

Peran Persepsi Manfaat, Kemudahan, dan Kepercayaan Dalam Mempengaruhi Keinginan Menggunakan QRIS

Maria Y Aryati Wahyuningrum
Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma
yosephine@staff.gunadarma.ac.id

*Corresponding Author

Submit : 27 April 2025 | Diterima : 08 Mei 2025 | Terbit : 09 Mei 2025

ABSTRACT

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) is implemented by Bank Indonesia to make payment transactions simple, efficient, fast, and ethically healthy. Through the use of QR code standards, payment connectivity and interoperability are made possible by QRIS. The population in this study were people who had used QRIS services. The sample taken in this study was 105 respondents. The sampling technique used was primary data where data collection was obtained by distributing online questionnaires to the public. The test tool used was SPSS with several analysis techniques, namely validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression, F test, T test, dominant factor, and coefficient of determination (R²). The results of this study indicate that the perception of benefits, convenience, and trust have a partial effect on the interest in use. The perception of benefits, convenience, and trust have a simultaneous effect on the interest in using QRIS, and the most dominant variable on the interest in use is the trust variable.

Keywords: *Perceived Usefulness, Convenience, And Trust, Interest In Use*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi di masa globalisasi tren digital bertumbuh begitu kilat. Digitalisasi yang lagi tumbuh dikala ini ialah sistem pembayaran elektronik. Dengan terdapatnya Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran telah mengambil alih peranan uang tunai yang diketahui selaku perlengkapan pembayaran pada biasanya kedalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efisien serta efektif. Pembayaran dengan sistem transaksi non tunai yang diketahui dikala ini ialah uang elektronik. Pengertian uang elektronik untuk Peraturan Bank Indonesia No 11/ 12/ PBI/ 2009 ialah peralatan pembayaran yang diterbitkan atas bawah nilai uang yang disetor terlebih dulu kepada penerbit. Nilai uang ditaruh secara elektronik dalam sesuatu media server maupun chip, dan bisa dipindahkan buat kepentingan transaksi pembayaran.

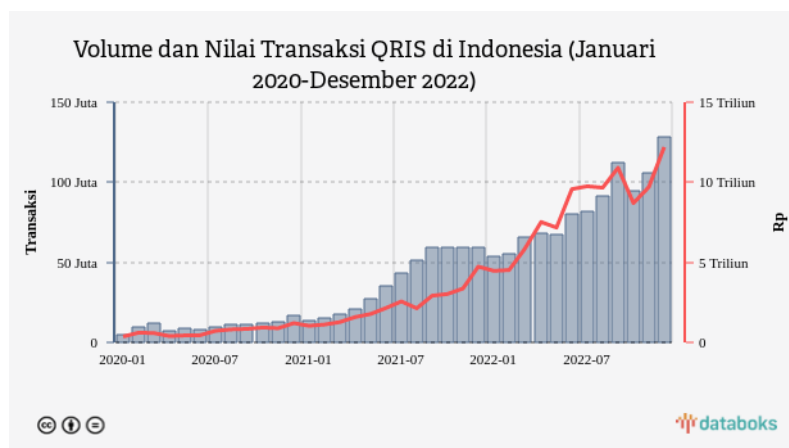
Pemakaian uang elektronik ini selaku perlengkapan pembayaran yang inovatif serta instant diharapkan bisa menolong kelancaran pembayaran kegiatan ekonomi semacam pembayaran retail, transportasi online, *E-Commerce*, pesan makan cepat saji online, tagihan- tagihan serta transaksi yang lain yang dicoba lewat suatu aplikasi. Berawal dari opsi pembayaran mengenakan kartu debit ataupun kredit di toko ataupun restoran, dikala ini lingkup transaksi non tunai pula terus jadi luas berkat kemunculan *e-commerce* di Indonesia. Kedatangan *E-Commerce* mendesak pertumbuhan *fintech* di Indonesia. Istilah ini yakni kependekan dari *financial technology*. Bagi *National Digital Reseach Centre* di Dublin *fintech* merupakan inovasi layanan keuangan. *Fintech* timbul bersamaan dengan perubahan style hidup warga yang menggemari hal- hal bertabiat kilat dan instan.

Bersamaan dengan fenomena digitalisasi yang diisyarati dengan urgensi literasi digital ataupun teknologi data, hingga bermacam zona pelayanan jasa keuangan terus menjadi ditantang buat mengalami pergantian tata metode dalam berbisnis ialah dari model konvensional ke digital. Pertumbuhan internet serta digital sudah mendesak transformasi dunia industry saat ini sebab terus menjadi banyak industry yang menerapkan *Fintech (Financial Technology)*. Masa digital dikala ini mewajibkan warga buat pintar dalam menggunakan kemudahan serta keefektifan dalam

bertransaksi. Dikala ini, timbul beberapa aplikasi layanan pembayaran digital yang membolehkan warga buat tetap melaksanakan transaksi finansial tanpa memakai uang tunai.

Uang elektronik menurut Peraturan Bank Indonesia adalah instrumen pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit dan nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip (Bank Indonesia, 2018). Melalui penggunaan dompet digital yang tersedia di smartphone, mahasiswa terbiasa dengan transaksi nontunai (Fadhil & Mayangsari, 2022). *Technology Acceptance Model (TAM)* mengetahui persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan adalah variabel kunci memengaruhi pengalaman user dan tingkat adopsi teknologi informasi (Davis, 2019). TAM termasuk perkembangandari *Theory of Reasoned Action* dan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991).

Quick Response Code Indonesian Standard diterapkan 1 Januari 2020 merupakan Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) membuat penggunaan kode QR untuk transaksi menjadi sederhana, efisien, cepat, dan sehat secara etis. Melalui penggunaan standar kode QR, konektivitas dan interoperabilitas pembayaran dimungkinkan oleh QRIS (Rahmawati & Murtanto, 2023). Terjadi pertumbuhan transaksi uang elektronik di tiap tahunnya. Hal tersebut menunjukkan minat penggunaan uang elektronik di masyarakat. Uang digital elektronik sangat berpotensi bahkan pemerintah mendukung revolusi sistem pembayaran elektronik untuk menggantikan uang tunai sebagai alat pembayaran salah satunya ialah QRIS (Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, 2021). Sejumlah elemen termasuk persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, informasi e-money, keamanan dan privasi, serta aksesibilitas dapat menentukan apakah seseorang akan menggunakan uang elektronik atau tidak (Sanofata, 2014).



Gambar 1. Penggunaan QRIS di Indonesia

Sumber: databoks.katadata.co.id/(2022)

Berdasarkan gambar 1, pertumbuhan QRIS di Indonesia sangat signifikan. Menurut data Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), pada bulan Desember 2022 ada sekitar 128 juta transaksi menggunakan QRIS di seluruh Indonesia, dengan nilai mencapai Rp12,2 triliun. Angka tersebut merupakan rekor tertinggi baru, baik dari segi volume maupun nominal transaksinya. Jika diakumulasikan, sepanjang tahun 2022 volume transaksi QRIS secara nasional mencapai 1 miliar transaksi, meningkat 117,59% dibanding 2021. Kemudian nilai total transaksi QRIS pada 2022 mencapai Rp99,98 triliun, tumbuh 261,81% dibanding tahun sebelumnya. Perihal tersebut yang mendasari industri perbankan berlomba-lomba meningkatkan layanan QRIS yang sangat inovatif. Hingga saat ini, pemakaian QRIS juga terus bertambah dengan terdapatnya kenaikan dari layanan itu sendiri. Hampir seluruh perbankan besar di Indonesia dikala ini mempunyai layanan QRIS.

Menurut Jogiyanto Hartono, (2019) persepsi manfaat adalah kepercayaan individu tentang penggunaan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Seseorang akan menggunakan sistem atau produk tertentu jika sistem teknologi atau produk tersebut memberikan manfaat bagi penggunaannya sedangkan apabila teknologinya tidak berguna atau kurang berguna maka teknologi tersebut tidak digunakan. Manfaat yang diperoleh pengguna sistem teknologi atau produk adalah kinerjanya semakin meningkat artinya semakin produktif dan efektif serta efisien dalam bekerja.

Produktifitasnya semakin meningkat artinya capaian yang diperoleh semakin banyak. Pengerjaan pekerjaan semakin efektif artinya pekerjaan diselesaikan sesuai dengan tujuannya. Efisiensi dalam menjalankan aktifitas artinya waktu pengerjaannya lebih cepat dan biayanya lebih hemat. Jadi persepsi manfaat merupakan keyakinan akan kemanfaatan teknologi. Menurut (Davis, 1989) ukuran persepsi manfaat adalah produktifitas, efektifitas, penting bagi pekerjaan dan manfaat secara keseluruhan.

Menurut Sun dan Zhang dalam (Wibowo, 2015), mengidentifikasi dimensi dari persepsi kemudahan yaitu, *ease to learn* (mudah untuk dipelajari), *ease to use* (mudah digunakan), *clear and understandable* (jelas dan mudah dimengerti), dan *become skillful* (menjadi terampil). Penelitian yang dilakukan oleh Saputro, Sukirno (2013) hal 5 dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking” terdapat pengaruh positif dan signifikan pada persepsi kemudahan minat menggunakan Internet Banking. Persepsi Kemudahan Penggunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Menurut (Davis, 2019) pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan, didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan Teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya.

Menurut Mahardika, A. And Basuki (2011), kepercayaan nasabah didefinisikan disini sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya. Menurut Mahardika, A. And Basuki (2011) mendefinisikan dimensi dari kepercayaan di bagi menjadi 4 yaitu, keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya.

STUDI LITERATUR

Persepsi Manfaat

Menurut Meyrilliana & Samsir (2020) Persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem tersebut bermanfaat maka dia akan menggunakannya. Persepsi manfaat Jogianto dalam Desita & Dewi (2022) mendefinisikan Persepsi manfaat sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana pengguna percaya bahwa menggunakan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Persepsi manfaat didefinisi sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Indikator persepsi manfaat menurut Andrina, A. A. A. P., Kurniadi, C. J., Kenang, I. H., & Christian (2022) adalah (1) Teknologi akan membuat aktivitas lebih mudah, (2) Kegunaan teknologi untuk beraktivitas, (3) Teknologi membuat aktivitas menjadi lebih cepat, (4) Aktivitas menjadi lebih efisien menggunakan teknologi.

Kemudahan

Menurut (Davis, 1989) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah tingkatan kepercayaan individu tentang kemudahan memahami teknologi. Persepsi penggunaan sistem teknologi merupakan proses pengambilan keputusan. Artinya apabila seseorang percaya bahwa sistem teknologi mudah digunakan, dipahami, dimengerti dan dipelajari serta jelas penggunaannya maka orang tersebut akan memutuskan untuk menggunakannya. Sebaliknya apabila hal-hal tersebut tidak terpenuhi maka orang tersebut tidak akan berminat untuk menggunakannya. Menurut (Davis, 2019) ada beberapa indikator kemudahan yaitu: 1) Mudah dipelajari; 2) Mudah dipahami; 3) Sempel; 4) Mudah pengoperasiannya.

Persepsi Kepercayaan

Menurut Nirawati, L., Pratiwi, A. D., Mutiahana, A., & Afida (2020), kepercayaan adalah keyakinan terhadap suatu produk yang ditawarkan serta bersedia menerima resiko yang diperoleh pembeli pada transaksi jual beli onlinestore. Menurut Ilmiah (2020), kepercayaan merupakan

keyakinan terhadap produk yang memiliki atribut dan mendapatkan manfaat dari atribut, dan juga keyakinan bahwa relasi pertukarannya akan memberikan apa yang diinginkan dan dapat diandalkan. Menurut Wong (2017) mengemukakan bahwa indikator kepercayaan ada tiga, yaitu: 1) Kesungguhan/Ketulusan (*Benevolence*); 2) Kemampuan (*Ability*); 3) Integritas (*Integrity*).

Minat Penggunaan

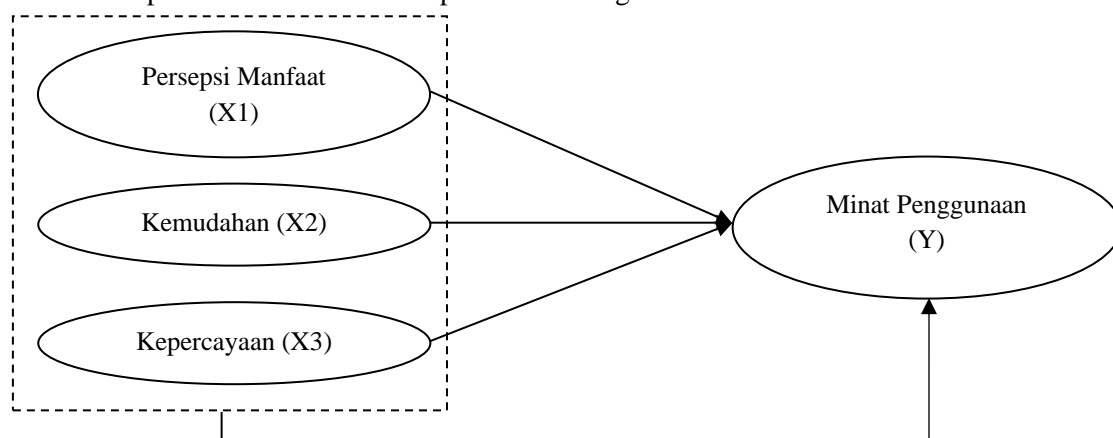
Menurut Keni et al. dalam Banani dan Selvi (2023) menyatakan bahwa minat menggunakan dapat dipahami sebagai kemungkinan seseorang untuk mempelajari, menggunakan, atau mengadaptasi teknologi tertentu dalam aktivitas sehari-hari. Abrilia (2020) menyatakan bahwa minat menggunakan merupakan keadaan yang dimana seseorang akan memperhatikan suatu kebutuhan dalam kegiatan yang akan dilakukan sehingga tidak akan memperhatikan proses selanjutnya yang akan dilakukan. Cahyo, Tresnati, dan Harahap (2022) menyatakan bahwa minat penggunaan merupakan rasa tertarik pada hal atau keinginan tertentu tanpa ada seseorang yang menyuruh untuk membuatnya tertarik. Abrilia (2020) menyatakan bahwa indikator yang dapat mengukur minat menggunakan dalam penelitian ini adalah 1) Berniat menggunakan; 2) Digunakan untuk masa depan; 3) Ketertarikan pada objek minat; 4) Cenderung selalu menggunakan.

Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., 2021) disimpulkan bahwa Secara simultan atau parsial daya tarik promosi, kemudahan penggunaan, dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Wahyu Prastiwi Umaningsih & Dewi Kusuma Wardani, 2020) disimpulkan bahwa persepsi kemudahan (X1) dan fitur layanan (X2) tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan e-money (Y), sedangkan keamanan (X3) berpengaruh positif terhadap niat menggunakan E-Money (Y). Penelitian yang dilakukan oleh (Prasetya & Putra, 2020) disimpulkan bahwa persepsi kemudahan (X1) dan manfaat (X2) secara parsial berpengaruh signifikan dan arahnya positif sedangkan risiko (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan dan negatif. Penelitian yang dilakukan oleh (Nurul Haqiqi et al., 2020) disimpulkan bahwa Persepsi Manfaat (X1) dan Kemudahan Penggunaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y).

Model Penelitian

Model penelitian menggambarkan hubungan variabel independen, dalam penelitian ini adalah Persepsi Manfaat (X1), Kemudahan (X2) dan Kepercayaan (X3) terhadap variabel dependen yaitu Minat Penggunaan (Y). Berdasarkan kajian teori yang telah diuraikan dan pemetaan jurnal-jurnal terkait dapat dibuat sebuah model penelitian sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan gambar 2, kerangka konseptual penelitian diatas hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H1: Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan QRIS.

H2: Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan QRIS

H3: Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan QRIS.

H4: Persepsi manfaat, kemudahan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan QRIS.

METODE

Subjek penelitian adalah pihak yang dijadikan sampel dalam penelitian. Adapun subjek dalam penelitian ini merupakan masyarakat yang menggunakan QRIS di Kota Bekasi. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang dikuantitatifkan. Penelitian ini menggunakan data primer yang merupakan data yang diperoleh langsung dari objeknya. Data penelitian ini diperoleh dari hasil pengisian kuesioner yang dibagikan secara online kepada 105 responden yaitu masyarakat kota Bekasi yang menggunakan QRIS. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2022).

Menurut (Sugiyono, 2022) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek / subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan QRIS di Kota Bekasi. Menurut (Sugiyono, 2022) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini jumlah populasi sulit untuk diketahui secara pasti, maka penetapan jumlah sampel akan ditentukan menggunakan rumus (Lameshow, S., & Hosmer, 2021):

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = 1,96 (tingkat kepercayaan ditentukan 95%)

d = alpha/error sampling 10% (0,1)

P = Proposi populasi tidak diketahui, dengan maksimal estimasi 0,5

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel yang dapat diambil adalah :

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,01^2}$$
$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan diatas maka jumlah sampel yang perlu diteliti minimal 97, sampel penelitian ini menggunakan 105 responden

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, sedangkan untuk penentuan pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2022), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan adalah masyarakat Kota Bekasi yang menggunakan QRIS.

Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuesioner *online* melalui google formulir. Kuesioner adalah daftar pernyataan yang diberikan kepada responden yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Adapun uji alat yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Selanjutnya, melakukan Uji Asumsi Klasik, Uji asumsi klasik terdiri atas; uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas. Selanjutnya uji analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan melakukan uji parsial (uji t), uji simultan (uji f) dan uji koefisien determinasi (R^2).

HASIL

Uji Instrumen Penelitian Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid, jika pernyataan pada kuesioner tersebut layak untuk diikuti sertakan dalam uji reliabilitas berikutnya. Jika r hitung $>$ r tabel maka instrumen tersebut dinyatakan valid. Jika r hitung $<$ r tabel maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R hitung		R tabel	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	Pernyataan 1	0,809	>	0,361	VALID
	Pernyataan 2	0,708	>	0,361	VALID
	Pernyataan 3	0,637	>	0,361	VALID
	Pernyataan 4	0,670	>	0,361	VALID
	Pernyataan 5	0,487	>	0,361	VALID
	Pernyataan 6	0,569	>	0,361	VALID
Kemudahan (X2)	Pernyataan 1	0,573	>	0,361	VALID
	Pernyataan 2	0,533	>	0,361	VALID
	Pernyataan 3	0,657	>	0,361	VALID
	Pernyataan 4	0,710	>	0,361	VALID
	Pernyataan 5	0,547	>	0,361	VALID
	Pernyataan 6	0,571	>	0,361	VALID
Kepercayaan (X3)	Pernyataan 1	0,765	>	0,361	VALID
	Pernyataan 2	0,835	>	0,361	VALID
	Pernyataan 3	0,770	>	0,361	VALID
	Pernyataan 4	0,743	>	0,361	VALID
Minat Penggunaan (Y)	Pernyataan 1	0,750	>	0,361	VALID
	Pernyataan 2	0,658	>	0,361	VALID
	Pernyataan 3	0,663	>	0,361	VALID
	Pernyataan 4	0,667	>	0,361	VALID
	Pernyataan 5	0,592	>	0,361	VALID

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa semua variabel bebas yaitu persepsi manfaat (X1), kemudahan (X2), kepercayaan (X3) dan variabel terikat yaitu minat penggunaan (Y) memiliki r -hitung lebih dari r -tabel yaitu 0,361. Maka data pernyataan dari kuesioner penelitian ini dapat dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Pengukuran uji reliabilitas ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Persepsi Manfaat (X1)	0,708
Kemudahan (X2)	0,641
Kepercayaan (X3)	0,783
Minat Penggunaan (Y)	0,679

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa nilai Alpha Cronbach dari masing – masing variabel memiliki nilai > 0,6. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Alpha Cronbach > 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini hasilnya reliabel.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak uji normalitas diperlukan untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot. Uji statistik dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* mempunyai tingkatan signifikan 5% atau 0,05.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.09908384
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.049
	Negative	-.064
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan hasil dari tabel 3, diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,200 yang berarti Angka signifikan (Sig) > $\alpha = 0,05$ maka, $0,200 > 0,05$. Dengan demikian, berdasarkan uji normalitas yang dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* tersebut menunjukkan hasil bahwa distribusi data penelitian ini adalah normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau variabel bebas. Pengujian dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* pada model regresi. Kriteria pengambilan keputusan terkait uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai VIF < 10 atau nilai Tolerance > 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
 2. Jika nilai VIF > 10 atau nilai Tolerance < 0,1, maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.
- Maka dinyatakan terjadi multikolinearitas dibawah ini adalah tabel hasil uji multikolinearitas:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance
1(Constant)	2.214	1.281		1.729	.087	
X1	.196	.072	.238	2.704	.008	.409
X2	.180	.060	.243	3.013	.003	.486
X3	.544	.093	.455	5.813	.000	.517

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa hasil uji multikolinearitas pada variabel harga, kualitas produk, dan promosi memiliki nilai tolerance sebesar 0,409, 0,486, dan 0,517.

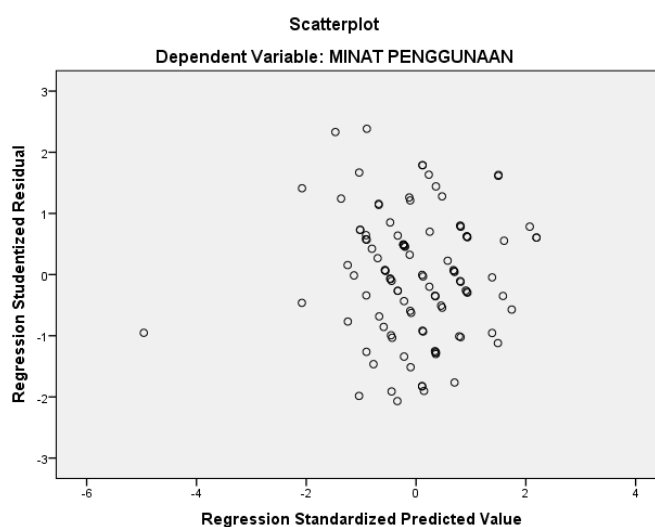
Sedangkan untuk nilai VIF memiliki sebesar 2,444, 2,056, dan 1,935. Dari hasil perhitungan masing – masing variabel dapat diketahui bahwa nilai tolerance >0,1 dan nilai VIF <10. Maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian tersebut bebas dari asumsi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui ketidaksamaan varian dari satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi (Ghozali, 2018). Dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

1. Jika terdapat titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur seperti • bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka terjadi heteroskedastisitas
2. Jika terdapat titik-titik menyebar diatas dan dibawah nol pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

Berikut Gambar 3. dibawah ini menunjukkan hasil perhitungan Uji Heterokedastisitas :



Gambar 3. Hasil analisis Grafik Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan pada Gambar 3 analisis grafik Uji Heteroskedastisitas diatas, terlihat titik tersebut tidak mementuk pola yang jelas dan menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan sumbu Y. Maka, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mempengaruhi besarnya pengaruh harga, kualitas produk secara bersama–sama. Apakah masing–masing variabel berhubungan positif atau negatif. Dengan menggunakan SPSS Versi 23 ini menunjukkan hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardize Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	2.214	1.281		1.729	.087
Persepsi Manfaat	.196	.072	.238	2.704	.008
Kemudahan	.180	.060	.243	3.013	.003
Kepercayaan	.544	.093	.455	5.813	.000

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan Tabel 5, maka dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,214 + 0,196X_1 + 0,180X_2 + 0,544X_3 + \varepsilon$$

Dari persamaan diatas dapat diketahui bahwa:

1. Nilai konstanta (a) = 2,214 menyatakan bahwa nilai konstanta bernilai positif artinya jika semua variabel persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan tidak ada atau bernilai 0 (nol), maka minat penggunaan QRIS bernilai sebesar 2,214.
2. Nilai Koefisien regresi variabel persepsi manfaat terhadap minat penggunaan yaitu sebesar 0,196 dengan koefisien positif. Menunjukkan jika variabel persepsi manfaat meningkat satu satuan maka minat penggunaan QRIS akan mengalami peningkatan sebesar 0,196 dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.
3. Nilai Koefisien regresi variabel kemudahan terhadap minat penggunaan yaitu sebesar 0,180 dengan koefisien positif. Menunjukkan jika variabel kemudahan meningkat satu satuan maka minat penggunaan QRIS akan mengalami peningkatan sebesar 0,180 dengan asumsi variabel bebas lain tetap.
4. Nilai Koefisien regresi variabel kepercayaan terhadap minat penggunaan yaitu sebesar 0,544 dengan koefisien positif. Menunjukkan jika variabel kepercayaan meningkat satu satuan maka minat penggunaan QRIS akan mengalami peningkatan sebesar 0,544 dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk membuktikan pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan secara individual (uji t) dengan asumsi bahwa variabel yang lain tetap atau konstan. Sebelum melakukan uji t terlebih dahulu tentukan t tabel dengan *Degree of Freedom* ($df = n - k - 6$) maka $(105 - 4 = 101)$ n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen dan variabel dependen, maka di ketahui t tabel di dapat yaitu 1,983.

Tabel 6. Hasil Uji t (Parsial)

Model	Coefficients ^a		Beta	t	Sig.
	Unstandardize Coefficients	Standardized Coefficients			
	B	Std. Error			
1(Constant)	2.214	1.281		1.729	.087
Persepsi Manfaat	.196	.072	.238	2.704	.008
Kemudahan	.180	.060	.243	3.013	.003
Kepercayaan	.544	.093	.455	5.813	.000

a. Dependent Variable: Abs_RES

Tabel 6. diatas didapatkan hasil Uji t sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan.

Hasil pengujian pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan diperoleh Nilai t hitung sebesar 2.704 > dari t tabel 1.983. Dengan signifikan sebesar 0.008 < 0.05. Hal tersebut menunjukkan H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap Minat Penggunaan.

2. Uji Hipotesis Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan.

Hasil pengujian pengaruh Kemudahan terhadap Minat Penggunaan diperoleh Nilai t hitung sebesar 3.013 > dari t tabel 1.983. Dengan signifikan sebesar 0.003 < 0.05. Hal tersebut menunjukkan H0 ditolak dan H2 diterima. Artinya Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan.

3. Uji Hipotesis Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan.

Hasil pengujian pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan diperoleh Nilai t hitung sebesar 5.813 > dari t tabel 1.983. Dengan signifikan sebesar 0.000 < 0.05. Hal tersebut menunjukkan H0 ditolak dan H3 diterima. Artinya Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan.

Uji F (Simultan)

Hasil Perhitungan Uji F pada Penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	267.284	3	89.095	71.627	.000 ^b
	Residual	125.630	101	1.244		
	Total	392.914	104			

a. Dependent Variable: Abs_RES
 b. Predictors: (Constant), Inovasi_Produk, Kualitas_Layanan

Berdasarkan hasil dari tabel 7. diatas, dapat dilihat nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $71,627 > 2,69$ menunjukkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel Persepsi Manfaat (X1), Kemudahan (X2), dan Kepercayaan (X3) secara bersama – sama berpengaruh terhadap Minat Penggunaan (Y) pada QRIS.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah koefisien yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y). Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu Persepsi Manfaat (X1), Kemudahan (X2), dan Kepercayaan (X3), secara serentak terhadap variabel dependen yaitu Minat Penggunaan (Y). Semakin tinggi nilai R^2 (R square) maka semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikatnya dan berikut dibawah ini hasil pengolahan data koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.680	.671	1.11529

- a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT
 b. Dependent Variable: MINAT PENGGUNAAN

Pada tabel 8 diatas diperoleh hasil perhitungan Adjusted R Square (R^2) sebesar 0,671 atau 67,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 67,1%. Sedangkan sisanya 32,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1) Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS. Hal ini didukung melalui distribusi jawaban dari kuesioner yang telah diisi oleh responden untuk variabel persepsi manfaat banyak responden yang merasa persepsi manfaat menjadi pertimbangan terhadap minat penggunaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Wibowo, 2015) dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan dengan hasil penelitian variabel persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.

2) Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Penggunaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS. Hal ini didukung melalui distribusi jawaban dari kuesioner yang telah diisi oleh responden untuk variabel kemudahan banyak responden yang setuju bahwa QRIS memiliki pengaruh kemudahan yang baik. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang

dilakukan oleh Prasetya, Putra (2020), dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Risiko Pada Minat Penggunaan E-Money Di Surabaya” dengan hasil penelitian variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.

3) Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS. Hal ini didukung melalui distribusi jawaban dari kuesioner yang telah diisi oleh responden untuk variabel kepercayaan banyak responden yang setuju bahwa QRIS memiliki pengaruh kepercayaan yang baik dan dapat diandalkan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurdiansyah, Pratiwi, Kaunaini (2022), dengan judul “Literature Review Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kepuasan Terhadap E-Commerce” dengan hasil penelitian variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis mengenai pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan QRIS, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut: 1) Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS; 2) Kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS; 3) Kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS; 4) Persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS. Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperdalam pemahaman mengenai faktor-faktor lain yang memengaruhi minat penggunaan QRIS, seperti faktor sosial, inovasi teknologi, atau promosi, serta melakukan analisis komparatif antar kelompok pengguna yang berbeda.

REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(02), 179–211. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Andrina, A. A. A. P., Kurniadi, C. J., Kenang, I. H., & Christian, T. F. (2022). *The role of technology acceptance model factors on purchase intention in e-commerce*. <http://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/6022>
- Bank Indonesia. (2018). *Peraturan Bank Indonesia Tentang Uang Elektronik*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D. (2019). *Human Behavior At Work: Organizational Behavior*. New York: McGraw Hill International.
- Desita, W., & Dewi, G. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(1), 115–124.
- Fadhil, M., & Mayangsari, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Dan Cashless Society Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi Di Universitas Trisakti. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1251–1260. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14695>
- Jogiyanto Hartono, M. (2019). *Strategi Penelitian Bisnis*. ANDI.
- Lameshow, S., & Hosmer, K. (2021). *Lwanga. Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*.
- Mahardika, A. And Basuki, R. (2011). Factor Determining Acceptance Level Of Internet Banking Implementation. *Journal Of Economics, Business, And Accountancy*.
- Meyrilliana, P., & Samsir, & A. K. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan kepercayaan terhadap kepuasan dan niat menggunakan kembali aplikasi ovo pada mahasiswa pascasarjana universitas riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, XII(1), 151–170. <https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/download/7857/6788>
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS)

- pada mahasiswa. *Ikraith-Ekonomika*, 4(1), 1–9.
- Nirawati, L., Pratiwi, A. D., Mutiahana, A., & Afida, E. A. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Pengalaman Pelanggan (Customer Experience) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(09), 624–631.
- Nurul Haqiqi, Untung Lasiyono, & Tri Ari Prabowo. (2020). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Di Kelurahan Tanjung Sari, Kecamatan Taman Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 317–328. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3000>
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 151–158. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i2.1340>
- Putri, C. S. P., Handayani, J., & Agustinus, T. M. (2021). Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Semarang. *Keunis*, 9(2), 173. <https://doi.org/10.32497/keunis.v9i2.2856>
- Rahmawati, A., & Murtanto. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Uang Elektronik (Qris) Pada Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1247–1256. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16032>
- Sanofata. (2014). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENSI PENGGUNAAN ELECTRONIC MONEY. *Doctoral Dissertation, Universitas Gadjah Mada*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Wahyu Pratiwi Umaningsih, & Dewi Kusuma Wardani. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 21, 113–119. <https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>
- Wibowo, S. F. (2015). (*Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta*). 440–456. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/JRMSI.006.1.06>