
Integrated QR Payment System (QRIS): Cashless Payment Solution in Developing Country from Merchant Perspective

Hani Lutpiah Sungkar

Magister Management, Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Article Info

Article history:

Received March 10, 2024

Revised March 20, 2024

Accepted April 1, 2024

Keywords:

Behavioral Intention; Mobile
Ease of Use; *Perceived
Security*; *Perceived
Compatibility*; Mobile
Usefulness

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi sistem pembayaran digital QRIS di Indonesia, dengan fokus pada tantangan yang dihadapi oleh merchant, terutama di sektor UMKM, serta peran regulasi pemerintah dalam mendukung inklusi keuangan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 60 responden yang dipilih menggunakan *convenience sampling*. Data dianalisis menggunakan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Mobile Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Mobile Usefulness*, dan *Perceived Security* juga berpengaruh terhadap *Mobile Usefulness*. Namun, tidak ditemukan pengaruh signifikan antara variabel-variabel lainnya, seperti kemudahan penggunaan, kesesuaian, dan keamanan terhadap niat perilaku pengguna. Penelitian ini menyoroti pentingnya peningkatan kemudahan penggunaan dan keamanan dalam mempercepat adopsi QRIS di sektor UMKM.



© 2022 by the authors; licensee UMP. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Corresponding Author:

Hani Lutpiah Sungkar,
Department of Magister Management
Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto,
Email: Lutfiahanisunkar@gmail.com

1. INTRODUCTION

Transformasi digital telah menjadi katalis utama dalam perkembangan ekonomi global, khususnya di negara berkembang. Salah satu perubahan signifikan yang terlihat adalah peningkatan adopsi sistem pembayaran non-tunai atau cashless. Dengan semakin banyaknya masyarakat yang mengakses teknologi digital, sistem pembayaran berbasis digital tidak hanya menawarkan kemudahan dan efisiensi tetapi juga menjadi elemen penting dalam mendorong inklusi keuangan. Perubahan ini sejalan dengan kebutuhan masyarakat modern yang mengutamakan kenyamanan dalam transaksi sehari-hari (Saputri 2023).

Di antara berbagai inovasi teknologi pembayaran, Quick Response (QR) Code telah menjadi pilar utama dalam ekosistem pembayaran digital. Di Indonesia, QRIS (Quick Response Code

Indonesian Standard) yang diluncurkan oleh Bank Indonesia menjadi tonggak penting dalam menyatukan berbagai jenis QR code yang sebelumnya tidak kompatibel. QRIS tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi tetapi juga memperluas akses layanan keuangan bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM), yang merupakan tulang punggung perekonomian nasional (Rachmad & Raharjo, 2023).

Keberhasilan adopsi sistem pembayaran digital, termasuk QRIS, tidak terlepas dari dukungan kuat pemerintah dan regulasi yang mendorong inklusi keuangan. Kebijakan seperti penghapusan biaya administrasi pada transaksi tertentu dan kampanye edukasi kepada masyarakat telah membantu meningkatkan penggunaan QRIS secara luas. Langkah ini menunjukkan komitmen pemerintah dalam menciptakan ekosistem keuangan yang inklusif dan mendukung pertumbuhan ekonomi digital (Sartini, Yudharta, and Purnamaningsih 2023).

Namun, peran merchant sebagai pengguna utama dalam ekosistem pembayaran digital tidak dapat diabaikan. Merchant memainkan peran strategis dalam menentukan keberhasilan implementasi QRIS, terutama di sektor UMKM. Meski begitu, tantangan seperti pemahaman teknologi, persepsi terhadap keamanan, dan kenyamanan penggunaan menjadi hambatan utama yang perlu diatasi. Dengan mengidentifikasi dan mengatasi tantangan ini, adopsi QRIS dapat lebih optimal dan memberikan manfaat yang luas bagi seluruh ekosistem keuangan digital (Rachman, Julianti, and Arkoyah 2024).

Literature Review

Teori yang mendasari hubungan antar variabel dalam penelitian ini yaitu Technology Acceptance Model (TAM) adalah kerangka teori yang dikembangkan oleh Davis (1989) untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap teknologi baru. Model ini secara langsung memengaruhi sikap pengguna terhadap teknologi, serta niat dan perilaku penggunaan. TAM banyak digunakan untuk mengevaluasi penerimaan teknologi di berbagai bidang, termasuk e-learning, aplikasi perbankan, dan sistem kesehatan digital (Kumar et al. 2020).

Hypotheses Development

Pengaruh *Mobile Ease of Use* terhadap *Behavioral Intention*

Kemudahan dalam menggunakan teknologi mendorong persepsi positif terhadap kegunaan dan kenyamanan teknologi, yang pada akhirnya meningkatkan niat perilaku untuk menggunakannya. Penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memengaruhi niat perilaku baik secara langsung maupun melalui mediasi persepsi kegunaan dan kepercayaan, seperti yang ditemukan dalam konteks mobile learning dan mobile banking seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh (Kumar et al. 2020),(Chao 2019)

H1: *Mobile Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

Pengaruh *Mobile Usefulness* terhadap *Behavioral Intention*

Persepsi kegunaan yang dirasakan pengguna meningkatkan niat untuk menggunakan teknologi secara aktif. Penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berkontribusi langsung pada niat perilaku dalam berbagai konteks, seperti mobile payment dan financial technolog. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Budiman 2022), (Chao 2019).

H2: *Mobile Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

Pengaruh *Perceived Compatibility* terhadap *Behavioral Intention*

Kesesuaian teknologi dengan kebutuhan dan preferensi pengguna meningkatkan niat untuk menggunakan teknologi tersebut. Penelitian menunjukkan bahwa kompatibilitas memiliki dampak

langsung pada niat perilaku, terutama ketika didukung oleh faktor lain seperti reputasi institusi dan kepuasan pengguna (Lu and Amponstira 2020) dan (Ciputra and Prasetya 2020).

H3: *Perceived Compatibility* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

Pengaruh *Perceived Security* terhadap *Behavioral Intention*

Keamanan yang dirasakan dalam menggunakan teknologi dapat mendorong persepsi positif terhadap niat perilaku untuk menggunakannya. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh langsung terhadap niat perilaku untuk menggunakan teknologi, seperti yang ditemukan dalam penelitian oleh Sidanti et al. (2020). Wijanarko and Sihite (2024).

H4: *Perceived Security* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

Pengaruh *Mobile Ease of Use* terhadap *Mobile Usefulness*

Kemudahan penggunaan aplikasi mobile dapat mendorong persepsi positif terhadap kegunaan aplikasi tersebut, yang pada gilirannya meningkatkan niat perilaku untuk menggunakannya. Penelitian yang dilakukan oleh Kamalia and Fazizah (2024) dan Atieq and Nurpiani (2022) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kegunaan aplikasi.

H5: *Mobile Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Mobile Usefulness*

Pengaruh *Perceived Compatibility* terhadap *Mobile Usefulness*

Persepsi kesesuaian aplikasi dengan kebutuhan dan preferensi pengguna dapat meningkatkan persepsi kegunaan aplikasi. Penelitian oleh Ali, Hamdan, and Mahaputra (2022) menunjukkan bahwa kesesuaian yang tinggi antara teknologi dengan kebutuhan pengguna berkontribusi pada peningkatan persepsi kegunaan aplikasi

H6: *Perceived Compatibility* berpengaruh positif terhadap *Mobile Usefulness*

Pengaruh *Perceived Security* terhadap *Mobile Usefulness*

Persepsi keamanan yang tinggi dapat meningkatkan persepsi kegunaan aplikasi, karena pengguna cenderung melihat teknologi yang aman sebagai lebih berguna dan layak digunakan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rafferty and Fajar (2022) dan Yoni et al. (2023) yang menunjukkan bahwa keamanan dapat meningkatkan persepsi kegunaan aplikasi.

H7: *Perceived Security* berpengaruh positif terhadap *Mobile Usefulness*

Pengaruh *Mobile Usefulness* Memediasi hubungan *Mobile Ease of Use* Terhadap *Behavioral Intention*

Kemudahan penggunaan aplikasi dapat meningkatkan persepsi kegunaan aplikasi, yang kemudian berperan dalam meningkatkan niat perilaku pengguna untuk menggunakannya. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kegunaan memediasi hubungan antara kemudahan penggunaan dan niat perilaku, seperti yang ditemukan dalam penelitian oleh Abbad (2021).

H8: *Mobile Usefulness* Memediasi hubungan *Mobile Ease of Use* Terhadap *Behavioral Intention*

Pengaruh *Mobile Usefulness* Memediasi hubungan *Perceived Security* Terhadap *Behavioral Intention*

Keamanan yang dirasakan dapat meningkatkan persepsi kegunaan aplikasi, yang pada gilirannya memengaruhi niat perilaku pengguna untuk menggunakannya. Penelitian oleh Pavlou,

(2023) dan Rafferty and Fajar (2022) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berperan sebagai mediator dalam hubungan antara keamanan dan niat perilaku.

H9: *Mobile Usefulness* Memediasi hubungan *Perceived Security* Terhadap *Behavioral Intention*

Pengaruh *Mobile Usefulness* Memediasi hubungan *Perceived Compatibility* Terhadap *Behavioral Intention*

Persepsi kesesuaian aplikasi dengan kebutuhan pengguna dapat meningkatkan persepsi kegunaan aplikasi, yang kemudian memengaruhi niat perilaku untuk menggunakannya. Penelitian oleh Rafferty and Fajar (2022) dan (Wu & Wang, 2021) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dapat memediasi hubungan antara kesesuaian aplikasi dan niat perilaku.

H10: *Mobile Usefulness* Memediasi hubungan *Perceived Compatibility* Terhadap *Behavioral Intention*

2. METHOD

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna QRIS, sampel dalam penelitian ini pedagang yang menyediakan layanan QRIS dalam metode pembayarannya. Menurut Sugiono (2022) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode sampel aksidental (accidental sampling) dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden. Dengan Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Alat analisis data menggunakan SmartPLS 3.

Instrumentation/Data Collection

Table 1. Item Kuesioner

Construct	Item	Wording	Reference
<i>Mobile Usefulness</i>	MU1	Penggunaan QRIS dalam melakukan transaksi dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja saya dalam bekerja dibandingkan dengan menggunakan cara lain pembayaran.	Chen et al., 2019; de Luna et al., 2019; Jiang et al., 2021; Liébana-Cabanillas et al., 2015; Oliveira et al., 2016; Schierz et al., 2010; Venkatesh et al., 2003; Yan et al., 2021
	MU2	Menggunakan QRIS dalam bertransaksi dapat meningkatkan efektivitas kerja saya, mengurangi waktu dan proses dalam bertransaksi, serta mengurangi antrian untuk melakukan transaksi dibandingkan ketika menggunakan alat pembayaran lainnya.	
	MU3	Penggunaan QRIS dalam bertransaksi membuat penanganan keuangan (Penerimaan uang dan pemberian uang kembalian) dalam kegiatan transaksi, dan penggolongan atau pembukuan transaksi menjadi lebih mudah dibandingkan sebelum menggunakan QRIS.	
	MU4	Secara keseluruhan, saya merasa penggunaan QRIS menguntungkan dan berguna dalam kegiatan transaksi dan pembukuan transaksi di pekerjaan saya.	
	MU5	Menurut saya, bertransaksi menggunakan QRIS itu praktis, simpel dan mudah diakses untuk menyelesaikan transaksi dibandingkan dengan cara lain pembayaran.	

Construct	Item	Wording	Reference
<i>Mobile Ease of Use</i>	MEOU1	Sebagai pengecer, mempelajari dan melakukan transaksi menggunakan QRIS mudah bagi saya.	de Luna et al., 2019; Liébana-Cabanillas et al., 2015; Nor et al., 2008; Oliveira et al., 2016; Schierz et al., 2010; Venkatesh et al., 2003; Yan et al., 2021; Zhang, 2010
	MEOU2	Menggunakan QRIS dalam melakukan transaksi mudah dimengerti, jelas dan mudah dipahami oleh saya.	
	MEOU3	Mudah bagi saya untuk mahir menggunakan QRIS dalam melakukan transaksi	
	MEOU4	Mudah bagi saya untuk mengikuti langkah-langkah yang diperlukan saat melakukan transaksi menggunakan QRIS.	
	MEOU5	Menggunakan QRIS dalam bertansaksi cenderung lebih cepat dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya (Tunai, debit/kredit, dll)	
<i>Perceived Security</i>	PS1	Menurut saya dengan menggunakan QRIS, risiko pihak ketiga atau pihak yang tidak berwenang mengganggu atau mengawasi transaksi prosesnya rendah.	de Luna et al., 2019; Jiaxin Zhang et al., 2019; Liébana-Cabanillas et al., 2015; Oliveira et al., 2016; Rabaa'i, and ALMaati, 2021; Rulyfayrizqi et al., 2019; Schierz et al., 2010; Wang et al., 2010; Zhao and Bacao, 2021
	PS2	Risiko penyalahgunaan informasi sensitif (Informasi pribadi, informasi bisnis, informasi aktivitas transaksi, data kartu kredit, data rekening bank) rendah saat melakukan transaksi aktivitas menggunakan QRIS.	
	PS3	Menurut saya, QRIS aman dan nyaman dalam melakukan kegiatan transaksi di bisnis saya.	
	PS4	Saya mengetahui bahwa ada pernyataan keamanan dan kebijakan mengenai QRIS.	
<i>Perceived Compatibility</i>	PC1	Menurut saya, menggunakan QRIS dalam bertransaksi sesuai dengan cara kerja saya.	Chen et al., 2019; Jiang et al., 2021; Liébana-Cabanillas et al., 2015; Nor et al., 2008; Oliveira et al., 2016; Rabaa'i and ALMaati, 2021; Schierz et al., 2010
	PC2	Saya lebih suka menggunakan QRIS dalam bertransaksi dengan pelanggan saya dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya (Tunai, kredit/debit)	
	PC3	Metode pembayaran menggunakan QRIS dalam melakukan transaksi yang sesuai dengan bisnis saya.	
	PC4	Saya menggunakan QRIS secara konsisten dalam melakukan transaksi penjualan produk atau jasa.	
<i>Behavioural Intention to Use QRIS</i>	BI1	Saya percaya dengan teknologi QRIS yang diluncurkan oleh Bank Indonesua untuk melakukan kegiatan transaksi kapan saja.	Chen et al., 2019; Jiang et al., 2021; Liébana-Cabanillas et al., 2015; Oliveira et al., 2016; Schierz et al., 2010; Venkatesh et al., 2003; Yan et al., 2021
	BI2	Saya yakin bahwa melakukan transaksi menggunakan QRIS telah diatur dalam Undang-Undang dan memiliki strandar teknologi yang memadai untuk melindungi proses kegiatan transaksi saya.	
	BI3	Menurut saya dengan menggunakan QRIS, risiko pihak ketiga atau pihak yang tidak berwenang mengganggu atau mengawasi transaksi prosesnya rendah.	

(Source: Reseach Data 2024)

3. RESULTS AND DISCUSSION

Results

Profil Responden

Tabel 2 menampilkan profil demografis responden berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan. Sebagian besar responden berada di Ciamis (61%), sementara sisanya di Banyumas (39%). Responden laki-laki dan perempuan seimbang dengan masing-masing 50%. Sebagian besar responden berusia antara 18–30 tahun (62%), diikuti oleh 31–40 tahun (20%), dan di atas 41 tahun (18%).

Table 2. Profil Responden

Keterangan		Jumlah
Lokasi Penyebaran Kuesioner	Banyumas	39%
	Ciamis	61%
Jenis Kelamin	Laki-laki	50%
	Perempuan	50%
Usia	18– 30 Tahun	62%
	31 – 40 Tahun	20%
	>41 Tahun	18%

(Source: Processed primary data, 2024)

Measurement Model (Outer Model)

Tahap ini disebut uji validitas konstruksi. Menguji keefektifan konstruk termasuk keefektifan dalam PLS-SEM Konvergensi dan validitas diskriminatif. Tahap ini merupakan tahap awal untuk menilai 3 kriteria yaitu Convergent Validity, Discriminant Validity dan Composite Reability.

Convergent Validity

Suatu indikator dikatakan memiliki kolerasi dan memenuhi syarat convergen validity jika outer loading memiliki nilai 0,5 maka dikatakan valid dan dapat mengukur konstraknya. Analisa yang didapat dari calculate-PLS Alghoritm terdapatn beberapa indikator yang memiliki outer loading 0,5 sehingga diperoleh nilai outer loading yang tersisa setelah dieksekusi adalah sebagai berikut:

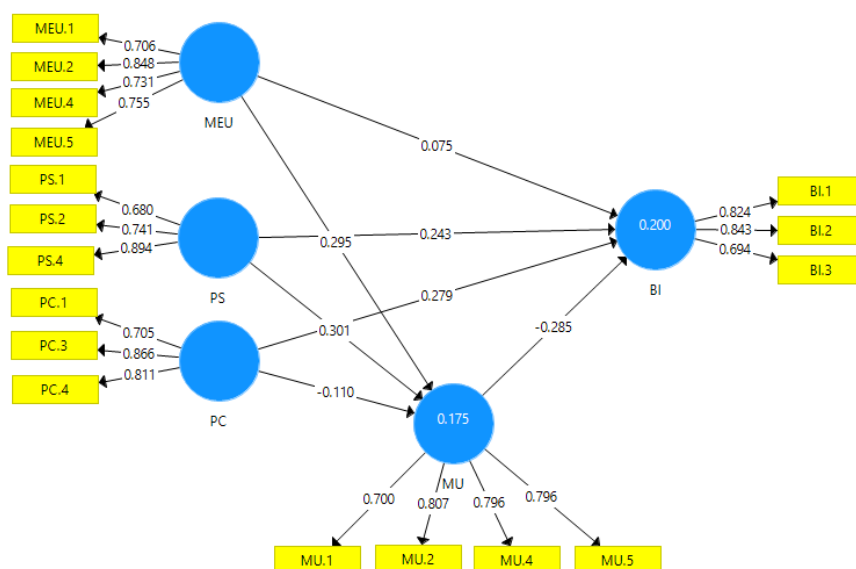


Figure 1: Outer Loadings Results from SmartPLS

Discriminant Validity

Pada tahap uji ini nilai cross loading harus memenuhi syarat discriminant validity, yaitu adalah nilai cross loading suatu indikator pada variabel harus lebih besar dari pada indikator pada variabel lainnya. Hasil pengujian discriminant validity dapat dilihat dari table dibawah ini:

Table 3. Cross Loading

	Behavioeral Intention (Y)	Mobile Ease of Use (X1)	Mobile Usefulness (M)	Perceived Compatibility (X3)	Perceived Security (X2)
BI.1	0.824	0.034	-0.044	0.296	0.154
BI.2	0.843	0.071	-0.215	0.262	0.227
BI.3	0.694	-0.267	-0.268	0.228	0.045
MEU.1	-0.127	0.706	0.144	0.063	-0.006
MEU.2	-0.017	0.848	0.298	-0.061	-0.111
MEU.4	0.018	0.731	0.123	-0.036	-0.1
MEU.5	-0.021	0.755	0.222	-0.174	0.013
MU.1	-0.083	0.293	0.7	0.004	0.142
MU.2	-0.205	0.202	0.807	-0.046	0.115
MU.4	-0.179	0.118	0.796	0.062	0.282
MU.5	-0.215	0.253	0.796	-0.243	0.262
PC.1	0.188	-0.052	-0.049	0.705	0.137
PC.3	0.23	-0.047	-0.23	0.866	0.026
PC.4	0.344	-0.091	0.036	0.811	0.124
PS.1	0.077	-0.214	0.201	0.225	0.68
PS.2	0.124	-0.137	0.157	0.071	0.741
PS.4	0.218	0.094	0.254	0.019	0.894

(Source: Processed primary data, 2024)

Bukan hanya dilihat dari nilai cross loading saja, namun juga membandingkan nilai dari AVE. syarat yang harus dipenuhi oleh suatu nilai AVE pada variabel penelitian adalah jika memiliki nilai e^2 0,5 maka dapat dikatakan memenuhi syarat discriminant validity.

Tabel 4. AverageVariance Extracted

Variabel	AVE
Behavioeral Intention (Y)	0,624
Mobile Ease of Use (X1)	0,581
Perceived Security (X2)	0,602
Perceived Compatibility (X3)	0,635
Mobile Usefulness (M)	0,603

(Source: Processed primary data, 2024)

Composite Reability

Composite reliability bertujuan untuk mengukur reliabilitas indikator-indikator pada variabel penelitian. Indikator dikatakan memenuhi syarat composite reliability jika memiliki nilai $> 0,7$ jika indikator dapat memenuhi syarat tersebut maka indikator bisa dikatakan reliabel. Dapat dilihat pada table 5 dibawah ini:

Tabel 5. Composite Reability

Variabel	Composite Reability	Kesimpulan
Behavioral Intention (Y)	0,832	Realiable
Mobile Ease of Use (X1)	0,846	Realiable
Perceived Security (X2)	0,818	Realiable
Perceived Compatibility (X3)	0,838	Realiable
Mobile Usefulness (M)	0,856	Realiable

(Source: Processed primary data, 2024)

Inner Model

Pada tahap ini peneliti telah melakukan pengolahan nilai valid dan reliabel, selanjutnya adalah Inner Model yaitu pengukuran yang menggambarkan hubungan laten. Untuk melihat nilai signifikansi dari setiap indikator.

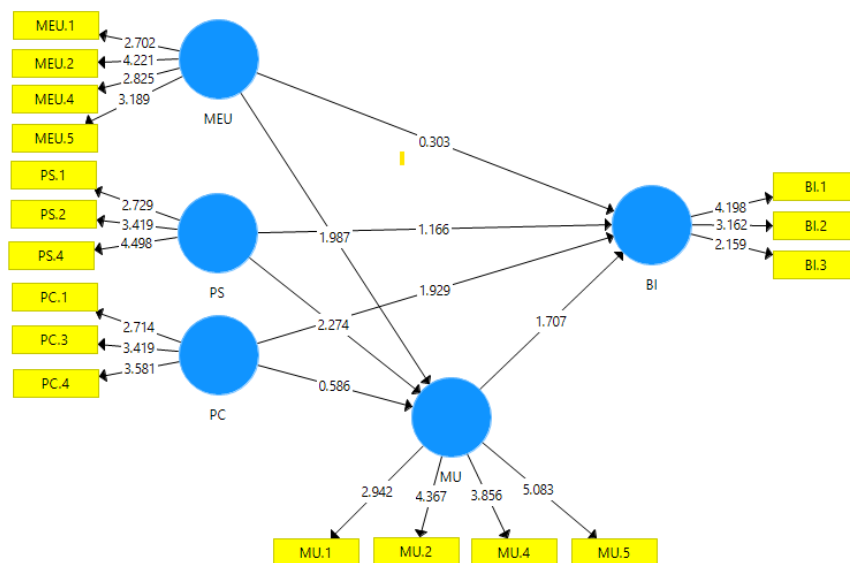


Figure 2: Inner Model Results with Bootstrapping

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam SmartPLS menggunakan metode bootstrapping, hasil uji hipotesis ini dapat diketahui dengan cara melihat nilai T-Statistic dan P-Value.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
Mobile Ease of Use (X1) -> Behavioral Intention (Y)	0.075	0.303	0.762	Ditolak
Mobile Usefulness (M) -> Behavioral Intention (Y)	-0.285	1.707	0.088	Ditolak
Perceived Compatibility (X3) -> Behavioral Intention (Y)	0.279	1.929	0.054	Ditolak
Perceived Security (X2) -> Behavioral Intention (Y)	0.243	1.166	0.244	Ditolak
Mobile Ease of Use (X1) -> Mobile Usefulness (M)	0.295	1.987	0.047	Diterima
Perceived Compatibility (X3) -> Mobile Usefulness (M)	-0.11	0.586	0.558	Ditolak

Hipotesis	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
Perceived Security (X2) -> Mobile Usefulness (M)	0.301	2.274	0.023	Diterima
Mobile Ease of Use (X1) -> Mobile Usefulness (M) -> Behavioral Intention (Y)	-0.084	1.145	0.253	Ditolak
Perceived Security (X2) -> Mobile Usefulness (M) -> Behavioral Intention (Y)	0.031	0.514	0.607	Ditolak
Perceived Compatibility (X3) -> Mobile Usefulness (M) -> Behavioral Intention (Y)	-0.086	1.226	0.221	Ditolak

(Source: Processed primary data, 2024)

Discussion

Pengaruh Mobile Ease of Use (X1) terhadap Behavioral Intention (Y)

Hipotesis 1 (H1) memiliki nilai original sample 0.075; t-value $0.303 < 1.96$; dan p-value $0.762 > 0.05$. Sehingga, tidak terdapat pengaruh Mobile Ease of Use (X1) terhadap Behavioral Intention (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi tidak cukup signifikan memengaruhi niat perilaku pengguna secara langsung. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa kemudahan penggunaan dianggap sebagai fitur dasar yang sudah diharapkan oleh pengguna, sehingga tidak menjadi faktor penentu utama. Menurut Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) memang berfungsi sebagai faktor yang mempengaruhi *perceived usefulness* (kegunaan yang dirasakan), namun hanya dalam tingkat tertentu. Ketika kemudahan penggunaan tidak lagi memberikan nilai tambah yang signifikan, pengguna cenderung fokus pada faktor-faktor lain seperti *perceived usefulness* atau fitur inovatif yang dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi penggunaan aplikasi. Oleh karena itu, untuk meningkatkan dampaknya, aplikasi dapat fokus pada peningkatan fitur yang lebih inovatif yang dapat memperkaya pengalaman pengguna dan memenuhi kebutuhan mereka secara lebih mendalam.

Pengaruh Mobile Usefulness (M) terhadap Behavioral Intention (Y)

Hipotesis 2 (H2) memiliki nilai original sample -0.285; t-value $1.707 < 1.96$; dan p-value $0.088 > 0.05$. Sehingga, tidak terdapat pengaruh Mobile Usefulness (M) terhadap Behavioral Intention (Y). Meskipun mendekati signifikansi, manfaat aplikasi belum cukup kuat untuk secara langsung memengaruhi niat perilaku. Pengguna mungkin belum sepenuhnya memahami nilai manfaat aplikasi dalam memenuhi kebutuhan mereka. Dalam konteks *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), *perceived usefulness* (kegunaan yang dirasakan) adalah faktor utama yang mempengaruhi niat perilaku pengguna untuk mengadopsi teknologi. Namun, jika manfaat aplikasi belum sepenuhnya dirasakan atau dipahami oleh pengguna, maka meskipun aplikasi memiliki potensi kegunaan, pengaruhnya terhadap niat perilaku tetap terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya komunikasi yang jelas dan strategi pemasaran yang efektif untuk menyoroti manfaat spesifik aplikasi, yang dapat meningkatkan pemahaman pengguna dan memperkuat persepsi kegunaan mereka. Dengan memperkuat persepsi *perceived usefulness*, aplikasi dapat lebih efektif dalam memengaruhi niat perilaku pengguna, sesuai dengan prinsip dasar dari TAM bahwa persepsi kegunaan adalah determinan utama dari adopsi teknologi.

Pengaruh Perceived Compatibility (X3) terhadap Behavioral Intention (Y)

Hipotesis 3 (H3) memiliki nilai original sample 0.279; t-value $1.929 < 1.96$; dan p-value $0.054 > 0.05$. Sehingga, tidak terdapat pengaruh Perceived Compatibility (X3) terhadap Behavioral Intention (Y). Meskipun hubungan ini cukup kuat, hasil ini menunjukkan bahwa kompatibilitas aplikasi belum signifikan memengaruhi niat perilaku pengguna. Penyesuaian lebih baik terhadap fitur yang sesuai

dengan gaya hidup dan preferensi pengguna perlu diutamakan untuk memperkuat hubungan ini. Meskipun hubungan ini cukup kuat, hasil ini menunjukkan bahwa kompatibilitas aplikasi belum signifikan memengaruhi niat perilaku pengguna. Dalam konteks *Technology Acceptance Model* (TAM), *perceived compatibility* (kesesuaian yang dirasakan) merujuk pada sejauh mana teknologi dianggap sesuai dengan kebutuhan, gaya hidup, dan nilai-nilai pengguna (Venkatesh & Davis, 2000).

Ketika aplikasi tidak cukup sesuai dengan preferensi atau gaya hidup pengguna, maka meskipun teknologi tersebut diterima dengan baik, niat perilaku untuk menggunakannya tidak akan cukup kuat. Oleh karena itu, untuk memperkuat hubungan ini, penyesuaian terhadap fitur aplikasi yang lebih baik dan lebih sesuai dengan gaya hidup serta preferensi pengguna perlu diutamakan. Hal ini akan meningkatkan *perceived compatibility*, yang pada gilirannya dapat memperkuat *perceived usefulness* dan, akhirnya, niat perilaku pengguna untuk mengadopsi aplikasi tersebut.

Pengaruh Perceived Security (X2) terhadap Behavioral Intention (Y)

Hipotesis 4 (H4) memiliki nilai original sample 0.243; t-value $1.166 < 1.96$; dan p-value $0.244 > 0.05$. Sehingga, tidak terdapat pengaruh Perceived Security (X2) terhadap Behavioral Intention (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa aspek keamanan aplikasi tidak menjadi faktor signifikan dalam memengaruhi niat perilaku. Menurut *Technology Acceptance Model* (TAM), *perceived security* (keamanan yang dirasakan) seharusnya berperan dalam meningkatkan *perceived usefulness* dan niat perilaku pengguna (Pavlou, 2003). Namun, pengguna mungkin lebih memprioritaskan kemudahan atau manfaat aplikasi dibandingkan dengan aspek keamanan. Meskipun demikian, strategi peningkatan kepercayaan terhadap keamanan tetap penting untuk memperkuat persepsi positif pengguna dan mendukung adopsi aplikasi, sesuai dengan prinsip TAM bahwa faktor-faktor seperti *perceived security* dapat mempengaruhi keputusan penggunaan dalam jangka panjang.

Pengaruh Mobile Ease of Use (X1) terhadap Mobile Usefulness (M)

Hipotesis 5 (H5) memiliki nilai original sample 0.295; t-value $1.987 > 1.96$; dan p-value $0.047 < 0.05$. Sehingga, terdapat pengaruh Mobile Ease of Use (X1) terhadap Mobile Usefulness (M). Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi manfaat aplikasi. Menurut *Technology Acceptance Model* (TAM), *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) berpengaruh langsung terhadap *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) (Davis, 1989). Desain antarmuka yang intuitif dan sederhana menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan persepsi manfaat aplikasi, sehingga dapat memperkuat niat perilaku pengguna untuk mengadopsinya.

Pengaruh Perceived Compatibility (X3) terhadap Mobile Usefulness (M)

Hipotesis 6 (H6) memiliki nilai original sample -0.11; t-value $0.586 < 1.96$; dan p-value $0.558 > 0.05$. Sehingga, tidak terdapat pengaruh Perceived Compatibility (X3) terhadap Mobile Usefulness (M). Hasil ini menunjukkan bahwa kompatibilitas aplikasi tidak cukup signifikan memengaruhi persepsi manfaat. Menurut *Technology Acceptance Model* (TAM), *perceived compatibility* (kesesuaian yang dirasakan) mempengaruhi *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) ketika aplikasi sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna (Venkatesh & Davis, 2000). Penyesuaian aplikasi terhadap kebutuhan unik pengguna dapat meningkatkan *perceived compatibility*, yang pada gilirannya akan memperkuat persepsi manfaat dan meningkatkan adopsi aplikasi.

Pengaruh Perceived Security (X2) terhadap Mobile Usefulness (M)

Hipotesis 7 (H7) memiliki nilai original sample 0.301; t-value $2.274 > 1.96$; dan p-value $0.023 < 0.05$. Sehingga, terdapat pengaruh Perceived Security (X2) terhadap Mobile Usefulness (M). Hasil

ini menunjukkan bahwa keamanan aplikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi manfaat. Menurut *Technology Acceptance Model* (TAM), *perceived security* (keamanan yang dirasakan) dapat meningkatkan *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan), karena pengguna cenderung lebih menghargai aplikasi yang dianggap aman (Pavlou, 2023). Penguatan fitur keamanan, seperti enkripsi data dan autentikasi multifaktor, dapat meningkatkan persepsi manfaat dan memperkuat niat perilaku pengguna untuk mengadopsi aplikasi.

Pengaruh Mobile Ease of Use (X1) terhadap Mobile Usefulness (M) melalui Behavioral Intention (Y)

Hipotesis 8 (H8) memiliki nilai original sample -0.084; t-value $1.145 < 1.96$; dan p-value $0.253 > 0.05$. Sehingga, tidak terdapat pengaruh Mobile Ease of Use (X1) terhadap Behavioral Intention (Y) melalui Mobile Usefulness (M). Jalur mediasi ini belum cukup signifikan, menunjukkan bahwa meskipun kemudahan penggunaan memengaruhi manfaat, tidak ada pengaruh yang cukup kuat terhadap niat perilaku pengguna. Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), meskipun *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) dapat meningkatkan *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan), pengaruhnya terhadap niat perilaku menjadi signifikan hanya jika hubungan antara keduanya diperkuat (Davis, 1989). Oleh karena itu, perlu upaya untuk menonjolkan hubungan langsung antara manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan agar dapat memperkuat niat perilaku pengguna.

Mobile Usefulness (M) Memediasi Pengaruh Perceived Security (X2) terhadap Behavioral Intention (Y)

Hipotesis 9 (H9) memiliki nilai original sample 0.031; t-value $0.514 < 1.96$; dan p-value $0.607 > 0.05$. Sehingga, tidak terdapat pengaruh Perceived Security (X2) terhadap Behavioral Intention (Y) melalui Mobile Usefulness (M). Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun keamanan aplikasi memengaruhi manfaat, jalur mediasi menuju niat perilaku tidak cukup signifikan. Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), *perceived security* (keamanan yang dirasakan) dapat meningkatkan *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan), yang pada gilirannya mempengaruhi niat perilaku pengguna (Pavlou, 2003). Namun, untuk memperkuat pengaruh ini, strategi komunikasi yang lebih kuat diperlukan untuk menunjukkan hubungan jelas antara keamanan, manfaat, dan niat perilaku pengguna.

Mobile Usefulness (M) Memediasi Pengaruh Perceived Compatibility (X3) Terhadap Behavioral Intention (Y)

Hipotesis 10 (H10) memiliki nilai original sample -0.086; t-value $1.226 < 1.96$; dan p-value $0.221 > 0.05$. Sehingga, tidak terdapat pengaruh Perceived Compatibility (X3) terhadap Behavioral Intention (Y) melalui Mobile Usefulness (M). Hasil ini menunjukkan bahwa kompatibilitas aplikasi dengan kebutuhan pengguna belum cukup signifikan memengaruhi manfaat dan niat perilaku melalui jalur mediasi. Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), *perceived compatibility* (kesesuaian yang dirasakan) berperan penting dalam meningkatkan *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) dan, pada akhirnya, niat perilaku pengguna (Venkatesh & Davis, 2000). Optimalisasi lebih lanjut pada fitur yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dapat memperkuat hubungan ini, meningkatkan persepsi manfaat, dan memperkuat niat perilaku untuk mengadopsi aplikasi.

4. CONCLUSION

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mobile Ease of Use (X1), Mobile Usefulness (M), Perceived Compatibility (X3), dan Perceived Security (X2) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention (Y), baik secara langsung maupun melalui Mobile Usefulness sebagai variabel mediasi. Namun, Mobile Ease of Use (X1) dan Perceived Security (X2) terbukti signifikan memengaruhi Mobile Usefulness (M), yang menunjukkan pentingnya desain intuitif dan fitur keamanan dalam meningkatkan persepsi manfaat aplikasi. Untuk meningkatkan niat perilaku pengguna, pengembang perlu memperkuat komunikasi manfaat aplikasi, meningkatkan fitur keamanan, menyesuaikan aplikasi dengan kebutuhan pengguna, dan fokus pada desain yang intuitif. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain seperti trust dan perceived risk, serta melibatkan sampel yang lebih luas untuk hasil yang lebih representatif

5. REFERENCES

- Abbad, Muneer M. M. 2021. "Using the UTAUT Model to Understand Students ' Usage of e-Learning Systems in Developing Countries." *Education and Information Technologies* (0123456789). doi: 10.1007/s10639-021-10573-5.
- Ali, Hapzi, Hamdan Hamdan, and M. Rizky Mahaputra. 2022. "Faktor Eksternal Perceived Ease of Use Dan Perceived Usefulness Pada Aplikasi Belanja Online: Adopsi Technology Accepted Model." *Jurnal Ilmu Multidisplin* 1(3):587–604. doi: 10.38035/jim.v1i3.75.
- Atieq, Muhamad Qoes, and Eva Nurpiani. 2022. "MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH (Survey Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon) PENDAHULUAN Perkembangan Teknologi Informasi Menciptakan Berbagai Peluang Bisnis Dimana Transaksi Yang Dilakukan Secara Elektronik." *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 2(1):401–23.
- Belanche, Daniel, Marta Flavian, and Alferedo Rueda. 2020. "Mobile Apps Use and WOM in the Food Delivery Sector : The Role of Planned Behavior , Perceived Security and Customer Lifestyle Compatibility." *Sustainability (Switzerland)* 12:4275.
- Budiman, Yohanes Imanuel. 2022. "Pengaruh Perceived Usefulness Service Dan Sefl Efficacy Terhadap Intention Of Use Mobile Payment Fintech Di Jakarta." *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 6(3):306–11.
- Chao, Cheng-min. 2019. "Factors Determining the Behavioral Intention to Use Mobile Learning : An Application and Extension of the UTAUT Model." *Frontiers* 10(July):1–14. doi: 10.3389/fpsyg.2019.01652.
- Ciputra, William, and Wibawa Prasetya. 2020. "Analisis Pengaruh E-Service Quality, Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction, Trust, Dan Customer Behavioral Intention." *COMMENTATE: Journal of Communication Management* 1(2):109. doi: 10.37535/103001220201.
- Daragmeh, Ahmad, Csaba Lentner, and Judit Sági. 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. doi: 10.1016/j.jbef.2021.100574.
- Kamalia, Nur Faizatun NM, and Amma Fazizah. 2024. "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Dan Perceived Risk Terhadap Continue Intention To Use Melalui Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bca." *Musytari: Neraca Manajemen, Ekonomi* 8(6).
- Kumar, Jeya Amantha, Brandford Bervell, Nagaletchimee Annamalai, and Sharifah

- Osman. 2020. "Behavioral Intention to Use Mobile Learning : Evaluating the Role of Self-Efficacy , Subjective Norm , and WhatsApp Use Habit." *Digital Object Identifier Journal* 8.
- Lu, Jin, and Fuangfa Amponstira. 2020. "The Impact of Perceived Destination Restorative Qualities on Chinese Tourists ' Behavioral Intention After Visiting Thailand." *Journal Of Business Reasearch* 12(2):1006–13.
- Rachman, Abdul, Niken Julianti, and Siti Arkoyah. 2024. "Challenges and Opportunities for QRIS Implementation as a Digital Payment System in Indonesia." *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 8(1):1–13. doi: 10.14421/EkBis.2024.8.1.2134.
- Rafferty, Nathan Eleazar, and Ahmad Nurul Fajar. 2022. "Integrated QR Payment System (QRIS): Cashless Payment Solution in Developing Country from Merchant Perspective." *Asia Pacific Journal of Information Systems* 32(3):630–55. doi: 10.14329/APJIS.2022.32.3.630.
- Saputri, Prilyandari Dina. 2023. "The Digitalization Impact Of The Payment System Through Qris On East Java Regional Financial Transactions." *East Java Economic Journal* 7(2):301–18. doi: 10.53572/ejavec.v7i2.120.
- Sartini, Putu, I. Putu Dharmanu Yudharta, and Putu Eka Purnamaningsih. 2023. "Efektivitas Program SIAP (Sehat , Inovatif , Aman , Pakai) Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Untuk Mendukung Inklusi Keuangan Digital Di Pasar Badung , Kota Denpasar." *BIREV: Business and Investment Review* 1(3):195–210.
- Sidanti, Heny, Dian Citaningtyas, Ari Kadi, Hari Purwanto, and Wahyu Sri Lestari. 2020. "The Effect Of Easy Perception And Security Perception On The Intention Of Using Shopeepay Through Attitude As Intervening Variables In Madiun." *International Journal Of Science, Technology & Management* i(July 2019):215–28.
- Sugiono. 2022. *Metode Penelitian Sumber Daya Manusia (Kuantitatif, Kualitatif Dan Studi Kasus)*. 1st ed. ALFABETA, CV.
- Tahar, Afrizal, Hosam Alden Riyadh, Hafiez Sofyani, and Wahyu Eko Purnomo. 2020. "Perceived Ease of Use , Perceived Usefulness , Perceived Security and Intention to Use E-Filing : The Role of Technology Readiness *." *Journal of Asian Finance, Economics and Business* 7(9):537–47. doi: 10.13106/jafeb.2020.vol7.no9.537.
- Wijanarko, Muhammad Fuad, and Janfry Sihite. 2024. "Analysis of the Effect of Perceived Ease of Use , Perceived Usefulness and Perceived Security on Intention to Use Brimo Mobile Banking with Trust as Mediation." *Indonesian Journal of Business Analytics (IJBA)* 3(4):93–110.

Yoni, Stanislaus, Adhita Meylia Sari, Demak Claudia Y. Simanjuntak, and Emma Novirsari. 2023. "The Effect of Perceived Security, Information Quality and Trust on Online Buyer Decisions (Case Study of Tokopedia Consumers in Medan)." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4(4):3914–22.