positif terhadap QRIS sebagai sistem pembayaran yang modern dan inovatif.
  2. Hipotesis 2 dengan nilai P values  $0,020 < 0,05$ , maka H2 diterima. Dapat disimpulkan bahwa pandangan (*Image*) yang baik terhadap QRIS berperan dalam meningkatkan persepsi manfaat
-

(*Perceived Usefulness*). Hal ini menunjukkan bahwa pengguna melihat QRIS sebagai layanan transaksi keuangan yang memiliki reputasi yang baik dan bermanfaat dalam aktivitas sehari – hari.

3. Hipotesis 7 dengan nilai P values  $0,014 < 0,05$ , maka H7 diterima. Dapat disimpulkan bahwa norma subjektif (*Subjective Norm*) yang dimoderasi dengan pengalaman (*Experience*) pengguna terbukti berpengaruh positif terhadap niat penggunaan (*Intention To Use*), menunjukkan pengguna yang memiliki pengalaman lebih sering dalam menggunakan transaksi keuangan digital cenderung lebih mempertimbangkan untuk menggunakan QRIS dibanding dengan sistem pembayaran lainnya.
4. Hipotesis 9 dengan nilai P values  $0,029 < 0,05$ , maka H9 diterima. Dapat disimpulkan kemudahan pengguna (*Perceived Ease of use*) memiliki pengaruh positif terhadap persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*). Hal ini membuktikan bahwa semakin pengguna merasakan kemudahan dengan menggunakan QRIS sebagai alat transaksi digital, semakin tinggi pula persepsi pengguna mengenai manfaat yang diterima, sehingga QRIS semakin mudah diakses dan lebih mudah diterima oleh masyarakat.
5. Hipotesis 11 dengan nilai P values  $0,000 < 0,05$ , maka H11 diterima. Dapat disimpulkan kemudahan pengguna (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan (*Intention to Use*). Kemudahan dalam penggunaan QRIS akan mendorong pengguna untuk mengadopsi penggunaan QRIS sebagai alat transaksi keuangan digital menggantikan sistem transaksi keuangan tunai.
6. Hipotesis 12 dengan nilai P values  $0,000 < 0,05$ , maka H12 diterima. Dapat disimpulkan niat penggunaan (*Intention to Use*) memiliki pengaruh positif terhadap perilaku (*Usage Behaviour*), hal ini menunjukkan bahwa niat tinggi untuk menggunakan QRIS sebagai transaksi digital akan dilakukan secara berkelanjutan yang akan membuat terbiasa pengguna untuk terus menggunakan QRIS saat akan melakukan suatu transaksi.

#### DAFTAR REFERENSI

- Efrizal, and Nur'ainy. Analisis Model Penerimaan Teknologi (*Tecnology Acceptance Model*) Pada Aplikasi *Online Pizza Hut*. Available at: <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/tekno/article/download/4290/2885>. [ Accessed 11 November 2024 ]
- Ghozali, Iman, and Hengky Latan. (2020). *Partial Least Square Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Edisi 2. Undip Semarang.
- Hafid. (2023). Penerapan Metode Structural Equation Modelling- Partial Least Squares (SEM-PLS) Dalam Mengevaluasi Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi PDRB Di Indonesia. [Online], Available at: <https://journal.unm.ac.id/index.php/Semnasdies62/article/download/1088/647/3309> [Accessed 25 November 2024]
- Handayani, Jayadilaga, Fitri, Racman, Istiqamah, Diah, Pratiwi, and Kas. (2023). Sosialisasi Dan Pengenalan Aplikasi Pengolahan Data SPSS Pada Mahasiswa Administrasi Kesehatan Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan, JIPM: Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat. 1(2): 24-32.
- Iba and Wardhana. (2023). Metode Penelitian. Eureka Media Aksara. Purbalingga.
- Media Indonesia (2024). Pengguna QRIS Di Jakarta Naik 1,1 Juta, Mayoritas Gen Z. Available at: [Pengguna QRIS di Jakarta Naik 1,1 Juta, Mayoritas Gen Z](#). [Accessed 9 November 2024 ]

- Menpanrb (2024). Transaksi Qris Tumbuh 226,54 Persen. Available at: Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi - Transaksi QRIS Tumbuh 226,54 Persen. [Accesed 9 November 2024 ]
- Nuraini. (2020). Aplikasi *Technology Acceptance Model* (TAM) Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking Di Kota Tangerang. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. 26(2).
- Rahmaniar and Fitrianiingsih. (2024). Analisis Pengguna Pada Aplikasi Bank Jago Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM). *Mutiara: Multidiciplinary Scientifict Journal*. 2(10).
- Septiani, Arribe, and Diansyah. (2020). Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrah Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Abdurrah Pekanbaru). *Jurnal Teknologi Dan Open Source*. 3(2): 131-143.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Edisi 2*. Alfabeta. Bandung.
-