

## Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Sebagai Sistem Pembayaran Digital

### An Analysis Of Factors Affecting The Decision To Use The Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) As A Digital Payment System

Hasan Abdullah <sup>1)</sup>; Ahmad Soleh <sup>2)</sup>; Aji Sudarsono <sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup> Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [hasanab715@gmail.com](mailto:hasanab715@gmail.com)

#### How to Cite :

Abdullah, H., Soleh, A., Sudarsono, A. (2026). An Analysis Of Factors Affecting The Decision To Use The Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) As A Digital Payment System. *Jurnal Ekonomi Islam, Akuntansi, dan Manajemen*. 2(2).

#### ARTICLE HISTORY

Received [01 Desember 2025]

Revised [14 Februari 2026]

Accepted [18 Februari 2026]

#### KEYWORDS

Usage Decision, QRIS, Technology Acceptance Model (TAM).

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



#### ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya pertumbuhan penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai sistem pembayaran digital, baik di tingkat nasional maupun lokal di Kota Bengkulu. Meskipun adopsinya berkembang cepat didorong oleh kemudahan dan efisiensi, terdapat fenomena di mana sebagian masyarakat masih enggan beralih. Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan adopsi, seperti yang diidentifikasi dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), Kepercayaan, Promosi, Biaya, dan Kondisi Fasilitas, menunjukkan hasil yang tidak konsisten dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Adanya *research gap* ini, khususnya temuan yang bertentangan mengenai pengaruh manfaat dan kondisi fasilitas, mendorong urgensi untuk menguji kembali faktor-faktor tersebut secara komprehensif dalam konteks spesifik masyarakat Kota Bengkulu. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh variabel *Technology Acceptance Model* (TAM), Kepercayaan, Promosi, Biaya, dan Kondisi Fasilitas, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan penggunaan QRIS di Kota Bengkulu, serta mengidentifikasi faktor yang paling dominan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif-eksploratif. Sampel penelitian berjumlah 100 responden masyarakat Kota Bengkulu yang telah menggunakan QRIS, dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner *online* dan dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS) dengan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel TAM ( $X_1$ ), Kepercayaan ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ), Biaya ( $X_4$ ), dan Kondisi Fasilitas ( $X_5$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS, dengan kemampuan menjelaskan variansi sebesar 59,8% ( $R^2 = 0,598$ ). Secara parsial, penelitian ini menemukan bahwa Biaya (Cost Efficiency) ( $X_4$ ), Kondisi Fasilitas ( $X_5$ ), dan TAM ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Sebaliknya, variabel Kepercayaan (Trust) ( $X_2$ ) dan Promosi ( $X_3$ ) ditemukan tidak berpengaruh signifikan. Faktor Biaya (Cost Efficiency) menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan penggunaan QRIS di Kota Bengkulu ( $\beta = 0,377$ ).

#### ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of the *Technology Acceptance Model* (TAM), Trust, Promotion, Cost, and Facility Conditions on the Decision to Use QRIS in Bengkulu City, both partially and simultaneously. This study uses a quantitative approach with a survey method, involving a sample of 100 QRIS users in Bengkulu City selected through *purposive sampling*. Primary data were collected using an online questionnaire and

*analyzed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with SmartPLS 4 software. The results show that TAM, Cost, and Facility Conditions partially have a positive and significant effect on the Decision to Use QRIS. Conversely, Trust and Promotion were found to have no significant effect partially. Simultaneously, the five independent variables of TAM, Trust, Promotion, Cost, and Facility Conditions were proven to have a significant effect on the Decision to Use QRIS, with  $R^2$  value of 0.583, which means that these variables were able to explain 58.3% of the variation in the Decision to Use QRIS.*

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital memunculkan berbagai inovasi di sektor pembayaran. Salah satu inovasi tersebut adalah Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) yang diperkenalkan oleh Bank Indonesia (BI) dan resmi diberlakukan pada 1 Januari 2020. Kehadiran QRIS ditujukan sebagai sarana pembayaran non-tunai yang praktis, aman, dan dapat digunakan secara luas oleh masyarakat. Data menunjukkan tren pertumbuhan yang sangat pesat. Pada Agustus 2024, transaksi QRIS tumbuh 217,33% secara tahunan, dengan jumlah pengguna mencapai 52,55 juta dan jumlah merchant 33,77 juta. Peningkatan ini juga terlihat dari volume transaksi pada tahun 2021 yang tumbuh 201,90% dari tahun sebelumnya, mencapai 374,69 juta transaksi (Bank Indonesia, 2024). Pertumbuhan ini tidak hanya terjadi di tingkat nasional, tetapi juga di tingkat lokal.

Kepala Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu memaparkan jumlah pengguna QRIS terus mengalami peningkatan tiap bulannya. Pada Juli 2024, terdapat 237.224 pengguna QRIS, atau tumbuh sebesar 38.92% (yoy) (Harianja, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa adopsi QRIS berkembang pesat, didorong oleh faktor-faktor seperti kemudahan, kepraktisan, keamanan, dan efisiensi yang ditawarkannya. BI Perwakilan Bengkulu juga aktif dalam mengedukasi dan mesosialisasikan QRIS melalui berbagai program inovatif dan sinergi dengan banyak pihak untuk memperluas ekosistem keuangan digital (Harianja, 2024). Keputusan masyarakat untuk mengadopsi atau menolak teknologi pembayaran baru seperti QRIS tidak terjadi begitu saja, melainkan dipengaruhi oleh serangkaian faktor kompleks yang berkaitan dengan persepsi individu dan kondisi eksternal.

Berdasarkan kerangka teori penerimaan teknologi dan tinjauan penelitian terdahulu, beberapa faktor kunci dapat diidentifikasi sebagai pendorong utama keputusan tersebut. Pilar utama dari teori penerimaan teknologi adalah Technology Acceptance Model (TAM), yang menyatakan bahwa niat seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi ditentukan oleh keyakinan bahwa teknologi tersebut bermanfaat untuk meningkatkan kinerja (Perceived Usefulness) dan dapat digunakan tanpa perlu bersusah payah (Perceived Ease of Use). Relevansi kedua aspek ini dalam konteks adopsi QRIS telah dikonfirmasi secara luas.

Penelitian oleh Rahmi dkk. (2023), Kumoro dkk. (2024), dan Sidin dkk. (2024) secara konsisten menemukan bahwa manfaat dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat atau keputusan penggunaan QRIS. Namun, terdapat temuan yang tidak konsisten, seperti dalam studi Mayanti (2020) dan Nauwe dkk. (2025), di mana persepsi manfaat justru ditemukan tidak berpengaruh signifikan, yang menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut. Selain persepsi manfaat dan kemudahan, dalam ranah transaksi finansial digital, kepercayaan (Trust) pengguna terhadap keandalan dan integritas sistem menjadi faktor yang krusial.

Pengguna harus percaya bahwa sistem akan memproses transaksi secara akurat dan menjaga kerahasiaan data mereka. Kepercayaan yang tinggi dapat mengurangi keraguan dan mendorong adopsi, seperti yang didukung oleh temuan Sidin dkk. (2024) dan Rahmi dkk. (2023) yang mengonfirmasi bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat adopsi QRIS. Faktor eksternal juga memainkan peran penting dalam keputusan adopsi. Promosi (Promotion) dalam bentuk cashback atau diskon dapat menjadi daya tarik utama yang mendorong pengguna untuk mencoba dan terus menggunakan QRIS. Di sisi lain, efisiensi biaya (Cost Efficiency), atau persepsi bahwa penggunaan QRIS lebih hemat, juga dapat memengaruhi keputusan. Konsep ini sejalan dengan variabel Price Value dalam model UTAUT2 yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2012), yang secara eksplisit menimbang manfaat dengan biaya yang dikeluarkan oleh konsumen. Namun, pengaruh biaya ini masih menunjukkan hasil yang bervariasi, seperti dalam penelitian oleh Maulidiah Sidin dkk. (2024) yang menemukan bahwa biaya finansial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat adopsi QRIS di kalangan UMKM. Ketersediaan infrastruktur pendukung, yang dikenal sebagai Kondisi Fasilitas (Facilitating Conditions), menjadi prasyarat logis untuk penggunaan teknologi.

Faktor ini merujuk pada keyakinan pengguna bahwa mereka memiliki sumber daya dan dukungan teknis yang diperlukan, seperti kepemilikan ponsel pintar dan ketersediaan koneksi internet. Namun,

penelitian terdahulu juga menunjukkan hasil yang bertentangan mengenai hal ini. Studi oleh Mayanti (2020) menemukan bahwa kondisi fasilitas berpengaruh signifikan, sementara penelitian oleh Nauwe dkk. (2025) justru menemukan bahwa variabel ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara individual. Adanya berbagai temuan yang tidak konsisten di antara penelitian-penelitian sebelumnya ini secara jelas menunjukkan adanya celah penelitian (research gap). Hal ini memperkuat urgensi untuk melakukan penelitian yang menguji kembali seluruh variabel ini secara komprehensif dalam satu model pada konteks demografi dan geografis yang spesifik, yaitu di kalangan masyarakat Kota Bengkulu. Peningkatan penggunaan QRIS di Bengkulu mencapai 38,92% tahun ke tahun, menunjukkan perkembangan yang pesat.

Namun, di balik angka pertumbuhan ini, masih terdapat individu dan kelompok yang enggan beralih ke metode pembayaran QRIS. Situasi ini menimbulkan pertanyaan tentang alasan mengapa, meskipun penggunaan QRIS di Bengkulu tumbuh pesat, beberapa faktor penghambat dan inkonsistensi temuan dari penelitian terdahulu masih ada? Pertanyaan ini menjadi urgensi penelitian ini untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan penggunaan QRIS di Kota Bengkulu, sehingga dapat menjadi masukan strategis bagi para pemangku kepentingan dalam meningkatkan adopsi QRIS secara lebih optimal.

## **LANDASAN TEORI**

### **Technology Acceptance Model (TAM)**

Technology Acceptance Model (TAM) menyatakan bahwa niat seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi ditentukan oleh dua keyakinan utama: Persepsi Manfaat (Perceived Usefulness) dan Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use). Menurut Davis (1989), Perceived Usefulness didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi akan memberikan manfaat dan meningkatkan kinerjanya, sementara Perceived Ease of Use adalah tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tersebut akan bebas dari kesulitan atau usaha yang berarti. Dalam penelitian ini, kedua konstruk tersebut digabungkan menjadi satu variabel tunggal bernama TAM untuk mengukur penerimaan teknologi QRIS secara komprehensif.

### **Kepercayaan (Trust)**

Kepercayaan adalah keyakinan yang dimiliki pengguna terhadap keandalan, integritas, dan kompetensi penyedia layanan dalam menjalankan fungsinya secara aman dan terjamin. Dalam transaksi finansial digital yang tidak melibatkan pertemuan fisik, kepercayaan menjadi fondasi krusial. Pengguna harus percaya bahwa sistem QRIS akan memproses transaksi secara akurat, dana mereka akan sampai ke tujuan dengan benar, dan data pribadi mereka tidak akan disalahgunakan. Kepercayaan yang tinggi dapat mengurangi ketidakpastian dan persepsi risiko, sehingga secara signifikan mendorong minat adopsi layanan pembayaran digital. Kepercayaan menjadi faktor kunci dalam adopsi teknologi finansial, di mana pengguna harus yakin pada keandalan dan integritas sistem untuk mempersepsi risiko (Tiwari & Tiwari, 2020).

### **Promosi (Promotion)**

Promosi adalah semua bentuk kegiatan pemasaran atau insentif yang dirancang untuk mendorong adopsi dan penggunaan suatu layanan. Insentif seperti cashback, diskon, atau poin loyalitas berfungsi sebagai motivator ekstrinsik yang dapat menarik pengguna baru dan mempertahankan pengguna lama. Faktor ini dapat dihubungkan dengan Motivasi Hedonis (Hedonic Motivation) dalam model UTAUT2, yang merujuk pada kesenangan atau kenikmatan yang didapat dari penggunaan teknologi; dalam hal ini, kesenangan tersebut timbul dari keuntungan finansial yang didapat melalui promosi.

### **Biaya (Cost Efficiency)**

Variabel ini sejalan dengan konsep Price Value dalam model UTAUT2, yang didefinisikan sebagai pertimbangan kognitif konsumen antara manfaat yang dirasakan dari penggunaan suatu aplikasi dengan biaya moneter yang harus dikeluarkan. Jika manfaat yang dirasakan lebih besar dari biaya yang dikeluarkan, maka nilai harga (price value) dianggap positif dan akan meningkatkan niat penggunaan. Bagi konsumen, penggunaan QRIS seringkali dipersepsikan tidak memiliki biaya tambahan, sehingga dianggap lebih efisien dari segi biaya dibandingkan metode lain.

### **Kondisi Fasilitas (Facilitating Conditions)**

Kondisi Fasilitas, menurut teori UTAUT, adalah tingkat keyakinan individu bahwa infrastruktur teknis dan organisasi tersedia untuk mendukung penggunaan suatu sistem. Dalam konteks konsumen, ini diterjemahkan menjadi persepsi pengguna bahwa mereka memiliki sumber daya (seperti ponsel yang

kompatibel), pengetahuan, dan dukungan eksternal (seperti koneksi internet) yang diperlukan untuk menggunakan QRIS dengan lancar. Ketersediaan fasilitas ini dapat memengaruhi niat dan perilaku penggunaan secara langsung.

### Keputusan Penggunaan (Decision to Use)

Variabel dependen ini merujuk pada Niat Perilaku (Behavioral Intention), yang didefinisikan sebagai ukuran intensitas niat individu untuk melakukan suatu perilaku spesifik. Dalam kerangka TAM dan UTAUT, niat perilaku adalah prediktor utama dari perilaku penggunaan aktual. Ini mencerminkan keputusan sadar dan rencana pengguna untuk secara konsisten dan berkelanjutan menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran di masa mendatang.

## METODE PENELITIAN

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik SmartPLS. Teknik analisis yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS). Analisis ini ideal untuk model penelitian dengan banyak variabel.

SEM-PLS adalah metode statistik multivariat yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel yang kompleks, termasuk hubungan langsung dan tidak langsung, dalam sebuah model struktural (Sugiyono 2022). Metode ini sangat sesuai untuk penelitian ini karena:

1. Ideal untuk Model Kompleks: SEM-PLS memungkinkan pengujian model yang memiliki banyak variabel independen yang memengaruhi satu variabel dependen secara bersamaan, yang sesuai dengan kerangka pemikiran penelitian.
2. Tidak Memerlukan Asumsi Ketat: Metode ini tidak menuntut data harus terdistribusi normal, sehingga cocok untuk data yang dikumpulkan melalui kuesioner.

Analisis data akan meliputi:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas: Menguji keabsahan dan keandalan instrumen penelitian.
2. Uji Hipotesis: Menguji pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen menggunakan T-statistik dan P-value.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Validitas Konvergen

Validitas konvergen dinilai berdasarkan nilai *Outer Loadings* (muatan faktor) dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai *outer loading* yang ideal adalah  $> 0.70$ , dan nilai AVE yang disarankan adalah  $> 0.50$  (Hair et al., 2017).

**Tabel 1. Nilai Outer Loadings**

Variabel	Indikator	Outer Loadings	Keterangan
TAM ( $X_1$ )	X1.1	0,883	Valid
	X1.2	0,868	Valid
	X1.3	0,880	Valid
Kepercayaan ( $X_2$ )	X2.1	0,861	Valid
	X2.2	0,860	Valid
	X2.3	0,903	Valid
Promosi ( $X_3$ )	X3.1	0,879	Valid
	X3.2	0,936	Valid
	X3.3	0,912	Valid
Biaya ( $X_4$ )	X4.1	0,895	Valid
	X4.2	0,922	Valid

	X4.3	0,915	Valid
Kondisi Fasilitas ( $X_5$ )	X5.1	0,846	Valid
	X5.2	0,912	Valid
Keputusan Penggunaan (Y)	Y1	0,921	Valid
	Y2	0,892	Valid
	Y3	0,836	Valid

Sumber: Olah Data SmartPLS, 2025

Berdasarkan Tabel 5, semua nilai *outer loading* indikator berada di atas 0.70, yang menunjukkan bahwa semua indikator valid untuk mengukur konstruksya masing-masing.

**Tabel 2. Nilai AVE, Composite Reliability, dan Cronbach's Alpha**

Konstruk	Cronbach's Alpha	Composite Reliability ( $\rho_c$ )	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
TAM ( $X_1$ )	0,850	0,909	0,769	Valid & Reliabel
Kepercayaan ( $X_2$ )	0,847	0,908	0,766	Valid & Reliabel
Promosi ( $X_3$ )	0,895	0,935	0,827	Valid & Reliabel
Biaya ( $X_4$ )	0,898	0,936	0,830	Valid & Reliabel
Kondisi Fasilitas ( $X_5$ )	0,712	0,872	0,774	Valid & Reliabel
Keputusan Penggunaan (Y)	0,859	0,915	0,781	Valid & Reliabel

Sumber: Olah Data SmartPLS, 2025

### Validitas Diskrimina

**Tabel 3. Kriteria Fornell-Larcker**

Konstruk	( $X_1$ )	( $X_2$ )	( $X_3$ )	( $X_4$ )	( $X_5$ )	(Y)
( $X_1$ )	<b>0,877</b>					
( $X_2$ )	0,509	<b>0,875</b>				
( $X_3$ )	0,322	0,571	<b>0,909</b>			
( $X_4$ )	0,324	0,682	0,789	<b>0,911</b>		
( $X_5$ )	0,413	0,496	0,489	0,445	<b>0,880</b>	
(Y)	0,557	0,599	0,533	0,617	0,610	<b>0,884</b>

Sumber: Olah Data SmartPLS, 2025 (*Nilai diagonal tebal adalah  $\sqrt{AVE}$* )

**Tabel 4. Nilai Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)**

Konstruk	( $X_1$ )	( $X_2$ )	( $X_3$ )	( $X_4$ )	( $X_5$ )	(Y)
( $X_1$ )						
( $X_2$ )	0,596					
( $X_3$ )	0,369	0,660				
( $X_4$ )	0,372	0,780	0,878			
( $X_5$ )	0,513	0,624	0,608	0,545		
(Y)	0,651	0,694	0,603	0,699	0,763	

Sumber: Olah Data SmartPLS, 2025

**Reliabilitas Konstruk**  
**Evaluasi Model Struktural (Inner Model)**  
**Tabel 5. Nilai R-Square**

Variabel Dependen	R-Square	R-Square Adjusted	Keterangan
Keputusan Penggunaan (Y)	0,598	0,577	Moderat

Sumber: Olah Data SmartPLS, 2025

**Multikolinearitas (VIF)**

Pemeriksaan *Variance Inflation Factor* (VIF) dilakukan untuk mendeteksi korelasi tinggi antar variabel independen. Nilai VIF < 5 menunjukkan tidak ada masalah multikolinearitas .

Hasil analisis VIF pada *inner model* menunjukkan bahwa semua nilai VIF untuk variabel prediktor ( $X_1$  hingga  $X_5$ ) terhadap Y berada di bawah 5 (nilai tertinggi 3.378 untuk Biaya ( $X_4$ )). Ini mengindikasikan tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model struktural.

**Pembahasan**

Pembahasan ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan dengan menafsirkan temuan-temuan hasil analisis data menggunakan landasan teori dan membandingkannya dengan penelitian terdahulu.

**Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y)**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh TAM terhadap keputusan penggunaan QRIS di Kota Bengkulu. Hasil analisis menunjukkan bahwa TAM ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y) ( $\beta = 0.286$ ;  $p < 0.05$ ). Dengan demikian, tujuan penelitian ini tercapai dan masalah penelitian terjawab, yaitu TAM secara statistik terbukti mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS di Kota Bengkulu.

Temuan ini secara kuat mendukung teori fundamental *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah determinan utama dalam penerimaan teknologi . Artinya, masyarakat di Kota Bengkulu cenderung memutuskan untuk menggunakan QRIS ketika mereka merasa teknologi ini memberikan manfaat nyata (seperti efisiensi dan kecepatan transaksi) dan mudah untuk dioperasikan (tidak memerlukan usaha berarti).

**Pengaruh Kepercayaan (Trust) ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y)**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kepercayaan terhadap keputusan penggunaan QRIS di Kota Bengkulu. Hasil analisis menunjukkan bahwa Kepercayaan ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y) ( $\beta = 0.070$ ;  $p > 0.05$ ). Dengan demikian, tujuan penelitian terkait variabel ini tercapai dengan kesimpulan bahwa, secara statistik, Kepercayaan tidak mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS di Kota Bengkulu dalam penelitian ini.

Temuan ini tidak mendukung argumen teoritis yang menekankan peran krusial kepercayaan dalam transaksi finansial digital dan bertentangan dengan temuan Rahmi dkk. (2023) serta Sidin dkk. (2024) yang menemukan pengaruh positif signifikan kepercayaan . Ketidaksignifikanan ini dapat ditafsirkan bahwa bagi responden penelitian (masyarakat Kota Bengkulu yang sudah menggunakan QRIS), isu kepercayaan mungkin bukan lagi menjadi hambatan utama atau faktor pembeda yang signifikan dalam keputusan penggunaan berkelanjutan. Mungkin tingkat kepercayaan dasar terhadap sistem yang diregulasi oleh Bank Indonesia sudah cukup tinggi, atau pengaruh variabel lain seperti efisiensi biaya dan ketersediaan fasilitas lebih dominan.

**Pengaruh Promosi (Promotion) ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y)**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Promosi terhadap keputusan penggunaan QRIS di Kota Bengkulu. Hasil analisis menunjukkan bahwa Promosi ( $X_3$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y) ( $\beta = -0.050$ ;  $p > 0.05$ ). Dengan demikian, tujuan penelitian terkait variabel ini tercapai dengan Kesimpulan bahwa, secara statistik, Promosi tidak mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS di Kota Bengkulu dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa insentif eksternal seperti *cashback* atau diskon tidak menjadi pendorong utama bagi keputusan penggunaan QRIS secara berkelanjutan pada sampel penelitian ini. Temuan ini dapat dijelaskan dari beberapa sudut pandang:

- Pergeseran Fokus dari Akuisisi ke Retensi: Secara teoretis, promosi sangat efektif untuk tahap *akuisisi* (menarik pengguna baru). Namun, penelitian ini secara spesifik menetapkan kriteria sampel

adalah pengguna yang telah menggunakan QRIS minimal dua kali dalam enam bulan terakhir. Ini mengindikasikan bahwa responden penelitian adalah pengguna yang sudah ada (*existing users*), bukan pengguna yang baru pertama kali mencoba.

- b. Perubahan Prioritas Pengguna: Bagi pengguna yang sudah ada, faktor pendorong bergeser dari insentif sesaat (ekstrinsik) ke manfaat inti (intrinsik). Keputusan mereka untuk *terus* menggunakan QRIS lebih didasarkan pada evaluasi rasional jangka panjang, yang terkonfirmasi oleh signifikansi variabel lain dalam penelitian ini
- c. Biaya ( $X_4$ ): Persepsi bahwa QRIS hemat dan tidak ada biaya tambahan menjadi lebih penting daripada *cashback* yang bersifat sementara.
- d. TAM ( $X_1$ ) dan Kondisi Fasilitas ( $X_5$ ): Manfaat fungsional (kemudahan dan kegunaan) serta ketersediaan infrastruktur (banyaknya *merchant* dan koneksi internet) menjadi faktor penentu utama dalam penggunaan sehari-hari.
- e. Saturasi Promosi: Sesuai dengan argumen Anda saat ini, promosi di dunia digital sudah menjadi "hal biasa" (saturasi). Responden yang mayoritas adalah usia produktif (76% usia 21-30 tahun) dan terbiasa dengan teknologi, kemungkinan besar sudah tidak lagi menganggap promosi sebagai faktor pembeda yang signifikan, melainkan sebagai gimik pemasaran yang lumrah.

Oleh karena itu, temuan bahwa promosi tidak signifikan ini sangat logis dalam konteks sampel pengguna di Kota Bengkulu yang sudah melewati tahap adopsi awal dan kini lebih mementingkan efisiensi biaya, kemudahan fungsional, dan ketersediaan fasilitas dalam keputusan penggunaan jangka panjang mereka.

#### **Pengaruh Biaya (Cost Efficiency) ( $X_4$ ) terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y)**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Biaya (*Cost Efficiency*) terhadap keputusan penggunaan QRIS di Kota Bengkulu. Hasil analisis menunjukkan bahwa Biaya ( $X_4$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y) ( $\beta = 0.377$ ;  $p < 0.05$ ). Dengan demikian, tujuan penelitian ini tercapai dan masalah penelitian terjawab, yaitu persepsi efisiensi biaya secara statistik terbukti mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS di Kota Bengkulu.

Temuan ini mendukung konsep *Price Value* dalam model UTAUT2, yang menimbang manfaat dengan biaya yang dikeluarkan. Arah pengaruh positif (+) menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi efisiensi biaya (semakin dianggap hemat atau sepadan), semakin kuat keputusan untuk menggunakan QRIS. Persepsi bahwa QRIS tidak membebani pengguna dengan biaya transaksi tambahan tampaknya menjadi faktor pendorong yang kuat. Temuan ini menarik jika dibandingkan dengan Sidin dkk. (2024) yang menemukan biaya finansial tidak signifikan bagi UMKM, mengindikasikan bahwa pertimbangan biaya mungkin berbeda bobotnya antara konsumen akhir dan pelaku usaha.

#### **Pengaruh Kondisi Fasilitas (Facilitating Conditions) ( $X_5$ ) terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y)**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kondisi Fasilitas terhadap keputusan penggunaan QRIS di Kota Bengkulu. Hasil analisis menunjukkan bahwa Kondisi Fasilitas ( $X_5$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y) ( $\beta = 0.314$ ;  $p < 0.05$ ). Dengan demikian, tujuan penelitian ini tercapai dan masalah penelitian terjawab, yaitu ketersediaan fasilitas pendukung secara statistik terbukti mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS di Kota Bengkulu.

Hasil ini konsisten dengan teori UTAUT yang menekankan pentingnya infrastruktur pendukung. Ketersediaan perangkat (ponsel), koneksi internet yang memadai, pengetahuan pengguna, dan meluasnya jaringan *merchant* yang menerima QRIS menjadi faktor penting yang memudahkan dan mendorong masyarakat Kota Bengkulu untuk menggunakan QRIS. Temuan ini sejalan dengan Mayanti (2020) namun bertentangan dengan Nauwe dkk. (2025), memperkuat argumen adanya inkonsistensi dalam penelitian sebelumnya mengenai peran variabel ini, dan dalam konteks Bengkulu, fasilitas terbukti signifikan.

#### **Pengaruh Simultan TAM ( $X_1$ ), Kepercayaan ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ), Biaya ( $X_4$ ), dan Kondisi Fasilitas ( $X_5$ ) terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y)**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kelima variabel independen secara simultan terhadap keputusan penggunaan QRIS di Kota Bengkulu dan mengidentifikasi faktor dominan. Hasil  $R^2$  menunjukkan pengaruh simultan yang signifikan ( $R^2 = 0.598$ ), yang berarti tujuan tercapai dan masalah penelitian terjawab. Kelima variabel secara bersama-sama menjelaskan 59.8% variansi keputusan penggunaan. Faktor Biaya ( $X_4$ ) memiliki koefisien jalur tertinggi ( $\beta=0.377$ ), diikuti oleh Kondisi Fasilitas ( $X_5$ ) ( $\beta=0.314$ ) dan TAM ( $X_1$ ) ( $\beta=0.286$ ). Ini menunjukkan bahwa persepsi efisiensi biaya, ketersediaan

fasilitas pendukung, serta persepsi manfaat dan kemudahan adalah faktor-faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS di Kota Bengkulu pada penelitian ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Technology Acceptance Model (TAM) ( $X_1$ ) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS di Kota Bengkulu. Artinya, persepsi kemudahan dan kegunaan QRIS secara statistik memengaruhi keputusan penggunaan.
2. Kepercayaan ( $X_2$ ) terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS di Kota Bengkulu. Artinya, dalam konteks penelitian ini, tingkat kepercayaan bukan merupakan faktor penentu yang signifikan secara statistik.
3. Promosi ( $X_3$ ) terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS di Kota Bengkulu. Artinya, promosi yang diterima responden tidak ditemukan memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap keputusan penggunaan.
4. Biaya ( $X_4$ ) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS di Kota Bengkulu. Artinya, persepsi mengenai keuntungan biaya atau rendahnya biaya penggunaan QRIS secara statistik memengaruhi keputusan penggunaan.
5. Kondisi Fasilitas ( $X_5$ ) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS di Kota Bengkulu. Artinya, ketersediaan dan kualitas fasilitas pendukung secara statistik memengaruhi keputusan penggunaan.
6. Technology Acceptance Model (TAM) ( $X_1$ ), Kepercayaan ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ), Biaya ( $X_4$ ), dan Kondisi Fasilitas ( $X_5$ ) secara simultan terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS di Kota Bengkulu. Hal ini ditunjukkan oleh kemampuan kelima variabel independen dalam menjelaskan 58.3% varians keputusan penggunaan QRIS (nilai  $R^2 = 0.583$ ), yang mengindikasikan adanya pengaruh gabungan yang berarti secara statistik.

### Saran

#### Saran Praktis

1. Bagi Penyedia Layanan Uang Elektronik dan Perbankan:
  - Mengingat signifikansi TAM ( $X_1$ ), terus tingkatkan dan sosialisasikan kemudahan penggunaan (misalnya, antarmuka aplikasi yang intuitif, proses *scan* yang cepat) dan kegunaan (misalnya, fitur tambahan, integrasi dengan layanan lain) QRIS untuk mendorong adopsi yang lebih luas.
  - Karena Biaya ( $X_4$ ) berpengaruh signifikan, pertahankan persepsi biaya rendah atau bahkan komunikasikan secara aktif keuntungan biaya penggunaan QRIS dibandingkan metode pembayaran lain kepada pengguna.
  - Perkuat Kondisi Fasilitas ( $X_5$ ) dengan terus memperluas jaringan *merchant* yang menerima QRIS, terutama di area-area yang mungkin belum terjangkau, serta bekerja sama dengan penyedia jaringan untuk memastikan konektivitas yang stabil saat transaksi.
  - Meskipun Promosi ( $X_3$ ) tidak signifikan secara langsung, promosi mungkin masih berguna untuk akuisisi pengguna baru atau meningkatkan frekuensi penggunaan. Namun, fokus promosi bisa diarahkan untuk menonjolkan aspek kegunaan, kemudahan, dan keuntungan biaya, bukan sekadar diskon sesaat.
  - Walaupun Kepercayaan ( $X_2$ ) tidak signifikan, aspek keamanan dan keandalan sistem tetap penting. Terus jaga dan komunikasikan jaminan keamanan transaksi untuk mempertahankan kepercayaan dasar pengguna.
2. Bagi Pelaku Usaha (*Merchant*):
  - Aktif mengadopsi dan mempromosikan penggunaan QRIS di tempat usaha untuk memanfaatkan kemudahan yang dirasakan pengguna (TAM) dan memperluas pilihan pembayaran, yang didukung oleh Kondisi Fasilitas yang semakin baik.
  - Bagi Regulator (Bank Indonesia):
    - Terus mendukung perluasan ekosistem QRIS (Kondisi Fasilitas) dan memastikan standar keamanan serta keandalan sistem terjaga untuk mendukung pertumbuhan transaksi non-tunai.
3. Saran Akademis (untuk Penelitian Selanjutnya)
  - Menjelajahi Faktor Lain: Mengingat  $R^2$  sebesar 58.3%, masih ada 41.7% varians yang dijelaskan oleh faktor lain. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi variabel lain yang relevan, seperti

pengaruh sosial (*social influence*), norma subjektif, risiko yang dirasakan (*perceived risk*), kebiasaan (*habit*), atau literasi digital.

- Mengkaji Ulang Variabel Tidak Signifikan: Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk memahami mengapa Kepercayaan ( $X_2$ ) dan Promosi ( $X_3$ ) tidak berpengaruh signifikan dalam konteks ini. Pendekatan kualitatif (wawancara mendalam) mungkin dapat memberikan wawasan tambahan mengenai persepsi responden terkait kedua faktor ini. Selain itu, penggunaan indikator atau pengukuran yang berbeda untuk kedua variabel ini juga bisa dipertimbangkan.
- Konteks dan Sampel Berbeda: Melakukan penelitian serupa pada kelompok responden yang berbeda (misalnya, pelaku UMKM, masyarakat pedesaan, kelompok usia yang berbeda) atau di wilayah geografis lain dapat memberikan perbandingan hasil yang menarik dan menguji generalisasi temuan.
- Model Mediasi/Moderasi: Penelitian selanjutnya dapat menguji model yang lebih kompleks, misalnya menguji apakah Kepercayaan ( $X_2$ ) memediasi hubungan antara TAM ( $X_1$ ) dan Keputusan Penggunaan (Y), atau apakah faktor demografi memoderasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.
- Desain Longitudinal: Menggunakan desain penelitian longitudinal (mengukur variabel pada beberapa titik waktu) dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana persepsi dan keputusan penggunaan QRIS berubah seiring waktu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Williams, M. D. (2016). Consumer adoption of mobile banking in Jordan: Examining the role of usefulness, ease of use, perceived risk and self-efficacy. *Journal of Enterprise Information Management*, 29(1), 118-139.
- Andre, G. V., Baptista, P. T., & Setiowati, R. (2019). The determinants factors of mobile payment adoption in DKI Jakarta. *Journal of Research in Marketing*, 10(3), 823-831.
- Arianti, N. L., Darma, G. S., Maradona, A. F., & Mahyuni, L. P. (2019). Menakar keraguan penggunaan QR Code dalam transaksi bisnis. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(2), 67-78.
- Bank Indonesia. (2019). *QR Code Indonesian Standard (QRIS)*. Diakses dari <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/kanal-layanan/QRIS/default.aspx>
- Bank Indonesia. (2024). *Data Pertumbuhan Transaksi QRIS Nasional*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Faizani, S. N., & Indriyanti, A. D. (2021). Analisis pengaruh technology readiness terhadap perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap behavioral intention dari quick response indonesian standard (QRIS) untuk pembayaran digital. *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 2(2), 85-93.
- Fatmawati, M. N. R., & Yuliana, I. (2019). Pengaruh transaksi non tunai terhadap jumlah uang beredar di Indonesia tahun 2015-2018. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 11(2), 269-283.
- Febrilia, I., Pratiwi, S. P., & Djatikusumo, I. (2020). Minat Penggunaan Cashless Payment System - Dompot Digital Pada Mahasiswa Di Fe Unjika. *Jurnal Ilmiah*, 11(1), 1-19.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications.
- Harianja, S. (Ed.). (2024). *Pengguna QRIS di Bengkulu Tembus 237.224*. RRI.co.id. Diakses dari <https://rri.co.id/keuangan/926278/pengguna-qr-is-di-bengkulu-tembus-237-224>
- Hasyim, F., Janah, M., & Sari, L. E. P. (2023). Analisis faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan QRIS pada generasi milenial kabupaten sukoharjo. *QURANOMIC: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(2), 125-141.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Kumoro, C. J., Ryandini, E. Y., & Samin, N. (2024). Faktor-faktor yang memengaruhi adopsi pembayaran QR Code (QRIS) di toko fisik. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 3(2), 97-112.
- Maulidiah Sidin, S. H., Mursityo, Y. T., & Maghfiroh, I. S. E. (2024). Analisis faktor minat adopsi layanan pembayaran quick response code indonesian standard pada pelaku UMKM food & beverage

- menggunakan kerangka technology acceptance model termodifikasi. *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi, dan Edukasi Sistem Informasi (JUST-SI)*, 5(1), 13-23.
- Mayanti, R. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan User Terhadap Penerapan Quick Response Code Indonesian Standard Sebagai Teknologi Pembayaran Pada Dompot Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 123-135.
- Musyaffi, A. M., & Kayati, K. (2020). Dampak kemudahan dan risiko sistem pembayaran QR Code: Technology acceptance model (TAM) extension. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 161-176.
- Nauwe, C. F., Kainama, M. S., & Tomaso, T. F. (2025). Analisis preferensi mahasiswa dalam menggunakan quick response code indonesia standar (QRIS) sebagai alat transaksi pembayaran (studi kasus pada mahasiswa prodi pendidikan ekonomi angkatan 2021-2022). *ATOM: Jurnal Riset Mahasiswa*, 3(2), 98-107.
- Nugroho, P., Winarno, W. W., & Hartanto, R. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi niat menggunakan mobile payment dengan pendekatan extended The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Prosiding Seminar Nasional CITEE 2017*, 226-233.
- Rahmi, N., Kurniati, & Kusmiati, H. (2023). Analisis intention to use dalam penggunaan QRIS sebagai digital payment bagi mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Keuangan Bisnis Syariah*, 3(2), 77-86.
- Santi, I. H., & Erdani, B. (Eds.). (2021). *Technology Acceptance Model (TAM)*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Sriekaningsih, A. (Ed.). (2020). *QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (1999). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Tiwari, P., & Tiwari, S. K. (2020). Integration of technology acceptance model with perceived risk, perceived trust and perceived cost: Customer's adoption of M-Banking. *International Journal on Emerging Technologies*, 11(2), 447-452.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36( 1), 157-178.