

## QRIS DAN PENGARUHNYA TERHADAP IMPULSIVE BUYING PADA MASYARAKAT KOTA MEDAN

Kartika Sari Lubis<sup>1</sup>, Edi Winata<sup>2</sup>, Fahmi Sulaiman<sup>3</sup>, Jihan Sulaiman<sup>4</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan

e-mail: fahmisulaiman@stimsukmamedan.ac.id

**Abstract:** *Quick Response Indonesia Standard (QRIS) is one of the payment methods used by server-based electronic money applications, electronic wallets or mobile banking and has the potential to expand the acceptance of national non-cash payments more efficiently. The growing innovation towards digital payment has in fact changed people's lifestyles, especially in Medan city, which has led to impulsive buying behaviour, which is an irrational purchase and is associated with a quick and unplanned purchase, followed by a conflict of thoughts and emotional impulses. About 41% of Generation Z customers are impulsive shoppers, followed by 34% of Millennials and 32% of Generation Xers. The urgency of this research is to analyse the behavioural model of using the QRIS application as an effort to avoid impulsive buying. Based on the PwC (Pricewaterhouse Coopers) survey related to Global Consumer Insight, it illustrates how the digital payment system is turning into a trend or what is commonly called a cashless society. The survey results noted that 47% of respondents in Indonesia currently use digital payments. The purpose of this study is to avoid impulsive buying for QRIS users with the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model in the context of information technology acceptance which integrates the technology acceptance domain into one user behaviour as the main dependent variable. This research method combines quantitative and qualitative analysis (mix method) conducted in Medan City with the object of research is QRIS users in making offline transactions who make transactions at Coffeeshop which is visited by Generation Z, namely Starbucks, Zircon Chill Coffee Shop, Doppio Coffee Shop, Palms Medan Coffee Shop, Mano Indonesia, Lorong Coffeeshop, FORE, and Hardapana Coffeeshop) and Fashion Stores at Sun Plaza and Deli Park Mall and the help of Structural Equation Model Partial Least Square (SEM PLS) as the method used to see behavioural relationships. The results of the study state that QRIS affects impulsive buying in people in Medan city. The testing of hypotheses to research this proves that the performance of expectancy or expectations of them were found significant performance intention or intention users behavior. This means performance expectancy affect behavior intention that the use of the digital qris very fast and efficient.*

**Keywords:** *QRIS, Impulsive Buying, Mobil Banking, Cashless society, global consumer insight.*

**Abstrak:** Quick Response Indonesia Standard (QRIS) merupakan salah satu metode pembayaran yang digunakan oleh aplikasi uang elektronik berbasis server, dompet elektronik atau mobile banking dan berpotensi memperluas penerimaan pembayaran nontunai nasional secara lebih efisien. Inovasi yang berkembang terhadap digital payment faktanya merubah gaya hidup masyarakat khususnya di kota Medan yang menimbulkan perilaku impulsive buying yaitu pembelian tidak rasional dan diasosiasikan dengan pembelian yang cepat dan tidak direncanakan, diikuti oleh adanya konflik fikiran dan dorongan emosional. Sekitar 41% pelanggan Generasi Z adalah pembelanja impulsive, diikuti oleh 34% generasi Milenial dan 32% Generasi X. Urgensi penelitian ini adalah untuk melakukan analisis model perilaku penggunaan aplikasi QRIS sebagai upaya untuk menghindari impulsive buying. Berdasarkan survei PwC (Pricewaterhouse Coopers) berkaitan dengan Global Consumer Insight memberikan gambaran betapa sistem pembayaran digital berubah menjadi tren atau yang biasa disebut dengan cashless society.

Hasil survey mencatat 47% responden di Indonesia saat ini menggunakan digital payment. Tujuan penelitian ini untuk menghindari impulsive buying bagi pengguna QRIS dengan model Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) dalam konteks penerimaan teknologi informasi yang mengintegrasikan domain penerimaan teknologi ke dalam satu perilaku pengguna sebagai variabel dependen utama. Metode penelitian ini menggabungkan analisis kuantitatif dan kualitatif (mix method) yang dilakukan di Kota Medan dengan objek penelitian adalah pengguna QRIS dalam melakukan transaksi offline yang melakukan transaksi di Coffeeshop yang banyak didatangi oleh Generasi Z yaitu Starbucks, Zircon Chill Coffee Shop, Doppio Coffee Shop, Palms Medan Coffee Shop, Mano Indonesia, Lorong Coffeeshop, FORE, dan Hardapana Cffeeshop) serta Fashion Store di Sun Plaza dan Deli Park Mall dan bantuan Structural Equation Model Partial Least Square (SEM PLS) sebagai metode yang digunakan untuk melihat hubungan perilaku Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa performance expectancy atau ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan positif terhadap behavior intention atau niat pengguna. Hal ini berarti performanace expectancy mempengaruhi behavior intention bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS sangat cepat dan efisien.

**Kata kunci:** QRIS, Pembelian Impulsiive, Mobile Banking, Uang Tunai, Masyarakat, Global

## PENDAHULUAN

Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang diprakarsai oleh Pemerintah Republik Indonesia bersama dengan Bank Indonesia memiliki tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia terhadap penggunaan alat pembayaran non tunai (Wardani & Sari, 2023). Pencanangan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dimaksudkan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat umum, pelaku usaha dan instansi pemerintah untuk menggunakan sarana pembayaran non tunai dalam melakukan transaksi keuangan. Peningkatan penggunaan instrumen non tunai akan menciptakan budaya less cash society/LSC yang dapat diartikan sebagai pengurangan penggunaan transaksi tunai (Bagus Prasasta Sudiatmika & Ayu Oka Martini, 2022). Cashless society merupakan revolusi financial technology (fintech) yang sejalan dengan Revolusi Industri Keempat yang merujuk pada masyarakat yang melakukan transaksi pembayaran secara digital atau menggunakan gadget elektronik. Berbeda dengan negara-negara Barat, adopsi pembayaran digital di

negara-negara Asia berjalan lambat (Wibowo & Rimadias, 2022). Quick Response Indonesia Standard (QRIS) merupakan salah satu metode pembayaran yang digunakan oleh aplikasi uang elektronik berbasis server, dompet elektronik, atau mobile banking. QRIS memiliki potensi untuk memperluas penerimaan pembayaran non-tunai nasional secara lebih efisien (Lina et al., 2022). Namun, permasalahan yang muncul akibat semakin berkembangnya inovasi pembayaran digital nyatanya mengubah gaya hidup masyarakat khususnya di kota Medan yang menimbulkan perilaku impulsive buying. Impulsive Buying merupakan pembelian yang tidak rasional dan dikaitkan dengan pembelian yang cepat dan tidak terencana, diikuti oleh konflik pikiran dan dorongan emosional.

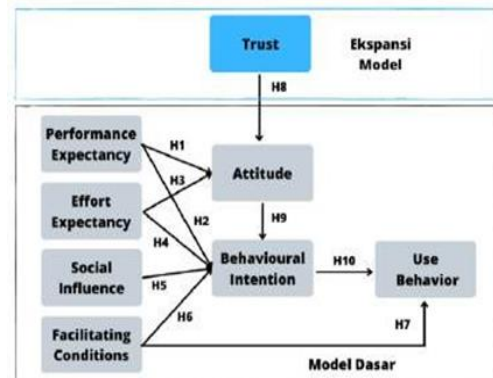
Pembelian impulsif dapat memberikan dampak negatif bagi individu.

Berdasarkan studi pendahuluan, responden menyatakan bahwa salah satu dampak negatif yang ditimbulkan dari kecenderungan impulsive buying adalah masalah keuangan, sehingga mendorong timbulnya perasaan tidak nyaman yang tidak sesuai dengan kriteria kesehatan

mental. (Lina et al., 2022). Urgensi dari penelitian ini adalah melakukan penelitian terkait model perilaku penggunaan aplikasi QRIS sebagai upaya untuk menghindari impulsive buying di masyarakat. Berdasarkan survei PwC (Pricewaterhouse Coppers) terkait Global Consumer Insight menggambarkan bagaimana sistem pembayaran digital berubah menjadi tren atau yang biasa disebut dengan cashless society. Hasil survei tersebut mencatat bahwa 47% responden di Indonesia saat ini telah menggunakan pembayaran digital. Presentasi ini jauh lebih tinggi dibandingkan tahun 2018 yang sebesar 38% (Zafar et al., 2021). Penelitian ini menerapkan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Model untuk menghindari pembelian impulsif pada pengguna QRIS. Model UTAUT diusulkan oleh Venkatesh, Morris, Davis dan Davis dalam konteks penerimaan teknologi informasi yang mengintegrasikan domain-domain penerimaan teknologi ke dalam sebuah teori tunggal dengan niat perilaku dan perilaku pengguna sebagai variabel dependen utama.

Keunikan dari penelitian ini adalah mengadopsi model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) yang diusulkan oleh Venkatesh, Morris, Davis dan Davis dalam konteks penerimaan teknologi informasi (Venkatesh et al., 2003). UTAUT mengintegrasikan domain-domain penerimaan teknologi ke dalam sebuah teori tunggal dengan niat perilaku dan perilaku pengguna sebagai variabel dependen utama. Model UTAUT memiliki empat konstruk utama yang mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan teknologi dan perilaku penggunaan. Empat konstruk utama tersebut antara lain Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), dan Facilitating Conditions (FC) (Venkatesh et al., 2003). Lebih lanjut, penelitian ini juga berupaya mengimplementasikan saran dari hasil

penelitian sebelumnya (Dwivedi et al., 2019) bahwa untuk penelitian selanjutnya variabel kepercayaan perlu ditambahkan dalam menganalisis adopsi teknologi. Dengan menggunakan model dasar UTAUT dan perluasan model berupa penambahan variabel kepercayaan.



**Gambar Thinking Framework Model**

UTAUT mengintegrasikan domain penerimaan teknologi ke dalam satu teori dengan niat perilaku dan perilaku pengguna sebagai variabel dependen utama. UTAUT memiliki empat konstruk utama yang mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan teknologi dan perilaku penggunaan. Empat konstruk utama tersebut meliputi Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), dan Facilitating Conditions (FC) (Venkatesh et al., 2003). Penelitian ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya. Penelitian sebelumnya, yaitu (Fadhila Tirsah & Kartika Sari Lubis, 2023); (Pangestu, 2022); ((Auliya & Arransyah, 2023); Variabel penelitian menekankan pada pengaruh kemudahan, pengaruh sosial, dan ekspektasi kinerja terhadap penggunaan QRIS dan saran dari penelitian sebelumnya agar pemerintah melakukan kerja sama dengan berbagai pihak dan dapat meminimalisir kesalahan sistem agar terciptanya keamanan pada saat penggunaan uang elektronik berbasis QRIS di masyarakat. Penelitian ini berfokus pada penggunaan pendekatan UTAUT untuk melihat model perilaku pembelian impulsif pada masyarakat pengguna QRIS di Kota Medan. Kebijakan Strategis Nasional Ilmu

Pengetahuan dan Teknologi (Jakstranas Iptek), dan Agenda Riset Nasional (ARN) menunjukkan bahwa berbagai kebijakan tersebut belum sepenuhnya menjadi acuan. Oleh karena itu, diperlukan rencana induk sektoral yang lebih terstruktur dan berkekuatan hukum dalam bentuk Rencana Induk Riset Nasional (RIRN). RIRN memiliki jangka waktu 2017-2045. RIRN disusun untuk menciptakan perencanaan yang sinergis di sektor riset yang selaras dengan perencanaan pembangunan nasional. Sebagaimana diamanatkan dalam RPJPN 2005-2025, pelaksanaan riset difokuskan pada bidang-bidang Riset PUNAS, yaitu: (a) Ketahanan Pangan; (b) energi, energi baru dan terbarukan; (c) kesehatan dan obat; (d) transportasi; (e) teknologi informasi dan komunikasi (TIK); (f) teknologi pertahanan dan keamanan; dan (g) material maju; (h) kemaritiman; (i) kebencanaan; (j) sosial humaniora-seni budaya dan pendidikan. Penelitian ini termasuk dalam bidang Sosial Humaniora- Seni Budaya dan Pendidikan dengan fokus pada pengembangan model UTAUT untuk menghindari perilaku impulsive buying pengguna QRIS.

## METODE

Metode penelitian ini adalah sebagai berikut:

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggabungkan analisis kuantitatif dan kualitatif (mix method). Analisis kuantitatif yang dilakukan adalah penerapan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Model.

### Tempat dan Objek Penelitian

Penelitian dilakukan di Kota Medan dengan objek penelitian adalah masyarakat pengguna QRIS dalam melakukan transaksi secara online dan offline.

### Partisipan

Responden yang digunakan adalah pengguna pembayaran di masyarakat kota Medan yang menggunakan QRIS dalam melakukan transaksi online dan offline. Partisipan berjumlah 314 responden, yang terdiri dari 149 laki-laki dengan persentase 47,45% dan 165 perempuan dengan persentase 52,54%. Sebanyak 122 responden berusia kurang dari 20 tahun dengan persentase 38,85% dan 192 responden berusia 21 hingga 25 tahun dengan persentase 61,14%, oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berusia 21 hingga 25 tahun. Sebanyak 127 responden memiliki penghasilan kurang dari Rp. 1.000.000, 187 responden memiliki penghasilan Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000 dengan persentase sebesar 38,85% dan 192 responden berusia 21 sampai 25 tahun dengan persentase sebesar 61,14%, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berusia 21 sampai 25 tahun. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dari klasifikasi pendapatan atau uang saku per bulan adalah Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000.

### Instrumen

Analisis deskriptif, yaitu menjelaskan deskriptif penilaian responden terhadap variabel penelitian yang terdiri dari performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, perceived usefulness, perceived enjoyment, continuance intention, trust, data security and privacy, behavior intention, use behavior, dan customer satisfaction terhadap penggunaan pembayaran digital QRIS pada masyarakat kota Medan dalam berbelanja secara online dan offline. Penelitian ini dilakukan terhadap 314 responden pengguna pembayaran digital QRIS. Skala penilaian untuk variabel penelitian ini diukur dengan skor 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (agak tidak setuju), 4 (agak setuju), 5 (Setuju), 6 (sangat setuju).

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui (a) observasi terhadap masyarakat kota Medan yang menggunakan QRIS; (b) Tim peneliti melakukan wawancara terhadap masyarakat kota Medan yang menggunakan QRIS; (c) kuesioner kepada masyarakat kota Medan yang menggunakan QRIS.

### Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data yang dilakukan adalah dengan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) dan bantuan Structural Equation Model Partial Least Square (SEM PLS) sebagai metode yang digunakan untuk melihat hubungan perilaku. Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Penerapan model ini adalah sebagai berikut:

1. Perhitungan Kinerja dan Usaha (Performance and Effort); tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan
2. Perhitungan Pengaruh Sosial; sejauh mana seseorang mempertimbangkan orang lain untuk meyakinkan dia bahwa dia harus menggunakan sistem baru
3. Perhitungan Kondisi yang Memfasilitasi; sejauh mana seorang individu percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis yang ada mampu mendukung penggunaan suatu sistem
4. Perhitungan Niat Sikap dan Perilaku (Attitude and Behavior Intention); sebagai suatu kondisi dimana konsumen memiliki keinginan atau loyal terhadap produk, merek dan suatu perusahaan yang kemudian secara sukarela menceritakan keunggulannya kepada orang lain.
5. Perhitungan Perilaku Penggunaan (Use Behavior); intensitas atau frekuensi pengguna dalam menggunakan teknologi informasi sehingga menimbulkan sikap pembelian yang impulsif.

6. Korelasi dengan Pembelian Impulsif; adalah pembelian yang tidak rasional dan berhubungan dengan pembelian yang cepat dan tidak terencana, diikuti oleh konflik pikiran dan dorongan emosional.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Variabel-variabel penelitian yang ditunjukkan pada tabel 1, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif pada variabel performance expectancy atau ekspektasi kinerja, memiliki nilai rata-rata sebesar 5,40 dan standar deviasi sebesar 1,48. Maka, berdasarkan nilai rata-rata tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju pada variabel performance expectancy. Sedangkan nilai standar deviasi dapat disimpulkan bahwa ukuran penyebaran data variabel performance expectancy adalah sebesar 1,48 dari 314 responden.
2. Hasil analisis deskriptif pada variabel effort expectancy memiliki nilai rata-rata sebesar 5,38 dan standar deviasi sebesar 1,48. Maka, berdasarkan nilai rata-rata tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju pada variabel effort expectancy. Sedangkan nilai standar deviasi dapat disimpulkan bahwa ukuran penyebaran data variabel effort expectancy sebesar 1,48 dari 314 responden.
3. Hasil analisis deskriptif pada variabel social influence memiliki nilai rata-rata sebesar 5,28 dan standar deviasi sebesar 1,90. Maka, berdasarkan nilai rata-rata tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju pada variabel pengaruh sosial. Sedangkan nilai standar deviasi dapat

- disimpulkan bahwa ukuran penyebaran data variabel pengaruh sosial adalah sebesar 1,90 dari 314 responden.
4. Hasil analisis deskriptif pada variabel kondisi yang memfasilitasi memiliki nilai rata-rata sebesar 5,42 dan standar deviasi sebesar 1,40. Maka, berdasarkan nilai rata-rata tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju pada variabel *facilitating condition*. Sedangkan nilai standar deviasi dapat disimpulkan bahwa ukuran penyebaran data variabel *facilitating condition* sebesar 1,40 dari 314 responden.
  5. Hasil analisis deskriptif pada variabel persepsi kebermanfaatan memiliki nilai rata-rata sebesar 5,49 dan standar deviasi sebesar 1,37. Maka, berdasarkan nilai rata-rata tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju pada variabel persepsi kebermanfaatan. Sedangkan nilai standar deviasi dapat disimpulkan bahwa ukuran penyebaran data variabel persepsi kemanfaatan sebesar 1,37 dari 314 responden.
  6. Hasil analisis deskriptif pada variabel *perceived enjoyment* memiliki nilai rata-rata sebesar 5,39 dan standar deviasi sebesar 1,75. Maka, berdasarkan nilai rata-rata tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju pada variabel *perceived enjoyment*. Sedangkan nilai standar deviasi dapat disimpulkan bahwa ukuran penyebaran data variabel *perceived enjoyment* adalah sebesar 1,75 dari 314 responden.
  7. Hasil analisis deskriptif pada variabel *continuance intention* atau niat berkelanjutan, yang memiliki nilai rata-rata sebesar 5,31 dan standar deviasi sebesar 1,79. Maka, berdasarkan nilai rata-rata tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju pada variabel *continuance intention*. Sedangkan nilai standar deviasi dapat disimpulkan bahwa ukuran penyebaran data variabel *continuance intention* adalah sebesar 1,79 dari 314 responden.
  8. Hasil analisis deskriptif pada variabel *trust* atau kepercayaan, memiliki nilai rata-rata sebesar 5,29 dan standar deviasi sebesar 1,65. Maka, berdasarkan nilai rata-rata tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju pada variabel kepercayaan. Sedangkan nilai standar deviasi dapat disimpulkan bahwa ukuran penyebaran data variabel kepercayaan adalah sebesar 1,65 dari 314 responden.
  9. Hasil analisis deskriptif pada variabel keamanan dan privasi data atau persepsi terhadap privasi dan keamanan, memiliki nilai rata-rata sebesar 5,23 dan standar deviasi sebesar 1,87. Maka, berdasarkan nilai rata-rata tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju pada variabel keamanan dan privasi data. Sedangkan nilai standar deviasi dapat disimpulkan bahwa ukuran penyebaran data variabel keamanan dan privasi data adalah sebesar 1,87 dari 314 responden.
  10. Hasil analisis deskriptif pada variabel *behavior intention*, memiliki nilai rata-rata sebesar 5,34 dan standar deviasi sebesar 1,70. Maka, berdasarkan nilai rata-rata tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju pada variabel *behavior intention*. Sedangkan nilai standar deviasi dapat disimpulkan bahwa ukuran penyebaran data variabel *behavior intention* adalah sebesar 1,70 dari 314 responden.
  11. Hasil analisis deskriptif pada variabel *use behavior* atau perilaku pengguna, memiliki nilai rata-rata sebesar 5,27 dan standar deviasi sebesar 1,83. Maka, berdasarkan nilai rata-rata tersebut dapat disimpulkan bahwa

sebagian besar responden menilai sangat setuju pada variabel use behavior. Sedangkan nilai standar deviasi dapat disimpulkan bahwa ukuran penyebaran data variable

12. perilaku penggunaan adalah sebesar 1,83 dari 314 responden.

Hasil analisis deskriptif pada variabel customer satisfaction atau kepuasan konsumen, memiliki nilai rata-rata sebesar 5,35 dan standar deviasi sebesar 1,76. Maka, berdasarkan nilai rata-rata tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju pada variabel customer satisfaction. Sedangkan nilai standar deviasi dapat disimpulkan bahwa ukuran penyebaran data variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 1,76 dari 314 responden.

### Hasil Outer Model (Uji Model Pengukuran)

Terdapat 2 tahap yang digunakan dalam menganalisis, yaitu outer model atau uji model pengukuran dan inner model atau uji model structural (Ghozali, 2014).

#### Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu ukuran mengukur apa yang diukur. uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Syamsuryadin & Wahyuniati, 2017). Dalam penelitian ini, pengukuran validitas berfokus pada validitas konvergen dan validitas diskriminan.

#### Uji Validitas Konvergen

Dalam penelitian ini, uji validitas konvergen adalah dengan menggunakan nilai outer loading pada setiap pertanyaan dalam variabel penelitian. Uji ini melihat tingginya korelasi antara nilai konstruk dengan indikatornya. Indikator konstruk dapat dikatakan valid, jika memiliki outer loading diatas 0.70 dan nilai AVE yang diatas 0.50, namun jika nilai outer loading 0.60 sampai dengan 0.70 akan tetap

dipertimbangkan dan diterima (Ghozali, 2016) Nilai outer loading semua indikator konstruk di atas 0,60, dan nilai AVE juga di atas 0,50. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator konstruk dalam penelitian ini memenuhi convergent validity (validitas).

#### Uji Validitas Diskriminan

Pada penelitian ini, uji validitas diskriminan dilakukan dengan melihat nilai cross loading masing-masing struktur dengan korelasinya dengan konstruk lainnya. Dalam penelitian ini, penilaian dianggap cukup jika nilai cross loading setiap struktur lebih besar dari korelasi antara satu struktur dengan struktur lainnya, dan nilai cross loading lebih besar dari 0,60 sesuai dengan kebutuhan. Nilai pengujian yang telah dilakukan mendapatkan nilai korelasi indikator yang lebih besar dibandingkan dengan konstruk yang lain dan nilai cross loading yang telah memenuhi syarat, yaitu nilainya di atas 0,60. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian ini memiliki nilai discriminant validity yang baik.

#### Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai cronbach alpha dan composite reliability. Dengan kata lain, uji reliabilitas ini menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Dengan demikian nilai uji reliabilitas memiliki nilai cronbach alpha dan composite reliability di atas 0,60 (Ghozali, 2016). Hasil pengujian terhadap cronbach's alpha dan composite reliability lebih besar dari 0,60. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

#### Uji Model Struktural (Inner Model).

Uji model struktural (Inner Model) adalah model struktural yang digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten atau variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Uji inner model atau uji model struktural

dilakukan dengan melihat nilai R- square yaitu uji goodness-fit model dan akan menunjukkan signifikansi pengaruh antar konstruk, yaitu dengan menggunakan hasil path coefficients (Ghozali, 2014).

### Goodness-Fit Model Test

Nilai R-Square pada behavior intention sebesar 0.493 yang berarti konstruk behavior intention yang dijelaskan oleh performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions dengan presentase 49.3 dan sisanya 50.7 dijelaskan oleh konstruk lain diluar penelitian ini. Nilai R- Square pada use behavior sebesar 0,622 yang berarti konstruk use behavior dijelaskan oleh perceived usefulness, perceived enjoyment, continuance intention, trust, customer satisfaction dengan persentase sebesar 62,2 dan sisanya sebesar 37,8 dijelaskan oleh konstruk lain diluar penelitian ini. Sedangkan nilai R-Square pada customer satisfaction sebesar 0.594 yang berarti konstruk customer satisfaction dijelaskan oleh konstruk behavior intention dan use behavior dengan presentase 59.4 dan sisanya 40.6 dijelaskan oleh konstruk lain diluar penelitian ini.

### Uji Hipotesis

Uji hipotesis berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dapat digunakan untuk menguji pengaruh hubungan antar variabel. Hipotesis dinyatakan diterima jika dan nilai p value  $< 0,05$ . Pengujian nilai P value  $> \alpha$  maka hasilnya tidak terdukung. Sedangkan nilai P value  $< \alpha$  maka hasilnya terdukung. Hipotesis diterima jika nilai original sample mendekati 1 (hubungan positif) atau mendekati -1 (hubungan negatif). Kriteria selanjutnya adalah nilai p-value kurang dari alpha 10%, 5%, dan 1%. Hubungan langsung antar konstruk dapat dilihat sebagai berikut:

Pada hubungan yang mempengaruhi ekspektasi kinerja terhadap niat perilaku pada pembayaran digital QRIS, nilai original sample sebesar 0.207 dan P Value sebesar 0.002

$< \alpha$  5%. Nilai ini mendefinisikan bahwa hasilnya didukung. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa performance expectancy berpengaruh positif terhadap behavior intention dalam pembayaran digital QRIS.

Pada hubungan yang mempengaruhi effort expectancy terhadap behavior intention pada pembayaran digital QRIS, nilai original sample sebesar 0.311 dan P Value sebesar 0.000  $< \alpha$  1%. Nilai ini mendefinisikan bahwa hasilnya didukung. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa effort expectancy berpengaruh positif terhadap behavior intention dalam pembayaran digital QRIS. Pada hubungan yang mempengaruhi social influence terhadap behavior intention dalam pembayaran digital QRIS ketika memperoleh nilai original sample sebesar 0.232 dan P Value sebesar 0.000  $< \alpha$  1%. Nilai ini mendefinisikan bahwa hasil tersebut didukung. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa social influence berpengaruh positif terhadap behavior intention dalam pembayaran digital QRIS. Pada hubungan yang mempengaruhi facilitating conditions terhadap behavior intention dalam pembayaran digital QRIS, nilai original sample sebesar 0.106 dan P Value sebesar 0.072  $< \alpha$  10%. Nilai ini mendefinisikan bahwa hasilnya didukung. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa facilitating conditions berpengaruh positif terhadap behavior intention dalam pembayaran digital QRIS.

Pada hubungan yang mempengaruhi persepsi manfaat terhadap perilaku penggunaan dalam pembayaran digital QRIS, nilai original sample sebesar -0.010 dan P Value sebesar 0.864  $> \alpha$  10%. Nilai ini mendefinisikan bahwa hasilnya tidak didukung. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh terhadap perilaku penggunaan dalam pembayaran digital QRIS.

Pada hubungan yang mempengaruhi perceived enjoyment terhadap use behavior pada pembayaran digital QRIS, nilai original sample

sebesar 0.236 dan P Value sebesar 0.011  $< \alpha$  5%. Nilai ini mendefinisikan bahwa hasilnya didukung. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa perceived enjoyment berpengaruh positif terhadap use behavior dalam pembayaran digital QRIS.

Pada hubungan yang mempengaruhi continuance intention terhadap use behavior pada pembayaran digital QRIS, nilai original sample sebesar 0.282 dan P Value sebesar 0.000  $< \alpha$  1%. Nilai ini mendefinisikan bahwa hasilnya didukung. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa continuance intention berpengaruh positif terhadap use behavior dalam pembayaran digital QRIS.

Pada hubungan yang mempengaruhi trust terhadap use behavior pada pembayaran digital QRIS, nilai original sample sebesar 0.161 dan P Value sebesar 0.055  $< \alpha$  10%. Nilai ini mendefinisikan bahwa hasilnya didukung. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan dalam pembayaran digital QRIS.

Pada hubungan yang mempengaruhi keamanan dan privasi data terhadap perilaku penggunaan dalam pembayaran digital QRIS, nilai original sample sebesar 0.245 dan P Value sebesar 0.000  $< \alpha$  1%. Nilai ini mendefinisikan bahwa hasilnya didukung. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa keamanan dan privasi data berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan dalam pembayaran digital QRIS.

Pada hubungan yang mempengaruhi behavior intention terhadap customer satisfaction pada pembayaran digital QRIS, nilai original sample sebesar 0.459 dan P Value sebesar 0.000  $< \alpha$  1%. Nilai ini mendefinisikan bahwa hasilnya didukung. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa behavior intention berpengaruh positif terhadap customer satisfaction dalam pembayaran digital QRIS.

Pada hubungan yang mempengaruhi use behavior terhadap customer satisfaction pada pembayaran digital QRIS diperoleh nilai original

sample sebesar 0.366 dan P Value sebesar 0.000  $> \alpha$  1%. Nilai ini mendefinisikan bahwa hasilnya didukung. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa perilaku penggunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dalam pembayaran digital QRIS.

## SIMPULAN

Berdasarkan proses pengujian dan analisis data yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa performance expectancy berpengaruh positif signifikan terhadap behavior intention atau niat pengguna. Hal ini berarti performance expectancy mempengaruhi behavior intention bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS sangat cepat dan efisien.
2. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa effort expectancy berpengaruh positif signifikan terhadap behavior intention atau niat pengguna. Hal ini berarti effort expectancy berpengaruh terhadap behavior intention bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS dapat mempelajari dan lebih terampil dalam menggunakan sistem informasi yang baru.
3. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa social influence berpengaruh positif signifikan terhadap behavior intention atau niat pengguna. Hal ini berarti pengaruh sosial berpengaruh terhadap behavior intention bahwa penggunaan QRIS digital payment dapat membuat masyarakat tertarik untuk mencoba dan menggunakannya.
4. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa facilitating conditions atau kondisi fasilitas berpengaruh terhadap behavior intention atau niat pengguna. Hal ini berarti facilitating conditions

- berpengaruh terhadap behavior intention dalam menggunakan pembayaran digital QRIS karena telah memiliki fasilitas pribadi dan akses internet.
5. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa perceived usefulness atau persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap use behavior atau perilaku pengguna. Hal ini berarti persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap perilaku penggunaan dalam menggunakan pembayaran digital QRIS karena pembayaran digital QRIS kurang praktis karena adanya sistem informasi yang baru, yang membuat konsumen lebih nyaman bertransaksi menggunakan metode lain seperti uang tunai atau kartu debit yang sudah terbiasa melakukan transaksi pembayaran tersebut.
  6. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa perceived enjoyment berpengaruh positif signifikan terhadap use behavior atau perilaku pengguna. Hal ini berarti perceived enjoyment berpengaruh terhadap use behavior bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS menyenangkan, mengasyikkan, dan nyaman digunakan.
  7. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa continuance intention atau niat berkelanjutan berpengaruh positif signifikan terhadap use behavior atau perilaku pengguna. Hal ini berarti continuance intention berpengaruh terhadap use behavior bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS membuat konsumen berniat untuk menggunakannya secara terus menerus dalam setiap transaksi pembayaran.
  8. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa trust atau kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap use behavior atau perilaku pengguna. Hal ini berarti trust berpengaruh terhadap use behavior bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS memiliki kepercayaan dari konsumen terhadap sistem transaksi pembayar yang baru yaitu pembayaran digital QRIS. Pada hubungan yang mempengaruhi keamanan dan privasi data terhadap perilaku penggunaan dalam pembayaran digital QRIS, nilai original sample sebesar 0.245 dan P Value sebesar  $0.000 < \alpha 1\%$ . Nilai ini mendefinisikan bahwa hasilnya didukung. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa keamanan dan privasi data berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan dalam pembayaran digital QRIS.
  9. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa keamanan dan privasi data atau persepsi privasi dan keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap use behavior atau perilaku pengguna. Hal ini berarti data security and privacy mempengaruhi use behavior bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS meyakini bahwa transaksi menggunakan pembayaran digital QRIS lebih aman dibandingkan dengan menggunakan uang tunai atau kartu debit.
  10. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa behavior intention atau niat pengguna berpengaruh positif signifikan terhadap customer satisfaction atau kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa behavior intention berpengaruh terhadap customer satisfaction bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS yang mengikuti perkembangan zaman akan selalu belajar dan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi terhadap sesuatu hal yang baru, seperti pembayaran digital QRIS.
  11. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa use behavior atau perilaku pengguna berpengaruh positif signifikan terhadap customer satisfaction atau kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa use behavior

mempengaruhi kepuasan pelanggan bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS bahwa transaksi menggunakan pembayaran digital QRIS lebih aman dibandingkan dengan menggunakan uang tunai atau kartu debit.

## DAFTAR PUSTAKA

- Auliya, P. N., & Arransyah, M. F. (2023). Penerapan Model UTAUT untuk Mengetahui Minat Perilaku Konsumen dalam Penggunaan QRIS. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(3), 885–892. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i3.2808>
- Bagus Prasasta Sudiarmika, N., & Ayu Oka Martini, I. (2022). FAKTOR-FAKTOR MEMPENGARUHI NIAT PELAKU UMKMKOTA DENPASAR MENGGUNAKAN QRIS. *JMM UNRAM - MASTER OF MANAGEMENT JOURNAL*, 11(3), 239–254. <https://doi.org/10.29303/jmm.v11i3.735>
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Jeyaraj, A., Clement, M., & Williams, M. D. (2019). Re-examining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Towards a Revised Theoretical Model. *Information Systems Frontiers*, 21(3), 719–734. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9774-y>
- Fadhila Tirsah, & Kartika Sari Lubis. (2023). Analysis of Service Quality on Customer Satisfaction in the Micro KUR Loan Program at Pegadaian UPC Delitua Office. *Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 6(3), 2707–2721.
- Ghozali, I. (2014). Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS).
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 23.
- Lina, Y., Hou, D., & Ali, S. (2022). Impact of online convenience on generation Z online impulsive buying behavior: The moderating role of social media celebrity. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.951249>
- Pangestu, M. G. (2022). Behavior Intention Penggunaan Digital Payment QRIS Berdasarkan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) (Studi pada UMKM Sektor Industri Makanan & Minuman di Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(1). <https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.1.23>
- Syamsuryadin, S., & Wahyuniati, C. F. S. (2017). TINGKAT PENGETAHUAN PELATIH BOLA VOLI TENTANG PROGRAM LATIHAN MENTAL DI KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA. *Jorpres (Jurnal Olahraga Prestasi)*, 13(1), 53–59. <https://doi.org/10.21831/jorpres.v13i1.12884>
- Venkatesh, Morris, Davis, & Davis. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wardani, D. K., & Sari, A. N. (2023). Minat Penggunaan Terhadap Penggunaan Sesungguhnya Quick Response Code Indonesia Standard (Qris) Di Era New Normal. *Jurnal Simki Economic*, 6(1), 1–8. <https://doi.org/10.29407/jse.v6i1.145>
- Wibowo, P., & Rimadiaz, S. (2022). PERILAKU PENGGUNAAN “QRIS BRI BRIMO” PADA PEDAGANG SEBAGAI ALAT TRANSAKSI PEMBAYARAN DIGITAL. *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*,

---

236–257.  
<https://doi.org/10.31937/manajemen.v14i2.2851>  
Zafar, A. U., Shen, J., Shahzad, M., & Islam, T. (2021). Relation of impulsive urges and sustainable

purchase decisions in the personalized environment of social media. *Sustainable Production and Consumption*, 25, 591–603. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.11.020>