

Keputusan Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* Sebagai Alternatif Pembayaran Digital: di Solo Raya

Dinar Kurnia Setiyaningrum¹, Shinta Permata Sari^{2✉}

Universitas Muhammadiyah Surakarta

dinaorkurniaa99@gmail.com¹, sps274@ums.ac.id^{2✉}

ABSTRACT.

The use of Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) has experienced rapid growth. This study aims to analyze the factors influencing behavioral intention and use behavior of QRIS in Solo Raya. The variables examined include performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, and habit. Primary data are collected from 181 respondents from an online questionnaire and analyzed using Partial Least Square (PLS). The results indicate that hedonic motivation and habit effect on behavioral intention, while behavioral intention has effect on use behavior. Other variables, performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, and price value have no effect on behavioral intention. This study highlights that user enjoyment and habitual behavior are key factors in QRIS adoption in Solo Raya.

Keywords: *Use Behavior, QRIS, Behavioral Intention, Habit, Hedonic Motivation.*

ABSTRAK.

Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* berkembang sangat cepat. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) dan penggunaan (*use behavior*) QRIS di Solo Raya. Variabel penelitian meliputi harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi fasilitas (*facilitating*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*). Data primer dikumpulkan dari 181 responden melalui kuesioner *online* dan dianalisis menggunakan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *hedonic motivation* dan *habit* berpengaruh terhadap *behavioral intention*, sedangkan *behavioral intention* berpengaruh terhadap *use behavior QRIS*. Variabel lainnya, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, dan *price value* tidak berpengaruh terhadap *use behavior QRIS*. Penelitian ini memberikan pemahaman bahwa kepuasan dan kebiasaan pengguna menjadi faktor kunci dalam keputusan penggunaan QRIS di Solo Raya.

Kata Kunci: *Use Behavior, QRIS, Behavioral Intention, Habit, Hedonic Motivation.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, terutama dalam hal aplikasi pengetahuan ilmiah, temuan, dan inovasi yang terkait dengan modal fisik dan modal manusia, yang turut berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi melalui teknologi komunikasi dan informasi. Kemajuan teknologi ini memungkinkan transmisi data lebih cepat sehingga penyebaran informasi menjadi lebih luas dan efisien (Maneejuk

dan Yamaka, 2020). Salah satu indikator perkembangan teknologi dan informasi yang pesat adalah internet, yang hampir digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia setiap hari untuk berbagai keperluan. Pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia meningkat secara konsisten setiap tahun; berdasarkan laporan We Are Social (2022), hingga Januari 2022 terdapat 205 juta pengguna internet di Indonesia, atau sekitar 73,7% dari total populasi 277 juta jiwa, menunjukkan peran internet yang semakin vital dalam kehidupan sehari-hari dan berbagai aktivitas sosial, ekonomi, serta pendidikan.

Bidang *financial technology* (*fintech*) telah berkembang pesat seiring dengan kemajuan internet, menghadirkan berbagai inovasi layanan keuangan digital yang mempermudah masyarakat melakukan transaksi, salah satunya adalah pembayaran online. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada Januari–Juni 2022, 79% pengguna internet memanfaatkan layanan online untuk transaksi, menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap pembayaran digital. *Fintech* menghadirkan metode pembayaran non-tunai, seperti *e-wallet* (GoPay, OVO, ShopeePay, Dana, LinkAja) dan QRIS, yang efektif mulai Januari 2020, mendorong pergeseran masyarakat dari pembayaran tunai ke digital. Keberhasilan QRIS didukung oleh penetrasi *smartphone* yang tinggi, mempermudah masyarakat melakukan transaksi kapan pun dan di mana pun. Data Bank Indonesia menunjukkan bahwa volume transaksi uang elektronik selama 2022 cenderung meningkat, meskipun sempat mengalami penurunan di bulan Februari, dan terus tumbuh hingga September, mencerminkan tingginya tingkat adopsi dan ketertarikan masyarakat terhadap pembayaran digital, sehingga *fintech* berperan signifikan dalam memodernisasi sistem transaksi keuangan di Indonesia.

Masyarakat semakin tertarik dengan pembayaran digital yang terus berkembang tiap tahun, mendorong kemajuan teknologi dan mempermudah transaksi yang aman. Banyaknya aplikasi dompet digital memaksa penjual menyediakan beberapa kode QR untuk tiap aplikasi, yang justru menyulitkan konsumen karena harus menyesuaikan dengan masing-masing syarat dan ketentuan (Saputri, 2020). Untuk mengatasi hal ini, Bank Indonesia meluncurkan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) pada 17 Agustus 2019, yang diimplementasikan secara nasional sejak 1 Januari 2020, sehingga setiap transaksi digital cukup menggunakan satu kode QR yang fleksibel seperti *barcode scan* dan aman dari serangan siber karena hanya menampilkan informasi QR gerai (Bakri *et al.*, 2022). Penelitian mengenai keputusan penggunaan QRIS dapat dilakukan menggunakan model UTAUT 2, pengembangan dari UTAUT yang awalnya diperkenalkan oleh Venkatesh *et al.* (2003) untuk mengukur penerimaan teknologi berdasarkan *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions*. UTAUT 2 oleh Venkatesh *et al.* (2012) lebih berfokus pada konteks konsumen, menambahkan variabel *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit*, serta memodifikasi dan mengenalkan hubungan baru untuk memahami penerimaan dan penggunaan teknologi secara lebih komprehensif.

Penelitian sebelumnya telah menggunakan model UTAUT 2 untuk mengamati adopsi teknologi keuangan. Ridwan dan Dharma (2022) menemukan bahwa pada pengguna QRIS di Kota Bandar Lampung, *performance expectancy* dan *facilitating condition* berpengaruh terhadap *behavioral intention*, sementara *effort expectancy*, *social influence*, dan *perceived risk* tidak berpengaruh, *behavioral intention* kemudian memengaruhi *use behavior*. Sementara itu, Saragih dan Rikumahu (2022) pada masyarakat Jawa Barat menunjukkan bahwa *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *perceived trust*, *perceived risk*, dan *habit* berpengaruh terhadap *behavioral intention*, sedangkan *facilitating conditions*, *habit*, dan *behavioral intention* berpengaruh terhadap *use behavior*, tetapi *performance expectancy*, *hedonic motivation*, dan *price value* tidak berpengaruh. Berdasarkan temuan tersebut, model UTAUT 2 terbukti relevan untuk meneliti keputusan pengguna terhadap QRIS.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer untuk menguji hipotesis terkait faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) dan penggunaan (*use behavior*) *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) di Solo Raya, meliputi harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi fasilitas (*facilitating*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*). Populasi penelitian adalah seluruh pengguna QRIS di Solo Raya, dengan jumlah populasi 11.375.218 orang berdasarkan data BPS, dan sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan batas kesalahan 10%, menghasilkan 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* melalui *convenience sampling*, yakni memilih responden yang mudah dihubungi dan bersedia berpartisipasi. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner *online* berbasis *Google Forms* yang dibagikan melalui media sosial.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi *Partial Least Square* (PLS) untuk menguji hipotesis. Pengujian dilakukan melalui dua tahap utama, yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Pada model pengukuran, evaluasi dilakukan untuk menentukan validitas dan reliabilitas konstruk terhadap indikatornya. Validitas diuji melalui *convergent validity* dan *discriminant validity*, dengan patokan *outer loading* > 0,7 dan AVE > 0,5 untuk *convergent validity*, serta *cross loading* yang menunjukkan korelasi indikator lebih tinggi dengan konstraknya dibanding konstruk lain untuk *discriminant validity*. Reliabilitas diuji menggunakan *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*, dengan nilai > 0,7 dianggap reliabel. Sementara itu, model struktural (*inner model*) menguji hubungan antarvariabel melalui *Coefficient of Determination* (R^2) untuk menilai kekuatan pengaruh variabel independen terhadap dependen, *effect size* (F^2) untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen, serta uji hipotesis dengan membandingkan nilai T-statistik dan *p-value* (signifikansi 5%), di mana arah hubungan ditentukan dari nilai original sampel, positif menunjukkan

hubungan positif dan negatif menunjukkan hubungan negatif. Tahapan ini memastikan bahwa konstruk yang digunakan valid dan reliabel serta hubungan antarvariabel dapat dianalisis secara akurat. Pengukuran masing-masing variabel disajikan pada Tabel 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

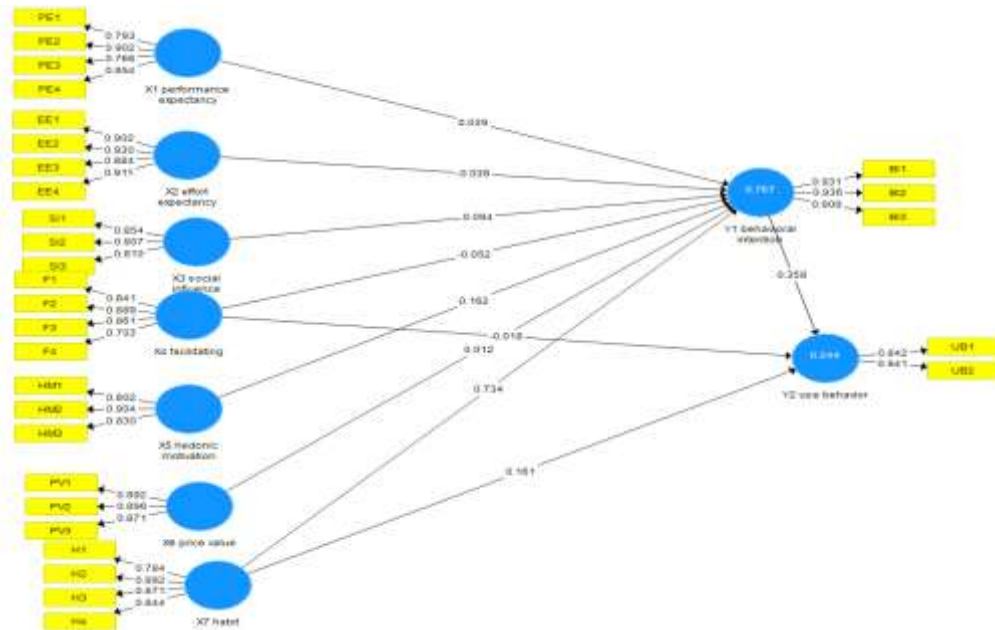
Skema *Outer Model*

Penelitian ini menggunakan analisis data dua tahap, yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*), dengan pengujian validitas dan reliabilitas. Analisis dilakukan menggunakan *Partial Least Square* (PLS) melalui program Smart PLS 3.0. Skema model *outer model* terdapat pada Gambar 1.

Tabel 1 Pengukuran Variabel

Variabel	Pengukuran
<i>Behavioral Intention</i>	Skala likert dengan indikator 3 pernyataan, terkait penggunaan QRIS di masa mendatang, penggunaan QRIS dalam kehidupan sehari-hari, dan rencana untuk terus sering menggunakan QRIS
<i>Use Behavior</i>	Skala likert dengan indikator 2 pernyataan, terkait keserangan penggunaannya, dan sudah digunakan dalam kehidupan sehari-hari
<i>Performance Expectancy</i>	Skala likert dengan indikator 4, pernyataan, terkait kegunaan QRIS untuk <i>digital payment</i> , meningkatkan efisiensi kinerja, menyelesaikan pembayaran lebih cepat, dan meningkatkan produktivitas
<i>Effort Expectancy</i>	Skala likert dengan indikator 4 pernyataan, terkait QRIS mudah dipelajari, jelas untuk dipahami, mudah digunakan, dan mudah terampil penggunaan QRIS
<i>Social Influence</i>	Skala likert dengan indikator 3 pernyataan, terkait orang-orang penting menggunakan QRIS, pengaruh perilaku penggunaan QRIS, dan orang yang pendapatnya dihargai menggunakan QRIS
<i>Facilitating</i>	Skala likert dengan indikator 4 pernyataan, terkait terdapat fasilitas penggunaan QRIS, pengetahuan untuk penggunaan, dan bantuan yang ada ketika kesulitan dalam penggunaan
<i>Hedonic Motivation</i>	Skala likert dengan indikator 3 pernyataan, terkait perasaan senang menggunakan QRIS, penggunaan QRIS menyenangkan, dan penggunaan QRIS menghibur
<i>Price Value</i>	Skala likert dengan indikator 3 pernyataan, terkait biaya penggunaan QRIS cukup murah, harga layanan sesuai dengan layanan yang diberikan, dan kesediaan membayar seharga yang telah ditetapkan
<i>Habit</i>	Skala likert dengan indikator 4 pernyataan, terkait penggunaan QRIS menjadi kebiasaan, terbiasa dengan penggunaan QRIS, dan penggunaan menjadi hal wajar

Sumber: Venkatesh *et al.* (2012)



Gambar 1. Outer Model

1. Hasil Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) Validitas Konvergen (Convergent Validity)

Berikut nilai *outer loading* dari masing-masing variabel:

Tabel 2. Nilai *Outer Loading*

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i> (PE)	PE1	0,793	Valid
	PE2	0,902	Valid
	PE3	0,766	Valid
	PE4	0,854	Valid
<i>Effort Expectancy</i> (EE)	EE1	0,902	Valid
	EE2	0,930	Valid
	EE3	0,884	Valid
	EE4	0,911	Valid
<i>Social Influence</i> (SI)	SI1	0,854	Valid
	SI2	0,907	Valid
	SI3	0,810	Valid
<i>Facilitating</i> (F)	F1	0,841	Valid
	F2	0,889	Valid
	F3	0,861	Valid
	F4	0,703	Valid
<i>Hedonic Motivation</i> (HM)	HM1	0,802	Valid
	HM2	0,904	Valid
	HM3	0,830	Valid
<i>Price Value</i> (PV)	PV1	0,892	Valid
	PV2	0,896	Valid

	PV3	0,871	Valid
<i>Habit (H)</i>	H1	0,784	Valid
	H2	0,892	Valid
	H3	0,871	Valid
	H4	0,844	Valid
<i>Behavioral Intention (BI)</i>	BI1	0,931	Valid
	BI2	0,936	Valid
	BI3	0,909	Valid
<i>Use Behavior (UB)</i>	UB1	0,842	Valid
	UB2	0,941	Valid

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 2. nilai *outer loading* > 0,7 maka dapat dinyatakan indikator dinyatakan layak atau valid dalam mengukur setiap variabelnya. Selanjutnya dilakukan uji *convergent validity* dengan AVE, berikut ini:

Tabel 3. Nilai AVE (Average Variance Extracted)

Variabel	AVE	Keterangan
<i>Performance Expectancy (PE)</i>	0,690	Valid
<i>Effort Expectancy (EE)</i>	0,822	Valid
<i>Social Influence (SI)</i>	0,736	Valid
<i>Facilitating (F)</i>	0,684	Valid
<i>Hedonic Motivation (HM)</i>	0,717	Valid
<i>Price Value (PV)</i>	0,786	Valid
<i>Habit (H)</i>	0,721	Valid
<i>Behavioral Intention (BI)</i>	0,856	Valid
<i>Use Behavior (UB)</i>	0,798	Valid

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 2. diketahui nilai AVE setiap variabel > 0,5. Oleh karena itu, dapat dikatakan valid atau memiliki ukuran *convergent validity* yang baik.

Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan dihitung dari *cross loading*, di mana indikator dianggap valid jika loading faktornya lebih tinggi daripada korelasinya dengan variabel lain berikut ini:

Tabel 4. Cross Loading

	PE	EE	SI	F	HM	PV	H	BI	UB
PE1	0,79	0,68	0,23	0,55	0,560	0,470	0,354	0,314	0,172
	3	2	0	7					
PE2	0,90	0,63	0,39	0,62	0,598	0,551	0,497	0,518	0,165
	2	4	0	7					
PE3	0,76	0,70	0,24	0,60	0,537	0,487	0,333	0,287	0,076
	6	3	4	6					

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Vol 8 No 1 (2026) 672 – 687 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v8i1.11279

PE4	0,85 4	0,57 5	0,48 0	0,59 9	0,594	0,568	0,501	0,513	0,231
EE1	0,66 6	0,90 2	0,28 6	0,72 3	0,623	0,629	0,402	0,377	0,177
EE2	0,68 9	0,93 0	0,31 3	0,73 3	0,675	0,672	0,512	0,485	0,253
EE3	0,67 4	0,88 4	0,30 5	0,68 1	0,625	0,597	0,376	0,368	0,163
EE4	0,71 0	0,91 1	0,41 1	0,72 2	0,679	0,654	0,534	0,504	0,206
SI1	0,46 7	0,37 1	0,85 4	0,43 8	0,404	0,451	0,497	0,484	0,280
SI2	0,33 8	0,31 6	0,90 7	0,37 6	0,380	0,420	0,480	0,493	0,260
SI3	0,30 0	0,25 9	0,81 0	0,40 7	0,430	0,383	0,459	0,474	0,222
F1	0,62 5	0,67 4	0,37 2	0,84 1	0,595	0,573	0,439	0,444	0,172
F2	0,62 8	0,74 9	0,34 6	0,88 9	0,659	0,695	0,532	0,495	0,233
F3	0,59 8	0,71 0	0,34 9	0,86 1	0,634	0,609	0,432	0,409	0,169
F4	0,50 0	0,46 4	0,49 8	0,70 3	0,484	0,497	0,458	0,400	0,290
HM1	0,66 6	0,76 3	0,28 6	0,68 1	0,802	0,586	0,442	0,428	0,152
HM2	0,60 0	0,70 5	0,43 4	0,68 4	0,904	0,669	0,511	0,540	0,333
HM3	0,50 5	0,41 1	0,45 4	0,49 1	0,830	0,544	0,552	0,577	0,421
PV1	0,62 2	0,67 1	0,46 5	0,69 5	0,621	0,892	0,534	0,508	0,337
PV2	0,45 4	0,50 7	0,40 4	0,53 2	0,547	0,896	0,546	0,503	0,235
PV3	0,59 4	0,69 8	0,42 7	0,69 5	0,710	0,871	0,513	0,511	0,210
H1	0,50 4	0,54 3	0,41 6	0,55 2	0,490	0,498	0,784	0,636	0,275
H2	0,39 6	0,38 0	0,43 2	0,42 6	0,436	0,478	0,892	0,705	0,403
H3	0,32 8	0,25 6	0,57 1	0,34 0	0,419	0,430	0,871	0,771	0,447

H4	0,56 6	0,58 2	0,46 4	0,62 3	0,677	0,625	0,844	0,797	0,414
BI1	0,48 0	0,44 6	0,52 5	0,48 5	0,534	0,545	0,816	0,931	0,390
BI2	0,50 6	0,48 9	0,50 2	0,52 1	0,597	0,515	0,793	0,936	0,446
BI3	0,45 4	0,41 7	0,53 9	0,47 3	0,578	0,529	0,785	0,909	0,514
UB1	0,04 5	0,11 6	0,21 2	0,19 2	0,225	0,204	0,306	0,323	0,842
UB2	0,27 2	0,25 7	0,30 3	0,26 8	0,406	0,304	0,484	0,514	0,941

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 2., setiap indikator memiliki *cross loading* lebih tinggi daripada variabel lain, menunjukkan *discriminant validity* yang baik.

Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*, adalah sebagai berikut:

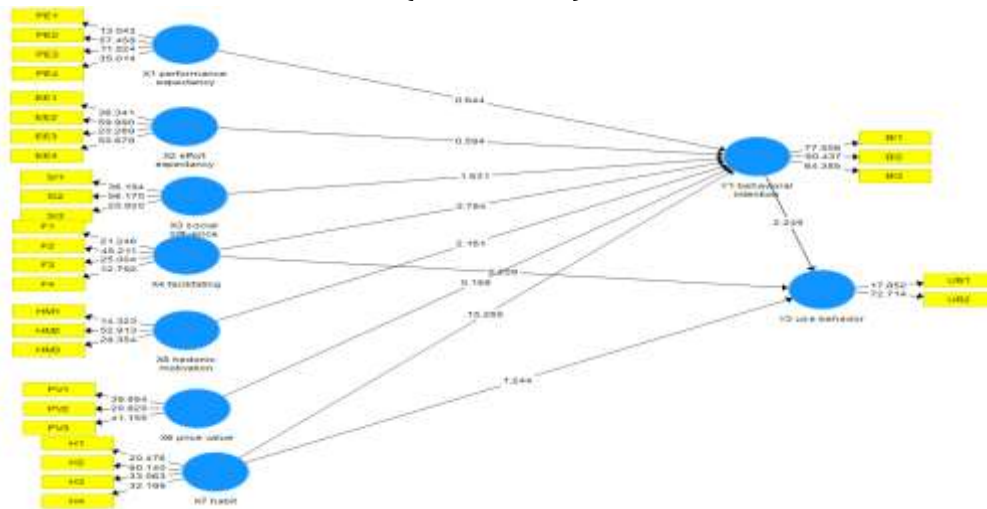
Tabel 5. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i> (PE)	0,854	0,899	Reliabel
<i>Effort Expectancy</i> (EE)	0,928	0,949	Reliabel
<i>Social Influence</i> (SI)	0,819	0,893	Reliabel
<i>Facilitating</i> (F)	0,842	0,896	Reliabel
<i>Hedonic Motivation</i> (HM)	0,803	0,883	Reliabel
<i>Price Value</i> (PV)	0,864	0,917	Reliabel
<i>Habit</i> (H)	0,870	0,911	Reliabel
<i>Behavioral Intention</i> (BI)	0,916	0,947	Reliabel
<i>Use Behavior</i> (UB)	0,758	0,887	Reliabel

Sumber: Data primer diolah (2025)

Dari tabel diatas dapat dikatakan bahwa nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* lebih dari 0,7. Oleh karena itu, semua indikator variabel valid atau dapat disimpulkan dapat memenuhi uji reliabilitas.

2. Hasil Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)



Gambar 2. *Inner Model*

Coefficient of Determination (*R Square*)

Berikut merupakan tabel hasil uji *R Square*:

Tabel 6. *R-Square*

Variabel	<i>R Square</i>	<i>R Squared Adjusted</i>
<i>Behavioral Intention</i> (BI)	0,767	0,758
<i>Use Behavior</i> (UB)	0,244	0,231

Sumber: Data primer diolah (2025)

Tabel 6. menunjukkan nilai *R Square* untuk variabel *behavioral intention* sebesar 0,767, yang berarti variabel ini dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen sebesar 76,7%, sedangkan 23,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Sebaliknya, variabel *use behavior* memiliki nilai *R Square* 0,244, menunjukkan model yang relatif lemah karena hanya 24,4% variabilitasnya dijelaskan oleh variabel independen, sementara 75,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Effect Size (*F Square*)

Pengaruh antar variabel diukur menggunakan *effect size* (f^2) dengan ambang batas: 0,02 = kecil, 0,15 = menengah, 0,35 = besar. Berikut hasil *F Square*:

Tabel 7. *Effect Size (F Square)*

	PE	EE	SI	F	HM	PV	H	BI	UB
<i>Performance Expectancy</i> (PE)								0,002	
<i>Effort Expectancy</i> (EE)								0,002	
<i>Social Influence</i> (SI)								0,023	
<i>Facilitating</i> (F)								0,003	0,000
<i>Hedonic Motivation</i> (HM)								0,039	
<i>Price Value</i> (PV)								0,000	
<i>Habit</i> (H)								1,173	0,008

Behavioral Intention (BI)

0,043

Use Behavior (UB)

Sumber: Data primer diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating* terhadap *behavioral intention*, serta *habit* dan *facilitating* terhadap *use behavior* memiliki nilai f^2 di bawah 0,02, yang menunjukkan efek yang sangat kecil atau hampir tidak berpengaruh. Sementara itu, pengaruh *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention* dan *behavioral intention* terhadap *use behavior* memiliki nilai f^2 di atas 0,02, menandakan pengaruh yang lemah. Kemudian, pengaruh *habit* terhadap *behavioral intention* memiliki nilai f^2 di atas 0,35, yang menunjukkan efek yang besar dan signifikan.

Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan membandingkan *p-value* dan t-statistik, dengan *p-value* < 0,05, serta arah hubungan ditentukan dari nilai *original sample*. Berdasarkan hasil Uji Hipotesis pada Tabel 8., dapat disimpulkan bahwa dari sepuluh hipotesis yang diuji, hanya tiga yang diterima. *Hedonic motivation* (H5) dan *habit* (H7) berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* QRIS, dengan nilai t-statistic masing-masing 2,209 (*p* = 0,028) dan 14,701 (*p* = 0,000), sedangkan *behavioral intention* QRIS berpengaruh positif terhadap *use behavior* QRIS (H10) dengan t-statistik 2,028 dan *p* = 0,043. Hipotesis lainnya, yaitu pengaruh *performance expectancy* (H1), *effort expectancy* (H2), *social influence* (H3), *facilitating* (H4), *price value* (H6) terhadap *behavioral intention*, serta *facilitating* (H8), serta *habit* terhadap *use behavior* (H9), tidak berpengaruh karena nilai t-statistik < 1,96 dan *p-values* > 0,05, meskipun beberapa memiliki nilai *original sample* positif atau negatif. Dengan demikian, faktor yang paling berperan dalam membentuk *behavioral intention* QRIS adalah *hedonic motivation* dan *habit*, sementara *use behavior* dipengaruhi oleh *behavioral intention* itu sendiri.

Tabel 8. Hasil Pengujian Hipotesis dari Path Coeficient

Variabel	Sampel Asli	T Statistik	P Values	Keterangan
PE → BI	0,039	0,626	0,531	H ₁ ditolak
EE → BI	-0,038	0,573	0,567	H ₂ ditolak
SI → BI	0,094	1,663	0,097	H ₃ ditolak
F → BI	-0,052	0,759	0,448	H ₄ ditolak
HM → BI	0,162	2,209	0,028	H ₅ diterima
PV → BI	0,012	0,162	0,871	H ₆ ditolak
H → BI	0,734	14,701	0,000	H ₇ diterima
F → UB	-0,018	0,217	0,828	H ₈ ditolak
H → UB	0,161	1,134	0,257	H ₉ ditolak
BI → UB	0,358	2,028	0,043	H ₁₀ diterima

Sumber: Data primer diolah (2025)

Pembahasan

Pengaruh *Performance Expectancy* Terhadap *Behavioral Intention* QRIS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai original sampel positif sedangkan nilai *t-statistic* 0,626 dan *p-values* 0,531. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa meskipun nilai original sampel positif namun *p-values* $0,531 > 0,05$, artinya **H₁ ditolak** dan *performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* QRIS. Hal ini menunjukkan jika melakukan transaksi pembayaran dengan menggunakan QRIS belum membantu menyelesaikan transaksi pembayaran lebih cepat, belum meningkatkan produktivitas dan belum meningkatkan kinerja para pengguna QRIS. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Hidayat *et al.* (2020), Mayanti (2022), Saragih dan Rikumaha (2022), Mustika dan Januarita (2022), yang menyatakan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Namun tidak sejalan dengan penelitian Azzahroo dan Estiningrum (2021), Ridwan dan Dharma (2022).

Pengaruh *Effort Expectancy* Terhadap *Behavioral Intention* QRIS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai original sampel negatif sedangkan nilai *t-statistic* 0,573 dan *p-values* 0,567. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai original sampel negatif dan *p-values* $0,567 > 0,05$, artinya **H₂ ditolak** dan *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* QRIS. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa jika penggunaan QRIS tidak mudah untuk dipelajari dan digunakan, maka pengguna tidak berminat untuk menggunakan QRIS dalam melakukan transaksi pembayaran. Penelitian ini sejalan dengan Mayanti (2022), Melania *et al.* (2022), Ridwan dan Dharma (2022), Saragih dan Rikumahu (2022) yang menyatakan bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Namun tidak sejalan dengan Azzahroo dan Estiningrum (2021), Hidayat *et al.* (2020), Wardani dan Masdiantini (2022), Pangestu dan Pasaribu (2022).

Pengaruh *Social Influence* Terhadap *Behavioral Intention* QRIS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai original sampel positif sedangkan nilai *t-statistic* 1,663 dan *p-values* 0,097. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai original sampel positif kemudian *p-values* $0,097 > 0,05$, artinya **H₃ ditolak** dan *social influence* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa jika penggunaan QRIS tidak dipengaruhi oleh pengaruh sosial, yang menganggap tidak diyakini oleh orang disekitar serta keinginan diri sendiri untuk menggunakan dan tidak berminat menggunakan QRIS. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Azzahroo dan Estiningrum (2021), Mayanti (2022), Wardani dan Masdiantini (2022), Ridwan dan Dharma (2022) yang menyatakan bahwa *social influence* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Namun tidak sejalan dengan penelitian Hidayat *et al.* (2020), Pangestu dan Pasaribu (2022).

Pengaruh *Facilitating* Terhadap *Behavioral Intention* QRIS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai original sampel negatif sedangkan nilai *t-statistic* 0,759 dan *p-values* 0,448. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai original sampel negatif kemudian *p-values* 0,448 > 0,05, artinya **H₄ ditolak** dan *facilitating* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* QRIS. Hal ini dapat dijelaskan bahwa jika kondisi fasilitas tidak mendukung dalam penggunaan pembayaran QRIS, maka para pengguna tidak memiliki pengetahuan yang dapat meyakinkan untuk menggunakan sistem pembayaran QRIS. Penelitian ini sejalan dengan Saragih dan Rikumahu (2022) bahwa *facilitating* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Namun tidak sejalan dengan Hidayat *et al.* (2020), (Azzahroo dan Estiningrum (2021), Melania *et al.* (2022), Ridwan and Dharma (2022).

Pengaruh *Hedonic Motivation* Terhadap *Behavioral Intention* QRIS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai original sampel positif sedangkan nilai *t-statistic* 2,209 dan *p-values* 0,028. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai original sampel positif kemudian *p-values* 0,028 < 0,05, artinya **H₅ diterima** dan *hedonic motivation* berpengaruh terhadap *behavioral intention* QRIS. Hal ini berarti penggunaan QRIS dapat menjadi hal yang menyenangkan karena kepraktisan dan kemudahan dalam penggunaannya untuk melakukan pembayaran transaksi *online* sehingga mempengaruhi minat dalam penggunaan QRIS yang semakin meningkat. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Wardani dan Masdiantini (2022), Melania *et al.* (2022), Mayanti (2022) yang menyatakan bawa *hedonic motivation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

Pengaruh *Price Value* Terhadap *Behavioral Intention* QRIS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai original sampel positif sedangkan nilai *t-statistic* 0,162 dan *p-values* 0,871. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai original sampel positif kemudian *p-values* 0,871 > 0,05, artinya **H₆ ditolak** dan *price value* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* QRIS. Dapat dikatakan bahwa nilai harga berarti manfaat yang didapatkan dalam penggunaan QRIS lebih sedikit dibanding biaya yang harus dibebankan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Hidayat *et al.* (2020), Melania *et al.* (2022), Saragih dan Rikumahu (2022) menyatakan bahwa *price value* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Namun tidak sejalan dengan Wardani dan Masdiantini (2022), Mayanti (2022).

Pengaruh *Habit* Terhadap *Behavioral Intention* QRIS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai original sampel positif sedangkan nilai *t-statistic* 14,701 dan *p-values* 0,000. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai original sampel positif dengan *p-values* 0,000 < 0,05, artinya **H₇ diterima** dan *habit* berpengaruh terhadap *behavioral intention* QRIS. Dapat dikatakan bahwa dengan adanya kebiasaan secara terus menerus yang dilakukan oleh pengguna QRIS dalam menggunakan QRIS maka hal tersebut meningkatkan minat penggunaan QRIS oleh para pengguna. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Saragih dan Rikumahu

(2022), Hidayat *et al.* (2020), Melania *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa artinya *habit* memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention*.

Pengaruh *Facilitating* Terhadap *Use Behavior* QRIS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai original sampel negatif sedangkan nilai *t-statistic* 0,217 dan *p-values* 0,828. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai original sampel negatif dengan *p-values* 0,828 > 0,05, artinya **H₈ ditolak** dan *facilitating* tidak berpengaruh terhadap *use behavior* QRIS. Dapat dikatakan bahwa jika masih kurang ketersediaan informasi dan penggunaan sistem teknologi yang mendukung untuk meningkatkan penggunaan QRIS. Penelitian sejalan dengan penelitian Mayanti (2022) yang menyatakan bahwa *facilitating* tidak berpengaruh terhadap *use behavior*. Namun tidak sejalan dengan penelitian Kadim dan Sunardi (2022), Hidayat *et al.* (2020), Saragih dan Rikumahu (2022).

Pengaruh *Habit* Terhadap *Use Behavior* QRIS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai original sampel positif sedangkan nilai *t-statistic* 1,134 dan *p-values* 0,257. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai original sampel positif kemudian dan *p-values* 0,257 > 0,05, artinya, **H₉ ditolak** dan *habit* tidak berpengaruh terhadap *use behavior* QRIS. Dapat dinyatakan bahwa tidak adanya kebiasaan secara terus menerus yang dilakukan oleh pengguna QRIS dalam menggunakan QRIS maka hal tersebut tidak meningkatkan penggunaan QRIS oleh para pengguna. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Mayanti (2022) yang menyatakan bahwa *habit* tidak berpengaruh terhadap *use behavior*. Namun tidak sejalan dengan penelitian Hidayat *et al.* (2020), Melania *et al.* (2022).

Pengaruh *Behavioral Intention* Terhadap *Use Behavior* QRIS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai original sampel positif sedangkan nilai *t-statistic* 2,028 dan *p-values* 0,043. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai original sampel positif kemudian dan *p-values* 0,043 < 0,05, artinya **H₁₀ diterima** dan *behavioral intention* berpengaruh terhadap *use behavior* QRIS. Dapat dijelaskan bahwa adanya niat penggunaan QRIS maka para pengguna terus menggunakan QRIS kedepannya karena memiliki manfaat untuk pembayaran digital. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Mayanti (2022), Ridwan dan Dharma (2022), Hidayat *et al.* (2020), Azzahroo dan Estiningrum (2021), Saragih dan Rikumahu (2022) yang menyatakan bahwa *behavioral intention* berpengaruh terhadap *use behavior*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian ini, yang bertujuan menganalisis pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* terhadap *behavioral intention*, serta pengaruh *facilitating*, *habit*, dan *behavioral intention* terhadap *use behavior* QRIS, diperoleh kesimpulan bahwa *hedonic motivation* dan *habit* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*, sedangkan *behavioral intention* berpengaruh positif terhadap

use behavior. Variabel lainnya tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* maupun *use behavior*.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain penggunaan variabel amatan yang belum menunjukkan kontribusi sebenarnya karena jumlah sampel yang terbatas. Oleh karena itu, penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan menambahkan amatan sebagai moderasi baru, yang berpotensi menghasilkan pengaruh, memilih responden yang memiliki pengetahuan mengenai QRIS, memperluas lokasi penelitian di luar Solo Raya, serta menambah jumlah sampel untuk meningkatkan akurasi dan kemungkinan pengaruh yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, F. A., & Tambunan, K. (2022). Analisis Strategi BSI KCP Stabat Proklamasi Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Pembayaran Berbasis QRIS. *Regress: Journal of Economics & Management*, 2(1), 91–98.
- Azzahroo, R. A., & Estiningrum, S. D. (2021). Preferensi Mahasiswa Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Teknologi Pembayaran. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17(1), 10–17.
- Bakri, M. A., Sagita, R., Panorama, M., & Fadila, R. (2022). Analisis Lapangan Minat Konsumen Kota Palembang terhadap Penggunaan QRIS sebagai Alat Pembayaran Alternatif di Palembang Square Mall (Studi Kasus: Pengunjung PS Mall). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), 811–813.
- Brown, S. A., & Venkatesh, V. (2005). Model of Adoption of Technology in Households: A Baseline Model Test and Extension Incorporating Household Life Cycle. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 29(3), 399–426.
- Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan Pengguna e-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus). *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi*, 9(3), 239–247.
- Hidayati, S., Nuryanti, I., Firmansyah, A., Fadly, A., & Darmawan, I. Y. (2006). *Operasional E-Money*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Jati, N. J., & Laksito, H. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Penggunaan Sistem E-Ticket (Studi Empiris pada Biro Perjalanan di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Accounting*, 1(1), 511–524.
- Kadim, A., & Sunardi, N. (2022). Financial Management System (QRIS) Based on UTAUT Model Approach in Jabodetabek. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1), 1–8.
- Kartika, P. K., Indrayani, L., & Irwansyah, M. R. (2020). Sistem Pembayaran E-Money Di Pintu Masuk Pelabuhan Gilimanuk. *Business and Accounting Education Journal*, 1(3), 222–227.
- Maneejuk, P., & Yamaka, W. (2020). An Analysis of the Impacts of Telecommunications Technology and Innovation on Economic Growth. *Telecommunications Policy*, 44(10), 102038.
- Mariani, M., Haskar, E., & Farda, N. F. (2023). Pelaksanaan Kebijakan Retribusi Parkir

- Dengan Kartu Brizzi Di Kota Bukittinggi Berdasarkan Peraturan Walikota Bukittinggi Nomor 32 Tahun 2020. *Otentik Law Journal*, 1(2), 192-205.
- Mayanti, R. (2022). Preferensi Masyarakat Terhadap Quick Response Code Indonesian Standard Sebagai Sarana Teknologi Pembayaran Digital. *Faktor Exacta*, 15(1), 65–72.
- Melania, E., Kusumawardani, D. M., & Kusuma, D. J. (2022). Analisis Minat dan Perilaku Masyarakat Dalam Penggunaan E-Wallet XYZ dengan UTAUT2. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9(4), 1136–1144.
- Pangestu, M. G., & Pasaribu, J. P. K. (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), 29–37.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/06/PBI/2018 Tentang *Uang Elektronik*.
- Puspita, Y. C. (2019). Analisis Kesesuaian Teknologi Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen Informatika*, 9(2), 121–128.
- Ridwan, M. A., Sudrajat, & Dharma, F. (2022). Factors Affecting the Use of Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) with the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 7(1), 252-257.
- Sagayarani, D. (2017). Digital Payments in India. *IOSR Journal of Business and Management*, 9(5), 28–33.
- Salsabila, S. K., & Gandajaya, L. (2020). Studi Persepsi Konsumen Mengenai Mode Pembayaran Digital. *Journal of Accounting and Business Studies*, 5(1), 1–15.
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital. *Journals of Economics and Business Mulawarman*, 17(2), 1–11.
- Saragih, Y. W., & Rikumahu, B. (2022). Analisis Faktor Adopsi E-Wallet Gopay, OVO, dan DANA dengan Model UTAUT2 Pada Masyarakat Jawa Barat. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 11(1), 98–121.
- Sari, A. C., & Adinugraha, H. H. (2021). Implementation of QRIS-based payments towards the digitalization of Indonesian MSMEs. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 5(2), 124–139.
- Silalahi, P. R., Tambunan, K., & Batubara, T. R. (2022). Dampak Penggunaan QRIS Terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai Alat Transaksi. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 122–128.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478.
- 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.
- Wardani, L. P. A. K., & Masdiantini, P. R. (2022). Pengaruh Ekspektasi Kinerja,

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Vol 8 No 1 (2026) 672 – 687 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v8i1.11279

Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial Budaya, Motivasi Hedonis dan Nilai Harga Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (Qris). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 12(1), 254–263.