

ANALYSIS OF ACCEPTANCE AND USE OF QRIS PAYMENT METHOD USING THE UTAUT-3 MODEL

ANALISIS PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN METODE PEMBAYARAN QRIS MENGGUNAKAN MODEL UTAUT-3

Atha Kurniawan¹, Muhammad Jazman², Mona Fronita³, Tengku Khairil Ahsyar⁴
^{1,2,3,4} Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau, Indonesia
email: 12150311424@students.uin-suska.ac.id¹, jazman@uin-suska.ac.id²,
monafronita@uin-suska.ac.id³, tengkukhairil@uin-suska.ac.id⁴

Abstract - This study explores the factors that influence the use of QRIS as a digital payment method in Pekanbaru City using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT-3) approach. The sample of this study consisted of 100 respondents selected purposively, including respondents of various ages, occupations and frequencies of QRIS use in Pekanbaru City. Data were analysed using the SmartPLS application. The results show that Habit (H) has a significant effect on Behavioral Intention (BI) and Usage Behavior (UB). In addition, Hedonic Motivation (HM), Personal Innovativeness (PI), and Price Value (PV) are significant to BI, while PI also directly affects UB. In contrast, BI on UB, Effort Expectancy (EE), Facilitating Conditions (FC), Performance Expectancy (PE), and Social Influence (SI) do not show a significant effect. These findings indicate the importance of strengthening user habits, hedonic values, and personal innovation in developing QRIS features and marketing strategies to accelerate its adoption. The findings of this study indicate the need for QRIS service developers, policymakers, and business actors to focus on strengthening user habits, increasing hedonic motivation, price-based incentives, and encouraging personal innovation to accelerate the adoption of QRIS as a digital payment method while expanding understanding of the factors that influence the adoption of digital payment technology in the context of QRIS.

Keywords - QRIS, UTAUT-3, digital payment.

Abstrak - Penelitian ini mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital di Kota Pekanbaru dengan pendekatan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT-3). Sampel penelitian ini terdiri dari 100 responden yang dipilih secara purposif, meliputi responden dari berbagai umur, pekerjaan dan frekuensi penggunaan QRIS yang berada di Kota Pekanbaru. Data dianalisis menggunakan aplikasi SmartPLS. Hasil menunjukkan bahwa Habit (H) berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention (BI) dan Usage Behavior (UB). Selain itu, Hedonic Motivation (HM), Personal Innovativeness (PI), dan Price Value (PV) signifikan terhadap BI, sedangkan PI juga memengaruhi UB secara langsung. Sebaliknya, BI terhadap UB, Effort Expectancy (EE), Facilitating Conditions (FC), Performance Expectancy (PE), dan Social Influence (SI) tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Temuan ini menunjukkan pentingnya memperkuat kebiasaan pengguna, nilai hedonis, dan inovasi personal dalam mengembangkan fitur dan strategi pemasaran QRIS untuk mempercepat adopsinya. Temuan penelitian ini menunjukkan perlunya pengembang layanan QRIS, pembuat kebijakan, dan pelaku bisnis untuk fokus pada penguatan kebiasaan pengguna, peningkatan motivasi hedonis, insentif berbasis harga, serta mendorong inovasi personal guna mempercepat adopsi QRIS sebagai metode pembayaran digital, sekaligus memperluas pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi pembayaran digital dalam konteks QRIS

Kata Kunci - QRIS, UTAUT-3, pembayaran digital.

I. PENDAHULUAN

Sektor pembayaran mencatatkan pertumbuhan tertinggi dalam industri teknologi finansial (fintech) di Indonesia. Metode pembayaran merupakan salah satu elemen utama dalam sektor ini [1]. Salah satu metode pembayaran yang sedang ramai adalah QR (Quick Response) code, yang digunakan melalui dompet digital dan mobile banking. Di Indonesia, beberapa dompet digital yang tersedia mencakup Dana, Go-Pay, OVO, dan lainnya. Penggunaan QR code dalam pembayaran menawarkan kemudahan, kepraktisan, dan keamanan [2]. QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) ditetapkan oleh Bank Indonesia pada 17 Agustus 2019 untuk menyatukan standar penggunaan kode QR dan memperbaiki sistem pembayaran di Indonesia. Di Provinsi Riau, adopsi QRIS terus berkembang, seiring dengan meningkatnya jumlah usaha mikro dan kecil (UMKM) yang memanfaatkan teknologi ini untuk melakukan transaksi. Hingga November 2021, jumlah pengguna QRIS di Riau menunjukkan pertumbuhan signifikan, mencerminkan meningkatnya minat masyarakat untuk beralih ke sistem pembayaran digital [3]. Dalam konteks penerimaan teknologi baru, model UTAUT-3 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) dapat digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan QRIS oleh masyarakat di Provinsi Riau. Model ini mencakup variabel-variabel seperti Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengaruh Sosial, Nilai Harga, Kondisi Fasilitasi dan lainnya [4].

Analisis ini dilakukan berguna untuk mengidentifikasi strategi-strategi efektif dalam meningkatkan adopsi dan penggunaan QRIS di masyarakat di Provinsi Riau. Penelitian ini akan memberikan wawasan tentang bagaimana masyarakat menerima metode pembayaran baru ini dan memberikan kontribusi dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan sistem pembayaran digital di seluruh Provinsi Riau.

II. SIGNIFIKASI STUDI

A. Analisis

Analisis melibatkan pemecahan data menjadi komponen-komponen yang lebih minim untuk memudahkan pemahaman, interpretasi, dan kesimpulan. Menurutnya, analisis merupakan bagian yang krusial dalam penelitian ilmiah untuk memperoleh informasi yang berguna dari data yang dikumpulkan [5]. Analisis merupakan proses terstruktur dalam mengumpulkan dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Proses ini berisi pengelompokan data ke setiap kategori, mendeskripsikan informasi dalam bentuk item-item, menyintesis data, menyusun pola, dan mengidentifikasi informasi yang relevan untuk dipelajari. Tujuan utama dari analisis adalah untuk menghasilkan kesimpulan yang jelas dan mudah dipahami [6].

B. Financial Technology

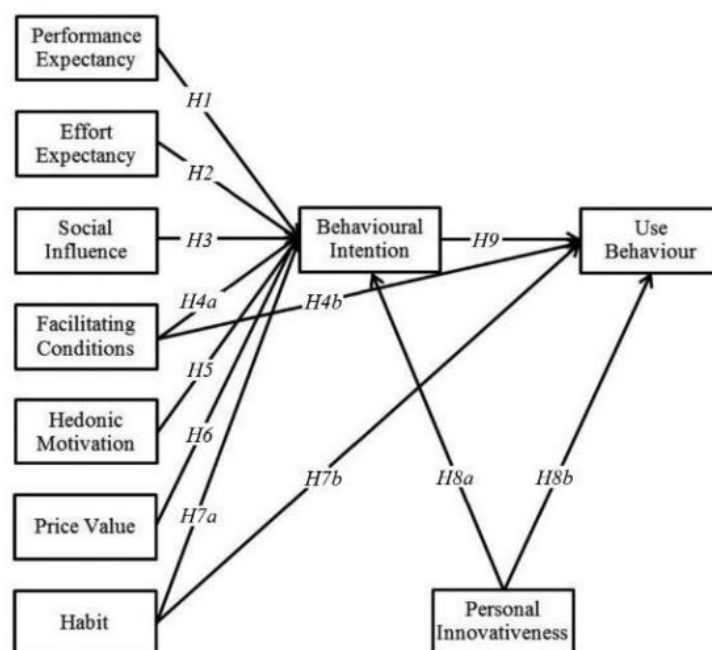
Financial Technology atau Teknologi dan keuangan memiliki hubungan yang sangat panjang, dan masing-masing memberikan respons perkembangan di sisi lain melalui proses evolusi yang panjang [7]. Financial Technology (Fintech) merujuk pada istilah yang menggambarkan inovasi serta penerapan teknologi digital dalam industri keuangan.

C. Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

Bank Indoneisa pada 1 Januari 2020 telah mengajak seluruh vendor operator non-tunai untuk mulai mengimplementasikan perangkat QRIS. QRIS berperan sebagai sarana untuk pembayaran virtual menggunakan sistem uang digital yang berbasis server, dompet digital, atau perbankan seluler, yang telah diatur dalam PADG No. 21/18/2019 terkait penerapan QRIS dalam transaksi. QRIS kini merupakan kode QR yang banyak digunakan untuk melakukan pembayaran menggunakan uang digital berbasis dompet digital, atau mobile banking. Kehadirannya disambut antusias oleh masyarakat karena memberikan kemudahan luar biasa dalam melakukan transaksi tanpa menggunakan uang cash(uang tunai). Dengan demikian, QRIS berkontribusi signifikan dalam memfasilitasi berbagai jenis transaksi di Masyarakat [8].

D. UTAUT-3

Berikut adalah kerangka konseptual yang diterapkan pada penelitian ini, bisa dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. Kerangka Konseptual UTAUT-3

UTAUT-3 mencakup sepuluh variabel yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi:

1. Performance Expectancy: Ekspektasi kinerja merujuk pada persepsi pengguna tentang seberapa efektif teknologi akan membantu mereka dalam melaksanakan tugas mereka. Ekspektasi kinerja merupakan konstruksi yang kuat atas niat menggunakan teknologi informasi sehingga dapat disimpulkan bahwa sistem teknologi informasi tersebut secara konkret dapat membantu pekerjaannya sehingga penggunaan teknologi dapat digunakan penggunaan jangka Panjang [9].
2. Effort Expectancy: Ekspektasi usaha mengacu pada pandangan pengguna mengenai sejauh mana teknologi dapat digunakan dengan mudah tanpa kesulitan. Teknologi informasi yang *user-friendly* dapat menghasilkan pandangan bahwa sistem memberikan keuntungan bagi pengguna dan memberikan kenyamanan saat digunakan.

3. **Social Influence:** Norma sosial dan tekanan yang dirasakan oleh individu memiliki pengaruh besar terhadap keputusan mereka untuk mengadopsi atau menolak teknologi. Ada tiga cara utama bagaimana hal ini mempengaruhi, yaitu ketaatan (compliance), internalisasi (internalization), dan identifikasi (identification) [10].
4. **Hedonic Motivation:** Motivasi hedonis merujuk pada dorongan pengguna untuk memanfaatkan teknologi demi meraih kesenangan atau kepuasan pribadi melalui penggunaan teknologi informasi. Faktor ini terbukti sangat berpengaruh dalam menentukan sejauh mana teknologi diadopsi [11]. Ini adalah dorongan untuk mencari hiburan atau kesenangan yang dihasilkan dari interaksi dengan sistem atau teknologi [12].
5. **Habit:** Habit beroperasi dalam tiga fase yang berkembang seiring waktu: (1) segera setelah pelatihan, ketika sistem pertama kali dapat digunakan; (2) sebulan setelahnya; (3) tiga bulan kemudian. Kebiasaan menggambarkan sejauh mana individu cenderung melaksanakan tindakan secara otomatis tanpa perlu berpikir [13].
6. **Facilitating Conditions:** Ada faktor-faktor yang menentukan sejauh mana pengguna memiliki kemampuan dan kesempatan untuk memanfaatkan teknologi. Variabel ini mengacu pada keyakinan calon pengguna bahwa infrastruktur organisasi dan teknis mampu mendukung pemakaian system [12]. Variabel ini langsung mempengaruhi sejauh mana sistem digunakan. Secara keseluruhan, semakin rendah kondisi yang mendukung, semakin rendah pula niat pengguna untuk mengadopsi teknologi informasi.
7. **Price Value:** Nilai harga memberi persepsi pengguna tentang nilai teknologi dan sebanding tidaknya dengan biaya yang dikeluarkan untuk memperolehnya. Nilai harga sudah teruji dari penelitian yang sudah dipatenkan Venkatesh (2012) sebagai variabel yang berpengaruh terhadap adopsi teknologi informasi. Semakin besar kepuasan akan penggunaan sistem terhadap aspek monetary yang harus dikeluarkan oleh individu, maka akan semakin besar intensi penggunaan teknologi informasi tersebut.
8. **Personal Innovativeness:** Kemampuan dan minat individu merupakan hal penting bagi pengguna dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi baru. Variabel-variabel ini saling mempengaruhi, serta dapat menjadi fondasi untuk mengembangkan model prediksi penerimaan dan pemanfaatan teknologi yang lebih tepat dan efektif.
9. **Behavioural Intention:** Minat dalam memanfaatkan teknologi informasi menggambarkan sejauh mana individu memiliki keinginan atau intensi untuk menggunakan sistem informasi, dengan asumsi bahwa mereka memiliki akses ke sistem tersebut. Ketertarikan ini muncul apabila teknologi informasi memberikan manfaat yang signifikan terhadap peningkatan kinerja, mudah dioperasikan, dan didukung oleh pengaruh sosial dari lingkungan sekitar [9].
10. **Use Behaviour:** Perilaku penggunaan teknologi informasi merujuk pada frekuensi atau intensitas individu dalam menggunakan teknologi tersebut. Tingkat pemanfaatan teknologi ini sangat bergantung pada persepsi terhadap sistem yang digunakan. Pengguna lebih mungkin untuk menggunakan teknologi informasi jika mereka memiliki ketertarikan serta keyakinan bahwa teknologi tersebut memberikan manfaat yang nyata dan signifikan bagi mereka.

E. SmartPLS

SmartPLS adalah perangkat lunak yang digunakan untuk melakukan analisis SEM, dengan antarmuka pengguna grafis (GUI) yang intuitif. SmartPLS telah mengadopsi teknologi terbaru,

yaitu Java Webstart, sehingga dapat digunakan di semua sistem operasi. Perangkat lunak ini memungkinkan pengguna untuk mengimpor data indikator variabel ke dalam model yang ada. Hubungan antar variabel dalam SEM yang dianalisis menggunakan SmartPLS ditampilkan dalam bentuk analisis jalur, di mana analisis jalur ini merupakan korelasi dua arah yang berguna untuk memperkirakan hubungan dalam sistem persamaan yang digambarkan dalam diagram. [14]. Perangkat lunak ini dapat diterapkan dalam penelitian prediktif, memberikan peneliti kemampuan untuk mengeksplorasi hubungan antar variabel dengan lebih fleksibel dibandingkan dengan metode berbasis kovarians seperti LISREL atau AMOS. [15].

F. Metodologi Penelitian

Dalam studi ini menggunakan metode kuantitatif, populasi yang digunakan mencakup warga Provinsi Riau yang menggunakan metode pembayaran QRIS. Pada bulan Agustus 2023, total pengguna QRIS di Provinsi Riau telah menyentuh 600.365 pengguna [16]. Probability sampling dipakai sebagai metode pengumpulan data sampel dalam penelitian ini. Rumus Slovin diterapkan untuk menghitung ukuran sampel responden yang akan dipakai dalam penelitian ini. Proses penentuan ukuran sampel dari populasi adalah sebagai berikut: jika total subjek kurang dari 100, maka seluruh populasi diambil untuk digunakan sebagai sampel. Jika total subjek lebih dari 100, maka kelonggaran ketelitian antara 10% hingga 15% dapat diterapkan [17]. Kelonggaran ketelitian yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%. Perhitungan jumlah sampel dilakukan sebagai berikut:

$$N = 600.365$$

$$e^2 = 10\% = 10/100 = 0,01$$

Rumus:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

$$n = \frac{600.365}{1 + (600.365 (0,01^2))}$$

$$n = \frac{600.365}{1 + (600.365 (0,01))}$$

$$n = \frac{600.365}{1 + (6.003,65)}$$

$$n = \frac{600.365}{6.004,65}$$

$$n = 99,98$$

$$n \approx 100$$

Setelah penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin, tahap pengolahan data dimulai dengan memverifikasi kuesioner untuk memastikan validitas dan kelengkapan data. Data yang valid kemudian dimasukkan ke perangkat lunak statistik untuk analisis lebih lanjut. Menggunakan metode SEM dengan SmartPLS, analisis dimulai dengan deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden, dilanjutkan dengan evaluasi model luar dan pengujian model dalam untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel. Koefisien jalur dihitung dan uji hipotesis dilakukan untuk menilai signifikansi hubungan. Hasil analisis memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan QRIS

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data penelitian diperoleh dari kuesioner yang sudah dibagikan ke responden pengguna QRIS. Kuesioner disusun berdasarkan model UTAUT-3. Data dikumpulkan selama periode dua minggu, dengan jumlah responden sebanyak 100 Orang. Responden diminta memberikan tanggapan menggunakan skala Likert 1 sampai 5, dengan menyatakan nilai 1 untuk menandakan 'Sangat Tidak Setuju' dan nilai 5 untuk menandakan 'Sangat Setuju'. Data yang terkumpul dianalisis untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan QRIS. Hasil pengumpulan data dari kuesioner yang telah berhasil dihimpun disajikan sebagai berikut.

Tabel 1. Frekuensi Penggunaan Metode Pembayaran QRIS

No	Frekuensi Penggunaan Metode Pembayaran QRIS	Jumlah	Persentase(%)
1	1 sampai 5 kali dalam seminggu	49	49 %
2	5 sampai 10 kali dalam seminggu	39	39 %
3	lebih dari 10 kali dalam seminggu	12	12 %
Jumlah		100	100 %

Dapat dilihat pada tabel diatas ditampilkan bahwa penggunaan metode pembayaran QRIS dengan frekuensi 1 sampai 5 kali dalam seminggu berjumlah 49 orang. Sedangkan frekuensi 5 sampai 10 kali dalam seminggu berjumlah 39 orang, dan terdapat 12 orang yang menggunakan metode pembayaran QRIS lebih dari 10 kali dalam seminggu.

A. Deskripsi Responden

1. Berdasarkan Gender

Pada klasifikasi berdasarkan *gender* dibagi menjadi 2 kategori yang tertera pada tabel berikut :

Tabel 2. Responden Berdasarkan *Gender*

No	<i>Gender</i>	Jumlah	Persentase(%)
1	Laki – laki	41 Orang	41 %
2	Perempuan	59 Orang	59 %
Jumlah		100 Orang	100 %

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat responden didominasi dengan *Gender* Perempuan dengan jumlah 59 Orang (59%) dari sampel yang ada.

2. Berdasarkan Umur

Klasifikasi berdasarkan usia pada responden terbagi menjadi 3 kategori yang tersaji dalam tabel berikut.

Tabel 3. Responden Berdasarkan Jenis Umur

No	Umur	Jumlah	Persentase(%)
1	< 20 Tahun	5 Orang	5 %
2	20 – 30 Tahun	67 Orang	67 %
3	> 30 Tahun	28 Orang	28 %
Jumlah		100 Orang	100 %

Berdasarkan hasil yang diperoleh bahwa data yang terlampir pada klasifikasi berdasarkan umur didominasi oleh responden dengan umur 20 – 30 Tahun dengan jumlah responden 67 orang (67%) dari sampel yang ada.

3. Berdasarkan Pekerjaan

Pada klasifikasi pekerjaan pada penelitian ini terdiri menjadi 5 kategori yang telah disajikan di tabel 4.

Tabel 4. Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase(%)
1	Pelajar/Mahasiswa	48 Orang	48 %
2	Pegawai Negara	18 Orang	18 %
3	Pegawai Swasta	18 Orang	18 %
4	Wirausaha	13 Orang	13 %
5	Lain - lain	3 Orang	3 %
Jumlah		100 Orang	100 %

Berdasarkan hasil yang diberikan, dapat dilihat didominasi oleh responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 48 Orang (48%) dari sampel yang ada.

B. Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

1. Convergen Validity

Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap indikator dapat diterima dan mampu merepresentasikan variabel laten secara efektif. Dalam menilai validitas konvergen, peneliti menetapkan ambang batas loading factor di atas 0,70. Dengan demikian, suatu indikator dianggap memenuhi validitas konvergen apabila nilai outer loading-nya melebihi 0,70.

Tabel 5. Hasil Uji Convergen Validity

Variabel	Item	Outer Loading	Keterangan
<i>Performance Expetancy</i>	PE1	0.912	Diterima
	PE2	0.929	Diterima
<i>Effort Expectancy</i>	EE1	0.935	Diterima
	EE2	0.904	Diterima
<i>Social Influence</i>	SI1	0.942	Diterima
	SI2	0.915	Diterima
<i>Facilitating Conditions</i>	FC1	0.876	Diterima
	FC2	0.932	Diterima
<i>Hedonic Motivation</i>	HM1	0.936	Diterima
	HM2	0.941	Diterima
<i>Price Value</i>	PV1	0.940	Diterima
	PV2	0.925	Diterima
<i>Habit</i>	H1	0.912	Diterima
	H2	0.924	Diterima
<i>Personal Innovativeness</i>	PI1	0.906	Diterima
	PI2	0.875	Diterima
<i>Behavioral Intention</i>	BI1	0.967	Diterima
	BI2	0.964	Diterima
<i>Usage Behavior</i>	UB1	0.922	Diterima
	UB2	0.897	Diterima

Tabel 5 menunjukkan seluruh variabel mempunyai nilai outer loading besar dari 0,70, yang dapat diartikan variabel dalam penelitian ini diterima.

2. Discriminant Validity

Uji validitas diskriminan bertujuan menentukan apakah variabel laten memiliki perbedaan yang jelas dari indikator-indikator pada variabel laten lainnya. Validitas diskriminan dievaluasi

melalui nilai Average Variance Extracted(AVE). Jika nilai AVE melebihi 0,50, maka validitas variabel dapat dianggap cukup kuat [18]. Berikut merupakan nilai dari AVE.

Tabel 6. Hasil Nilai Average Variance Extracted

Variabel	AVE
<i>Performance Expectancy (PE)</i>	0.847
<i>Effort Expectancy (EE)</i>	0.846
<i>Social Influence (SI)</i>	0.862
<i>Facilitating Conditions (FC)</i>	0.818
<i>Hedonic Motivation (HM)</i>	0.881
<i>Price Value (PV)</i>	0.869
<i>Habit (H)</i>	0.843
<i>Personal Innovativeness (PI)</i>	0.793
<i>Behavioral Intention (BI)</i>	0.932
<i>Usage Behavior (UB)</i>	0.827

Dari tabel yang disajikan, terlihat bahwa nilai AVE setiap variabel melebihi 0,5. Dapat disimpulkan bahwa validitas diskriminan telah terpenuhi berdasarkan nilai AVE tersebut.

3. Composite Reliability

Pengujian reliabilitas menggunakan SmartPLS melibatkan dua metode utama, yaitu Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Instrumen penelitian dinyatakan valid jika Composite Reliability mempunyai nilai yang lebih besar dari 0,70 atau Cronbach's Alpha juga memiliki nilai yang lebih besar dari 0,60. Hasil uji reliabilitas dengan kedua metode ini ditampilkan pada Tabel dibawah.

Tabel 7. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite Reliability (rho a)</i>	<i>Composite Reliability (rho c)</i>	Keterangan
PE	0.820	0.826	0.917	Teruji
EE	0.820	0.839	0.917	Teruji
SI	0.841	0.861	0.926	Teruji
FC	0.781	0.826	0.900	Teruji
HM	0.865	0.866	0.937	Teruji
PV	0.850	0.856	0.930	Teruji
H	0.814	0.817	0.915	Teruji
PI	0.739	0.749	0.884	Teruji
BI	0.927	0.929	0.965	Teruji
UB	0.792	0.802	0.906	Teruji

Berdasarkan Tabel 7, hasil pengujian reliabilitas variabel dalam penelitian ini mendeskripsikan bahwa semua indikator variabel mempunyai nilai melebihi 0,7. Hal ini menandakan bahwa instrumen pengukuran yang dipakai terbukti menghasilkan data yang konsisten dan andal untuk merepresentasikan konsep-konsep laten yang tidak dapat diamati secara langsung.

C. Analisis Model Struktural (Inner Model)

1. Coefficient of Determination (R^2)

Analisis R square dipakai untuk mengetahui apakah model penelitian mampu mendeskripsikan variabel dependen. Semakin besar nilai R square, semakin kuat model dalam menggambarkan pengaruh terhadap variabel tersebut. Nilai R square yang diperoleh telah disajikan pada tabel dibawah.

Tabel 8. Hasil Nilai R Square Uji Reabilitas

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
BI	0.901	0.892
UB	0.791	0.782

Nilai R square berada dalam rentang 0 hingga 1, di mana angka yang mendekati 1 menunjukkan prediksi yang lebih akurat. Cohen (1988) dalam Santosa (2018) menyatakan bahwa R square sebesar 0,25 atau lebih sudah menunjukkan pengaruh yang signifikan. Berdasarkan uji R square pada Tabel 8, variabel Behavioural Intention (BI) memiliki nilai R square sebesar 0,901. Ini berarti bahwa variabel independen dalam penelitian ini, yaitu Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), Facilitating Conditions (FC), Hedonic Motivation (HM), Price Value (PV), Habit (H), dan Personal Innovativeness (PI), secara kolektif mampu menjelaskan 90,1% variasi pada BI. Dengan kata lain, variabel-variabel ini memiliki pengaruh besar terhadap minat responden untuk menggunakan metode pembayaran QRIS. Selain itu, nilai R square untuk variabel Use Behaviour (UB) adalah 0,791, yang menunjukkan bahwa Facilitating Conditions (FC), Habit (H), Personal Innovativeness (PI), dan Behavioural Intention (BI) secara bersama-sama memengaruhi adopsi atau penggunaan metode pembayaran QRIS sebesar 79,1%.

2. Path Coefficients

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Path Coefficients

Hipotesis	Hubungan	Original sample	Sample mean	Standard deviation	T statistics	P values	Ket.
H1	BI -> UB	-0.194	-0.174	0.141	1.375	0.169	Ditolak
H2	EE -> BI	0.205	0.204	0.105	1.950	0.051	Ditolak
H3	FC -> BI	0.005	0.003	0.095	0.050	0.960	Ditolak
H4	FC -> UB	0.074	0.080	0.071	1.048	0.295	Ditolak
H5	H -> BI	0.227	0.228	0.095	2.397	0.017	Diterima
H6	H -> UB	0.789	0.775	0.093	8.505	0.000	Diterima
H7	HM -> BI	-0.300	-0.283	0.098	3.071	0.002	Diterima
H8	PE -> BI	0.126	0.129	0.123	1.024	0.306	Ditolak
H9	PI -> BI	0.463	0.445	0.104	4.470	0.000	Diterima
H10	PI -> UB	0.330	0.319	0.109	3.032	0.002	Diterima
H11	PV -> BI	0.332	0.334	0.091	3.663	0.000	Diterima
H12	SI -> BI	-0.090	-0.089	0.076	1.181	0.238	Ditolak

Berdasarkan hasil pengujian bootstrapping yang disajikan dalam Tabel 9, dapat disimpulkan bahwanya dari 12 hipotesis yang telah diuji, 6 hipotesis diterima dan 6 lainnya ditolak. Habit (H) dan Personal Innovativeness (PI) terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Usage Behavior (UB), sementara Habit (H), Hedonic Motivation (HM), Personal Innovativeness (PI), dan Price Value (PV) memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention (BI). Di sisi lain, Behavioral Intention (BI) dan Facilitating Conditions (FC) tidak menunjukkan pengaruh yang besar terhadap Usage Behavior (UB). Begitu juga dengan Effort Expectancy (EE), Facilitating Conditions (FC), dan Social Influence (SI) yang tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention (BI).

D. Hasil Pengujian Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis pertama hingga keempat, hasilnya menunjukkan hubungan yang tidak signifikan antara beberapa variabel. Hipotesis pertama (H1) yang menghubungkan Behavioral Intention (BI) dengan Usage Behavior (UB) ditolak ($p\text{-value} = 0.169 > 0.05$), yang berarti bahwa niat pengguna tidak langsung mempengaruhi perilaku penggunaan QRIS. Begitu juga dengan hipotesis kedua (H2) yang menguji pengaruh Effort Expectancy (EE) terhadap BI ($p\text{-value} = 0.051$), yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan QRIS tidak cukup untuk meningkatkan niat pengguna. Hipotesis ketiga (H3) dan keempat (H4) juga ditolak karena Facilitating Conditions (FC) tidak berpengaruh signifikan terhadap BI ($p\text{-value} = 0.960$) dan UB ($p\text{-value} = 0.295$), yang menunjukkan bahwa fasilitas pendukung QRIS seperti infrastruktur atau panduan tidak mempengaruhi niat atau perilaku pengguna dalam menggunakan QRIS. Di sisi lain, beberapa hipotesis lainnya diterima dengan hasil signifikan. Hipotesis kelima (H5) yang menguji pengaruh Habit (H) terhadap BI diterima ($p\text{-value} = 0.017$), yang berarti bahwa kebiasaan dalam menggunakan QRIS meningkatkan niat pengguna untuk terus menggunakannya. Hipotesis keenam (H6) yang menghubungkan Habit dengan UB juga diterima ($p\text{-value} = 0.000$), menunjukkan bahwa kebiasaan memiliki pengaruh besar terhadap perilaku penggunaan QRIS. Selain itu, hipotesis ketujuh (H7) yang menguji pengaruh Hedonic Motivation (HM) terhadap BI juga diterima ($p\text{-value} = 0.002$), yang mengindikasikan bahwa motivasi yang menyenangkan, seperti kenyamanan atau pengalaman positif, dapat meningkatkan niat pengguna.

Pada hipotesis lainnya, Personal Innovativeness (PI) terbukti signifikan terhadap BI ($p\text{-value} = 0.000$) dan UB ($p\text{-value} = 0.002$), sebagaimana tercermin dalam hipotesis kesembilan (H9) dan kesepuluh (H10), yang menunjukkan bahwa individu yang inovatif lebih cenderung memiliki niat tinggi dan perilaku nyata dalam menggunakan QRIS. Selain itu, hipotesis kesebelas (H11) diterima karena Price Value (PV) signifikan terhadap BI ($p\text{-value} = 0.000$), mengindikasikan bahwa persepsi nilai ekonomis QRIS mendorong niat pengguna untuk menggunakannya. Sementara itu, hipotesis keduabelas (H12) yang menguji pengaruh Social Influence (SI) terhadap BI ditolak ($p\text{-value} = 0.238$), yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial tidak cukup kuat untuk memengaruhi niat pengguna.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa variabel Habit (H), Personal Innovativeness (PI), dan Price Value (PV) berpengaruh signifikan terhadap niat (Behavioral Intention/BI) dan perilaku penggunaan (Usage Behavior/UB) QRIS. Secara statistik, kebiasaan pengguna (Habit) memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap perilaku penggunaan QRIS dengan nilai $p < 0.001$ dan koefisien jalur yang kuat, yang menunjukkan peran utama kebiasaan dalam mendorong penggunaan QRIS. Selain itu, Personal Innovativeness (PI) terbukti signifikan terhadap BI dan UB dengan nilai $p < 0.001$ dan koefisien jalur positif, menunjukkan bahwa individu yang lebih inovatif cenderung memiliki niat lebih tinggi dan lebih aktif dalam menggunakan QRIS. Price Value (PV) juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap BI ($p\text{-value} = 0.000$), menunjukkan bahwa persepsi mengenai nilai ekonomis QRIS berkontribusi besar dalam membentuk niat pengguna. Sebaliknya, variabel seperti Facilitating Conditions

(FC), Social Influence (SI), dan Performance Expectancy (PE) tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap BI maupun UB, yang berarti faktor-faktor seperti fasilitas pendukung, pengaruh sosial, dan ekspektasi kinerja belum cukup kuat untuk memotivasi pengguna dalam adopsi QRIS.

Namun, perlu dicatat bahwa penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, sampel yang digunakan terbatas pada pengguna QRIS di Provinsi Riau, yang mungkin tidak mencerminkan pola adopsi secara keseluruhan di Indonesia. Kedua, metode pengumpulan data yang mengandalkan kuesioner dapat menghasilkan bias respon, tergantung pada interpretasi dan kejujuran responden. Terakhir, hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk semua metode pembayaran digital karena konteks QRIS yang khusus. Oleh karena itu, hasil ini harus dipertimbangkan dalam konteks yang lebih luas, dengan mempertimbangkan faktor-faktor eksternal seperti perbedaan demografis dan pengaruh teknologi yang lebih luas. Untuk mendorong penggunaan QRIS lebih lanjut, disarankan agar strategi pemasaran difokuskan pada penguatan kebiasaan pengguna, pemanfaatan potensi inovatif QRIS, dan peningkatan nilai tambah yang dirasakan oleh pengguna, seperti efisiensi biaya atau penawaran promosi yang menarik.

REFERENSI

- [1] A. S. Wijaya, "Binus: The development of Fintech and its influence in Indonesia," *Diakses Dari Httppsis Binus Ac Id20190719perkembangan-Fintech-Dan-Pengaruhnya--Indones.*, 2019.
- [2] R. Tazkiyyaturrohmah, "Eksistensi uang elektronik sebagai alat transaksi keuangan modern," *Muslim Herit.*, vol. 3, no. 1, pp. 23–44, 2018.
- [3] P. Y. Setiawan, N. P. C. D. Atmaja, and I. G. A. Tirtayani, "Integrating Perceived Enjoyment within the UTAUT Model for Enhanced Distribution Management Strategies," *Journal of Distribution Science*, vol. 22, no. 1. Korea Distribution Science Association (KODISA), pp. 13–23, 2024. doi: 10.15722/jds.22.01.202401.13.
- [4] V. Venkatesh, J. Thong, Hong Kong University of Science and Technology, X. Xu, and The Hong Kong Polytechnic University, "Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Synthesis and the Road Ahead," *J. Assoc. Inf. Syst.*, vol. 17, no. 5, pp. 328–376, May 2016, doi: 10.17705/1jais.00428.
- [5] S. Arikunto, "Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek," *No Title*, 2010, Accessed: Sep. 25, 2024. [Online]. Available: <https://cir.nii.ac.jp/crid/1130000795354347648>
- [6] P. P. Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D," *Alf. Bdg.*, 2017, Accessed: Sep. 25, 2024. [Online]. Available: https://www.researchgate.net/profile/Hery-Purnomo/publication/377469385_METODE_PENELITIAN_KUANTITATIF_KUALITATIF_DAN_RD/links/65a89006bf5b00662e196dde/METODE-PENELITIAN-KUANTITATIF-KUALITATIF-DAN-R-D.pdf
- [7] D. W. Arner, D. A. Zetzsche, R. P. Buckley, and J. N. Barberis, "FinTech and RegTech: Enabling innovation while preserving financial stability," *Georget. J. Int. Aff.*, pp. 47–58, 2017.

- [8] A. Sriekaningsih, *QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0*. Penerbit Andi, 2020. Accessed: Sep. 24, 2024. [Online]. Available: <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=NnEQEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Sriekaningsih,+QRIS+dan+Era+Baru+Transaksi+Pembayaran+4.0,&ots=aY3lt9zHkR&sig=57wXvcAidXerdQjszDB5ft5B074>
- [9] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, "User acceptance of information technology: Toward a unified view," *MIS Q.*, pp. 425–478, 2003.
- [10] V. Venkatesh and F. D. Davis, "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies," *Manag. Sci.*, vol. 46, no. 2, pp. 186–204, Feb. 2000, doi: 10.1287/mnsc.46.2.186.11926.
- [11] S. A. Brown and V. Venkatesh, "Model of adoption of technology in households: A baseline model test and extension incorporating household life cycle," *MIS Q.*, pp. 399–426, 2005.
- [12] V. Venkatesh, J. Y. Thong, and X. Xu, "Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology," *MIS Q.*, pp. 157–178, 2012.
- [13] M. Limayem, S. G. Hirt, and C. M. Cheung, "How habit limits the predictive power of intention: The case of information systems continuance," *MIS Q.*, pp. 705–737, 2007.
- [14] C. Ringle, D. Da Silva, and D. Bido, "Structural equation modeling with the SmartPLS," *Bido Silva Ringle C2014 Struct. Equ. Model. Smartpls Braz. J. Mark.*, vol. 13, no. 2, 2015, Accessed: Sep. 25, 2024. [Online]. Available: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2676422
- [15] M. Sarstedt, C. M. Ringle, D. Smith, R. Reams, and J. F. Hair Jr, "Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): A useful tool for family business researchers," *J. Fam. Bus. Strategy*, vol. 5, no. 1, pp. 105–115, 2014.
- [16] mediacenter.riau.go.id, "mediacenter.riau.go.id | Capaian Pengguna QRIS di Provinsi Riau Mendekati Target 650.000." Accessed: Sep. 28, 2024. [Online]. Available: <https://mediacenter.riau.go.id/read/80409/capaian-pengguna-qr-is-di-provinsi-riau-mendek.html>
- [17] E. Achmad and K. Riduwan, "Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)." Bandung: Alfabeta, 2008.
- [18] J. F. Hair, C. M. Ringle, and M. Sarstedt, "PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet," *J. Mark. Theory Pract.*, vol. 19, no. 2, pp. 139–152, Apr. 2011, doi: 10.2753/MTP1069-6679190202.