

## MODEL PERILAKU PENGGUNA APLIKASI QRIS DAN HUBUNGANNYA TERHADAP IMPULSIVE BUYING

Oleh:

<sup>1</sup>Akhwanul Akhmal, <sup>2</sup>Metya Lutviani

<sup>1,2</sup> Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I Jakarta  
Jl. Kramat Raya No.7-9 4, RT.4/RW.2, Kramat, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat,  
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

e-mail :akhwanul@gmail.com<sup>1</sup>, nurqolinmetya@gmail.com<sup>2</sup>

---

### ABSTRACT

*This type of research is quantitative research that assesses the QRIS user behavior model and its relationship with Impulsive Buying. Research was conducted on people who use QRIS in carrying out online and offline transactions. This research uses the UTAUT approach. This research also supports IKU 1 Polytechnic LP3I Jakarta, namely the work readiness of graduates because of. In this study there are 4 independent variables (X) and 2 dependent variables (Y), namely, performance expectancy (X1), effort expectancy (X2), social influence (X3), facilitating conditions (X4), behavioral intention (Y1), Impulsive Buying (Y2) Respondents in this study were LP3I Jakarta polytechnic students who belonged to generation Z with a birth year range of 2002-2006 who used QRIS as many as 100 people. For more accurate results, respondents taken were those who had used QRIS >5x. The results of hypothesis testing in this research prove that performance expectancy has a significant positive effect on user behavior intention. This means that performance expectancy influences behavioral intention that the use of QRIS digital payments is very fast and efficient. Hypothesis testing in this research proves that effort expectancy has a significant positive effect on user behavior intention. This means that effort expectancy influences behavior intention so that those using QRIS digital payments can learn and become more skilled in using the new information system*

**Keywords:** *User Behavior Model, Impulsive Buying*

---

### ABSTRAK

Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif yang menilai model perilaku pengguna QRIS dan hubungannya dengan Impulsive Buying. Penelitian dilakukan pada masyarakat pengguna QRIS dalam melakukan transaksi online maupun Offline. Penelitian ini menggunakan pendekatan UTAUT. Pada penelitian ini terdapat 4 variabel independen (X) dan 2 variabel dependen (Y) yakni, performance expectancy (X1), effort expectancy (X2), social influence (X3), facilitating conditions (X4), behavioral intention (Y1), Impulsive Buying (Y2) Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa politeknik LP3I Jakarta yang termasuk dalam generasi Z dengan rentang tahun kelahiran 2002-2006 yang menggunakan QRIS sebanyak 100 orang. Untuk hasil yang lebih akurat maka responden yang diambil adalah yang telah menggunakan QRIS >5x. Adapun hasil Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *performance expectancy* atau ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan positif terhadap behavior intention atau niat pengguna. Hal ini berarti performanace expectancy mempengaruhi behavior intention bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS sangat cepat dan efisien. Pengujian hipotesis pada penelitian ini

membuktikan bahwa effort expectancy atau ekspektasi usaha berpengaruh signifikan positif terhadap behavior intention atau niat pengguna. Hal ini berarti effort expectancy mempengaruhi behavior intention bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS dapat belajar dan lebih terampil dalam menggunakan sistem informasi yang baru.

**Kata Kunci:** Model Perilaku Pengguna, Impulsive Buying

---

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pemerintah Republik Indonesia bersama Bank Indonesia sejak 14 Agustus 2014 telah mengencangkan program yaitu Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia terhadap penggunaan alat pembayaran non tunai (1). Pencanangan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dimaksudkan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat umum, pelaku bisnis dan instansi pemerintah agar menggunakan fasilitas pembayaran non-tunai dalam melakukan transaksi keuangan. Peningkatan penggunaan instrumen non tunai akan menciptakan budaya less cash society/LSC yang dapat dimaknai dengan berkurangnya penggunaan transaksi secara tunai (2). Cashless society merupakan revolusi financial technology (fintech) yang sejalan dengan Revolusi Industri Keempat yang mengacu pada masyarakat yang melakukan transaksi pembayaran secara digital atau menggunakan gadget elektronik. Berbeda dengan negara-negara Barat, adopsi pembayaran digital di negara-negara di Asia lambat (3). QRIS merupakan salah satu metode pembayaran dengan metode Quick Response Indonesia Standard (QRIS). yang digunakan oleh aplikasi uang elektronik berbasis server, dompet elektronik atau mobile banking. QRIS berpotensi memperluas penerimaan pembayaran nontunai nasional secara lebih efisien (4). Inovasi-inovasi yang berkembang terhadap digital payment merubah gaya hidup masyarakat terlebih lagi penggunaan QRIS telah banyak dipromosikan oleh selebriti digital sehingga meningkatkan perilaku impulsive buying pengguna. menurut penelitian, 41% pelanggan Generasi Z adalah pembelanja impulsive, diikuti oleh 34% generasi Milenial dan 32% Generasi X (4) oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait model perilaku penggunaan aplikasi QRIS dan hubungannya terhadap perilaku impulsive buying pada mahasiswa Politeknik LP3I Jakarta. (5) Sedangkan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (6) Berdasarkan survei PwC (Pricewaterhouse Coppers) berkaitan dengan Global Consumer Insight memberikan gambaran betapa sistem pembayaran digital berubah menjadi tren atau yang biasa disebut dengan cashless society. Hasil survey mencatat 47% responden di Indonesia saat ini menggunakan digital payment. Presentasi ini jauh lebih tinggi daripada tahun 2018 yaitu 38% (7). Perubahan gaya hidup ini kepada penggunaan QRIS karena adanya penawaran-penawaran yang menarik jika menggunakan pembayaran menggunakan QRIS seperti potongan harga dan penawaran promo menarik lainnya. Namun jika pemerintah ingin seluruh Masyarakat Indonesia menggunakan QRIS dalam jangka Panjang maka pemerintah harus menjamin bahwa penggunaan QRIS aman, dapat dipercaya dan bermanfaat (8) Tentunya hal ini akan menimbulkan Impulsive Buying. Impulsive Buying merupakan pembelian tidak rasional dan diasosiasikan dengan pembelian yang cepat dan tidak direncanakan, diikuti oleh adanya konflik fikiran dan dorongan emosional. Kegiatan impulsive buying ini banyak dilakukan oleh generasi Z karena generasi Z lebih peka terhadap perkembangan teknologi dan informasi.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana model perilaku penggunaan aplikasi QRIS dan impulsive buying pada generasi Z.

### **Rumusan Masalah**

Rumusan Permasalahan penelitian ini yaitu Model Perilaku Pengguna Aplikasi QRIS dan Impulsive Buying pada generasi Z

### **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini tentu berdampak pada sebuah model perilaku pengguna yang bisa memitigasi *impulsive buying* sehingga model perilaku ini dapat menjadi rekomendasi untuk OJK dalam melakukan penelitian lanjutan terkait tingkat pembelian masyarakat khususnya Generasi Z

## **TINJAUAN PUSTAKA**

QRIS merupakan salah satu metode pembayaran dengan metode *Quick Response Indonesia Standard* (QRIS). yang digunakan oleh aplikasi uang elektronik berbasis server, dompet elektronik atau mobile banking. QRIS berpotensi memperluas penerimaan pembayaran nontunai nasional secara lebih efisien (Lina, 2022). QRIS merupakan standar kode QR untuk pembayaran digital melalui aplikasi uang elektroik berbasis server, dompet elektronik, atau mobile banking. Tujuan adanya QRIS ini agar pembayaran digital menjadi lebih mudah bagi masyarakat dan dapat diawasi oleh regulator satu pintu karena telah berstandar. Jenis pembayaran menggunakan QRIS yaitu *Merchant Presented Mode* (MPM) Statis, *Merchant Presented Mode* (MPM) Dinamis, dan *Customer Presented Mode* (CPM) (Khaterine, 2021).

*Perseived usefulness* merupakan salah satu variabel yang dapat meningkatkan continuance intention. Percived usefulness berpengaruh positif untuk meningkatkan customer continuance intention hal ini dibuktikan oleh penelitian sebelumnya yang meneliti factor apa yang menghantarkan konsumen untuk melakukan transaksi pada e-banking dan e-shopping (Bangkara, 2016) *Perceived usefulness* merupakan factor yang mempunyai dampak yang luas bagi keberlangsungan suatu layanan yang dapat dikemas sedemikian rupa sehingga layanan yang ditawarkan memiliki nilai yang lebih tinggi bagi penggunaannya dan dapat membuat penggunaannya menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan sebuah model yang digunakan untuk menganalisis, menjelaskan serta memperkirakan faktor - faktor yang mempengaruhi penerimaan sistem informasi oleh pengguna (Davis, 1993).

Rasulika (2017) mendefinisikan impulse buying sebagai pengalaman yang sangat kuat dan mendesak konsumen untuk membeli dengan segera serta memungkinkan munculnya konflik emosional dan pengabaian akibat negatif. Pendapat yang sama dikemukakan oleh Verplanken & Herabadi (2003) yang menyatakan bahwa impulse buying adalah pembelian tidak rasional dan diasosiasikan dengan pembelian yang cepat dan tidak direncanakan, diikuti oleh adanya konflik fikiran dan dorongan emosional. Hal serupa dikemukakan oleh Ma'rif (2006) yang mendefinisikan impulse buying adalah proses pembelian yang dilakukan secara spontan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif yang menilai model perilaku pengguna QRIS dan hubungannya dengan Impulsive Buying. Penelitian dilakukan pada masyarakat pengguna QRIS dalam melakukan transaksi online maupun Offline. Penelitian ini menggunakan pendekatan UTAUT. Pada penelitian ini terdapat 4 variabel independen (X) dan 2 variabel dependen (Y) yakni, performance expectancy (X1), effort expectancy (X2), social influence (X3), facilitating conditions (X4), behavioral intention (Y1), Impulsive Buying (Y2). Performance expectancy (ekspektasi kinerja) adalah sejauh mana individu mempercayai bahwa dengan menggunakan suatu sistem akan membantu dia untuk memperoleh keuntungan dalam pekerjaan tertentu. Adapun indikator dalam variabel ini antara lain, perceived usefulness, extrinsic motivation, job fit, relative advantage, dan outcome expectations. Effort expectancy (ekspektasi usaha) adalah sejauh mana kemudahan yang berhubungan dengan penggunaan sistem. Variabel ini terdiri dari dua indikator yakni, perceived easy of use, dan easy of use. Social influence (pengaruh sosial) adalah tingkat dimana seseorang menganggap orang lain meyakinkan dirinya bahwa dirinya seharusnya menggunakan suatu sistem baru. Social influence terdiri dari dua indikator yaitu, subjective norm, dan social factors. Facilitating conditions (kondisi fasilitas) yang merupakan sejauh mana seorang individu percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis yang ada mampu mendukung penggunaan suatu sistem.

Adapun indikator dalam variabel ini adalah *perceived behavioral control*, dan *compatibility*. Behavioral intention (minat perilaku) sebagai suatu kondisi yang mana konsumen memiliki keinginan atau bersikap loyal pada produk, brand dan suatu perusahaan yang kemudian secara sukarela menceritakan kelebihanannya kepada orang lain. Indikator dari behavioral intention adalah mengenai niat perilaku untuk menggunakan (*behavioral intention to adopt*) mengenai niat perilaku untuk merekomendasikan (*behavioral intention to recommend*). *Use behavior* (perilaku pengguna) adalah intensitas atau frekuensi pengguna dalam menggunakan teknologi informasi sehingga memunculkan sikap impulsive buying. Model perilaku pengguna QRIS ini akan dicari hubungannya dengan Impulsive Buying yang merupakan pembelian tidak rasional dan diasosiasikan dengan pembelian yang cepat dan tidak direncanakan, diikuti oleh adanya konflik pikiran dan dorongan emosional. Dampak negatif atau konsekuensi dari impulsive buying diantaranya adalah pembengkakan pengeluaran, rasa penyelesaian yang dikaitkan dengan masalah keuangan, hasrat belanja telah memanjakan rencana (non-keuangan) dan rasa kecewa dengan membeli produk berlebihan.

Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa politeknik LP3I Jakarta yang termasuk dalam generasi Z dengan rentang tahun kelahiran 2002-2006 yang menggunakan QRIS sebanyak 100 orang. Untuk hasil yang lebih akurat maka responden yang diambil adalah yang telah menggunakan QRIS >5x.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian berikut ini, para responden yang digunakan yaitu para pengguna pembayaran pada Mahasiswa Politeknik LP3I Jakarta. Data yang telah berhasil dikumpulkan merupakan kuesioner *online* yang disebar dalam bentuk *google form*. Adapun hasil analisisnya disajikan sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	p
Kuesioner yang disebar	295	100%
Kuesioner yang kembali	295	100%
Kuesioner yang memenuhi syarat	295	100%

Sumber: Data yang dioleh, 2024

Pada hasil data diatas pada Tabel 1 dapat disimpulkan dari hasil pengumpulan data sebanyak 295 kuesioner yang disebar kepada responden, dari 295 kuesioner yang disebar, 295 kuesioner yang kembali dan 295 kuesioner memenuhi syarat penelitian. Maka, Data yang akan diolah dan dianalisis dalam penelitian ini sebanyak 295 kuesioner.

### Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang telah terkumpul didalam penelitian ini dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, kelompok usia, dan uang saku per bulan.

Tabel 2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah	Presentase
Laki-laki	108	36,7%
Perempuan	187	63,3%
<b>Total</b>	<b>295</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data yang diolah, 2023

Pada hasil data diatas Tabel 2 menunjukkan hasil klasifikasi responden yang diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin. Dapat disimpulkan bahwa dari 295 responden, 108 adalah laki-laki dengan persentase 36,7% dan 187 adalah perempuan dengan persentase 63,3%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini adalah perempuan.

Tabel 3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Kelompok Usia

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kurang dari 20 tahun	103	35%
21 s/d 25 tahun	192	65%
<b>Total</b>	<b>295</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data yang diolah, 2023

Pada hasil data diatas Tabel 3 menunjukkan hasil klasifikasi responden yang diklasifikasikan berdasarkan kelompok usia. Dapat disimpulkan bahwa dari 295 responden, 103 responden yaitu berumur kurang dari 20 tahun dengan presentase 35% dan 192 responden berumur 21 s/d 25 tahun dengan presentase 65%, Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar responden yaitu berumur 21 s/d 25 tahun.

Tabel 4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku per bulan

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kurang dari Rp. 1.000.000	132	44,7%
Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000	163	55,3%
<b>Total</b>	<b>265</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data yang diolah, 2023

Pada hasil data diatas Tabel 4 menunjukkan hasil klasifikasi responden yang diklasifikasikan berdasarkan uang saku per bulan. Dapat disimpulkan bahwa dari 295 responden, 132 responden memiliki pendapatan kurang dari Rp. 1.000.000, 163 responden memiliki pendapatan sebesar Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dari klasifikasi pendapatan atau uang saku per bulan yaitu sebesar Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000.

### Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif yaitu menjelaskan mengenai deskriptif dari penilaian responden terhadap variabel penelitian yang terdiri dari *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *perceived usefulness*, *perceived enjoyment*, *continuance intention*, *trust*, *data security and privacy*, *behavior intention*, *use behavior*, dan *customer satisfaction* pada penggunaan pembayaran digital QRIS Pada Mahasiswa Politeknik LP3I Jakarta. Pada penelitian ini dilakukan terhadap 295 responden pada para pengguna pembayaran digital QRIS. Skala penilaian terhadap variabel penelitian ini yaitu diukur dengan skor 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (agak tidak setuju), 4 (agak setuju), 5 (Setuju), 6 (sangatsetuju).

Berikut ini deskripsi penelitian responden pada masing-masing item variabel penelitian yang telah diperoleh pada perhitungan interval sebagai berikut:

Skor penilaian terendah adalah: 1

Skor penilaian tertinggi adalah: 6

Interval =  $(6-1) / 6 = 0,83$

Maka diperoleh batasan persepsi adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Interval Penilaian

Interval	Kategori
1,00 – 1,83	Sangat Tidak Setuju
1,84 – 2,66	Tidak setuju
2,67 – 3,49	Agak tidak setuju
3,50 – 4,32	Agak setuju
4,33 – 5,15	Setuju
5,16 – 6,00	Sangat Setuju

Hasil yang diperoleh dari analisis deskriptif variabel penelitian dapat diajukan pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Analisa Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
<i>Performance Expectancy</i>	295	9	18	5,40	1,48
<i>Effort Expectacy</i>	295	9	18	5,38	1,48
<i>Social Influence</i>	295	6	18	5,28	1,90
<i>Facilitating Condition</i>	295	9	18	5,42	1,40
<i>Perceived Usefulness</i>	295	9	18	5,49	1,37
<i>Perceived Enjoyment</i>	295	6	18	5,39	1,75
<i>Continuance intention</i>	295	5	18	5,31	1,79
<i>Trust</i>	295	9	18	5,29	1,65
<i>Data Security and Privacy</i>	295	9	18	5,23	1,87
<i>Behavior Intention</i>	295	7	18	5,34	1,70
<i>Use Behavior</i>	295	6	18	5,27	1,83
<i>Customer Satisfaction</i>	295	6	18	5,35	1,76

Sumber: Data yang diloah, 2023

### Hasil Outer Model (Uji Model Pengukuran)

Pada penelitian ini dalam pengujiannya menggunakan *SmartPLS 3*. Ada 2 tahap yang digunakan dalam menganalisis yaitu *outer model* atau uji model pengukuran dan *inner model* atau uji model struktural (Ghozali, 2014).

### Uji Validitas

Uji validitas yaitu uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alatukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner (Syamsuryadin & Wahyuniati, 2017). Pada penelitian ini dalam pengukuran validitasnya berfokus pada validitas konvergen dan validitas diskriminan.

#### 1) Uji Convergent Validity

Pada penelitian ini pada uji validitas konvergen yaitu menggunakan nilai *outer loading* pada setiap pertanyaan yang ada pada variabel penelitian. Pengujian ini melihat korelasi yang tinggi antara nilai kontruk dan indikator. Jika indikator kontruk dapat dikatan valid, apabila memiliki *outer loading* diatas 0,70 dan nilai AVE yaitu diatas 0,50, akan tetapi, jika nilai *outer loading* bernilai 0,60 hingga 0,70 maka akan tetap dianggap dan diterima (Ghozali, 2016). Hasil pengecekan validitas konvergen disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Initial *Item Loadings* dan AVE

Variabel	Item Pertanyaan	Outer Loading	AVE
Performance Expectancy	PX1	0,714	0,561
	PX2	0,852	
	PX3	0,669	
Effort Expectancy	EE1	0,736	0,575
	EE2	0,797	
	EE3	0,739	
Social Influence	SI1	0,840	0,617
	SI2	0,737	
	SI3	0,776	
Facilitating Condition	FC1		0,722
	FC2	0,841	
	FC3	0,859	
Perceived Usefulness	PU1	0,751	0,624
	PU2	0,793	
	PU3	0,825	
Perceived Enjoyment	PN1	0,832	0,699
	PN2	0,874	
	PN3	0,801	
Continuance Intention	CI1	0,860	0,682
	CI2	0,881	
	CI3	0,727	
Trust	TR1	0,737	0,624
	TR2	0,835	
	TR3	0,794	
Data Security and Privacy	DS1	0,838	0,675
	DS2	0,859	
	DS3	0,765	
Behavior Intention	BI1	0,808	0,643
	BI2	0,836	
	BI3	0,760	
Use Behavior	UB1	0,804	0,691
	UB2	0,857	
	UB3	0,832	
Customer Satisfaction	CS1	0,825	0,698
	CS2	0,851	
	CS3	0,831	

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan SmartPLS

Dari hasil data pada Tabel 7 terlihat bahwa nilai *outer loading* semua indikator konstruk diatas 0,60, dan nilai AVE juga diatas 0,50. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua indikator konstruk penelitian ini memenuhi validitas konvergen (validitas).

## 2) Uji Discriminant Validity

Pada penelitian ini uji validitas diskriminan dilakukan dengan memeriksa nilai *cross loading* setiap struktur dengan korelasinya dengan konstruk lainnya. Dalam penelitian ini, penilaian yang dirasa sudah dianggap cukup jika nilai *cross loading* masing-masing struktur lebih besar dari korelasi antara satu struktur dengan struktur lainnya, dan nilai *cross loading* lebih besar dari 0,60 sesuai kebutuhan. Berikut hasil uji Discriminant Validity disajikan pada Tabel 8.



Tabel 8 Nilai *Cross Loading*

	BI	CI	CS	DS	EE	FC	PN	PU	PX	SI	TR	UB
BI1	0,808	0,510	0,614	0,598	0,466	0,403	0,584	0,362	0,467	0,498	0,535	0,642
BI2	0,836	0,618	0,631	0,638	0,522	0,420	0,594	0,434	0,521	0,467	0,535	0,656
BI3	0,760	0,471	0,499	0,481	0,513	0,427	0,476	0,389	0,403	0,311	0,501	0,458
CI1	0,591	0,860	0,589	0,594	0,578	0,480	0,645	0,490	0,496	0,485	0,529	0,647
CI2	0,615	0,881	0,614	0,553	0,558	0,475	0,595	0,485	0,521	0,472	0,481	0,615
CI3	0,415	0,727	0,402	0,344	0,478	0,392	0,442	0,353	0,371	0,299	0,366	0,378
CS1	0,642	0,566	0,825	0,598	0,477	0,426	0,586	0,415	0,490	0,489	0,542	0,602
CS2	0,587	0,537	0,851	0,611	0,512	0,410	0,578	0,403	0,459	0,469	0,509	0,575
CS3	0,597	0,558	0,831	0,543	0,534	0,449	0,598	0,457	0,499	0,482	0,469	0,589
DS1	0,620	0,559	0,602	0,838	0,547	0,418	0,565	0,458	0,467	0,455	0,669	0,580
DS2	0,644	0,556	0,670	0,859	0,483	0,462	0,557	0,357	0,418	0,545	0,597	0,646
DS3	0,489	0,395	0,414	0,765	0,357	0,324	0,448	0,291	0,296	0,354	0,600	0,446
EE1	0,422	0,503	0,409	0,431	0,736	0,397	0,436	0,463	0,430	0,393	0,426	0,417
EE2	0,467	0,512	0,441	0,447	0,797	0,480	0,509	0,455	0,496	0,357	0,440	0,423
EE3	0,515	0,474	0,518	0,421	0,739	0,438	0,580	0,570	0,541	0,380	0,433	0,477
FC2	0,427	0,438	0,408	0,433	0,451	0,841	0,429	0,474	0,481	0,414	0,427	0,417
FC3	0,452	0,490	0,462	0,410	0,533	0,859	0,527	0,504	0,496	0,411	0,410	0,462
PN1	0,566	0,559	0,596	0,539	0,548	0,471	0,832	0,473	0,506	0,518	0,512	0,564
PN2	0,601	0,598	0,653	0,576	0,591	0,447	0,874	0,503	0,534	0,506	0,528	0,586
PN3	0,566	0,578	0,513	0,494	0,559	0,499	0,801	0,512	0,503	0,460	0,501	0,560
PU1	0,417	0,454	0,394	0,338	0,539	0,404	0,462	0,751	0,567	0,352	0,373	0,324
PU2	0,346	0,367	0,387	0,376	0,489	0,423	0,467	0,793	0,436	0,333	0,374	0,375
PU3	0,409	0,474	0,426	0,359	0,541	0,528	0,479	0,825	0,592	0,378	0,348	0,407
PX1	0,347	0,342	0,371	0,272	0,426	0,422	0,466	0,507	0,714	0,300	0,276	0,317
PX2	0,564	0,526	0,551	0,464	0,596	0,521	0,554	0,547	0,852	0,440	0,478	0,528
PX3	0,348	0,379	0,335	0,322	0,406	0,325	0,337	0,461	0,669	0,320	0,293	0,324
SI1	0,482	0,470	0,504	0,499	0,391	0,393	0,539	0,358	0,381	0,840	0,451	0,486
SI2	0,401	0,411	0,427	0,372	0,483	0,468	0,469	0,475	0,488	0,737	0,355	0,367
SI3	0,371	0,336	0,415	0,441	0,291	0,275	0,369	0,216	0,262	0,776	0,343	0,382
TR1	0,523	0,406	0,499	0,556	0,379	0,370	0,436	0,378	0,409	0,366	0,737	0,474
TR2	0,571	0,522	0,519	0,660	0,538	0,452	0,563	0,398	0,400	0,411	0,835	0,556
TR3	0,451	0,403	0,422	0,564	0,428	0,338	0,450	0,312	0,345	0,389	0,794	0,497
UB1	0,570	0,535	0,549	0,542	0,462	0,435	0,593	0,397	0,456	0,430	0,543	0,804
UB2	0,640	0,572	0,615	0,613	0,460	0,437	0,532	0,361	0,411	0,466	0,540	0,857
UB3	0,628	0,598	0,593	0,563	0,531	0,421	0,579	0,413	0,485	0,425	0,529	0,832

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan SmartPLS

Pada hasil pengolahan data pada tabel 8, dapat disimpulkan bahwa nilai uji yang telah dilakukan mendapat nilai korelasi indikator yang lebih besar daripada dengan konstruk lain dan nilai *cross loading* yang telah memenuhi syarat yaitu nilainya diatas 0,60. Maka, dapat disimpulkan bahwa hasil uji ini memiliki nilai validitas diskriminan yang baik.

### Hasil Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Uji model struktural (*Inner Model*) yaitu model struktural yang digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas (hubungan sebab-akibat) antar variabel laten atau

variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Pada penelitian ini dilakukan uji dengan menggunakan *SmartPLS 3*. Uji model *inner model* atau uji model struktural dilakukan dengan melihat nilai *R-square* yakni uji *goodness-fit model* dan akan terlihat signifikansi pada pengaruh antar konstruk yaitu dengan menggunakan hasil *path coefficients* (Ghozali, 2014).

### Uji Goodness-Fit Model

Tabel 10. Nilai R-Square

	R-Square	R Square Adjusted
Behavior Intention	0,493	0,486
Use Behavior	0,622	0,616
Customer Satisfaction	0,594	0,591

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan SmartPLS

Pada hasil pengolahan Tabel 10 pada penelitian ini terlihat bahwa nilai R-Square pada *behavior intention* yaitu 0,493 yang artinya konstruk *behavior intention* yang dijelaskan pada *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition* dengan presentase 49,3 dan sisanya senilai 50,7 dijelaskan pada konstruk lain diluar dari penelitian ini. Nilai R-Square pada *use behavior* yaitu 0,622 yang artinya konstruk *use behavior* yang dijelaskan pada *perceived usefulness*, *perceived enjoyment*, *continuance intention*, *trust*, *customer satisfaction* dengan presentase 62,2 dan sisanya senilai 37,8 dijelaskan pada konstruk lain diluar dari penelitian ini. Sedangkan nilai R-Square pada *customer satisfaction* yaitu 0,594 yang artinya konstruk *customer satisfaction* yang dideskripsikan oleh konstruk *behavior intention* dan *use behavior* dengan presentase 59,4 dan sisanya senilai 40,6 dijelaskan pada konstruk lain diluar dari penelitian ini.

### Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis berdasarkan olah data yang telah dilakukan dapat digunakan untuk menguji pengaruh hubungan antar variabel. Hipotesis dinyatakan diterima apabila dan nilai *p value* < 0,05. Hasil pengolahan data dapat pada Tabel 11.

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis dari *Path Coefficient* (Mean, STDEV, T-Statistics, P-Values)

Variabel Independen	Variabel Dependen	Original Sample (o)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P-Values	Keterangan
<i>Performance expectancy</i>	<i>Behavior intention</i>	0,207	0,209	0,068	3,051	0,002**	Didukung
<i>Effort expectancy</i>	<i>Behavior intention</i>	0,311	0,306	0,063	4,901	0,000***	Didukung
<i>Social influence</i>	<i>Behavior Intention</i>	0,232	0,236	0,055	4,202	0,000***	Didukung
<i>Facilitating condition</i>	<i>Behavior Intention</i>	0,106	0,112	0,059	1,803	0,072*	Didukung
<i>Perceived usefulness</i>	<i>Use behavior</i>	-0,010	-0,005	0,056	0,172	0,864	Tidak didukung
<i>Perceived enjoyment</i>	<i>Use behavior</i>	0,236	0,228	0,093	2,540	0,011**	Didukung
<i>Continuance intention</i>	<i>Use behavior</i>	0,282	0,288	0,067	4,241	0,000***	Didukung
<i>Trust</i>	<i>Use behavior</i>	0,161	0,160	0,084	1,925	0,055*	Didukung
<i>Data Security and Privacy</i>	<i>Use Behavior</i>	0,245	0,244	0,0067	3,657	0,000***	Didukung
<i>Behavior Intention</i>	<i>Customer satisfaction</i>	0,459	0,466	0,066	6,912	0,000***	Didukung
<i>Use behavior</i>	<i>Customer satisfaction</i>	0,366	0,364	0,076	4,842	0,000***	Didukung

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan SmartPLS

Keterangan: \**P*,0,1; \*\**P*,0,05; \*\*\**P*0,01

## PEMBAHASAN

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

1. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *performance expectancy* atau ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan positif terhadap *behavior intention* atau niat pengguna. Hal ini berarti *performance expectancy* mempengaruhi *behavior intention* bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS sangat cepat dan efisien.
2. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *effort expectancy* atau ekspektasi usaha berpengaruh signifikan positif terhadap *behavior intention* atau niat pengguna. Hal ini berarti *effort expectancy* mempengaruhi *behavior intention* bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS dapat belajar dan lebih terampil dalam menggunakan sistem informasi yang baru.
3. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *social influence* atau pengaruh sosial berpengaruh signifikan positif terhadap *behavior intention* atau niat pengguna. Hal ini berarti *social influence* mempengaruhi *behavior intention* bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS dapat membuat orang-orang tertarik untuk mencoba dan menggunakannya.
4. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *facilitating condition* atau kondisi fasilitas berpengaruh terhadap *behavior intention* atau niat pengguna. Hal ini berarti *facilitating condition* berpengaruh pada *behavior intention* dalam penggunaan pembayaran digital QRIS karena telah memiliki fasilitas pribadi dan juga akses internet
5. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *perceived usefulness* atau persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *use behavior* atau perilaku pengguna. Hal ini berarti *perceived usefulness* tidak berpengaruh pada *use behavior* dalam penggunaan pembayaran digital QRIS karena pembayaran digital QRIS kurang praktis karena sistem informasi yang baru, yang membuat para konsumen lebih nyaman bertransaksi dengan menggunakan metode lain seperti uang tunai ataupun kartu debit yang sudah terbiasa dalam bertransaksi pembayaran tersebut.
6. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *perceived enjoyment* atau persepsi kenikmatan berpengaruh signifikan positif terhadap *use behavior* atau perilaku pengguna. Hal ini berarti *perceived enjoyment* mempengaruhi *use behavior* bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS menyenangkan seru, dan nyaman digunakan.
7. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *continuance intention* atau niat berkelanjutan berpengaruh signifikan positif terhadap *use behavior* atau perilaku pengguna. Hal ini berarti *continuance intention* mempengaruhi *use behavior* bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS membuat para konsumen berniat untuk menggunakan terus menerus pada setiap transaksi pembayaran
8. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *trust* atau kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap *use behavior* atau perilaku pengguna. Hal ini berarti *trust* berpengaruh pada *use behavior* bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS memiliki kepercayaan dari para konsumen pada sistem transaksi pembayar yang baru yaitu pembayaran digital QRIS.
9. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *data security and privacy* atau persepsi privasi dan keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap *use behavior* atau perilaku pengguna. Hal ini berarti *data security and privacy*

mempengaruhi *use behavior* bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS yakin bahwa bertransaksi menggunakan pembayaran digital QRIS lebih aman dari pada dengan menggunakan uang tunai atau kartu debit.

10. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *behavior intention* atau niat pengguna berpengaruh signifikan positif terhadap *customer satisfaction* atau kepuasan konsumen. Hal ini berarti *behavior intention* mempengaruhi *customer satisfaction* bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS yang mengikuti perkembangan zaman pasti akan selalu belajar dan memiliki keingintahuan yang tinggi pada sesuatu yang baru, seperti pembayaran digital QRIS.
11. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *use behavior* atau perilaku pengguna berpengaruh signifikan positif terhadap *customer satisfaction* atau kepuasan konsumen. Hal ini berarti *use behavior* mempengaruhi *customer satisfaction* bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS bahwa bertransaksi menggunakan pembayaran digital QRIS lebih aman dari pada dengan menggunakan uang tunai atau kartu debit.

## PENUTUP

### Kesimpulan

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

1. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *performance expectancy* atau ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan positif terhadap *behavior intention* atau niat pengguna. Hal ini berarti *performance expectancy* mempengaruhi *behavior intention* bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS sangat cepat dan efisien.
2. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *effort expectancy* atau ekspektasi usaha berpengaruh signifikan positif terhadap *behavior intention* atau niat pengguna. Hal ini berarti *effort expectancy* mempengaruhi *behavior intention* bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS dapat belajar dan lebih terampil dalam menggunakan sistem informasi yang baru.
3. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *social influence* atau pengaruh sosial berpengaruh signifikan positif terhadap *behavior intention* atau niat pengguna. Hal ini berarti *social influence* mempengaruhi *behavior intention* bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS dapat membuat orang-orang tertarik untuk mencoba dan menggunakannya.
4. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *facilitating condition* atau kondisi fasilitas berpengaruh terhadap *behavior intention* atau niat pengguna. Hal ini berarti *facilitating condition* berpengaruh pada *behavior intention* dalam penggunaan pembayaran digital QRIS karena telah memiliki fasilitas pribadi dan juga akses internet
5. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *perceived usefulness* atau persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *use behavior* atau perilaku pengguna. Hal ini berarti *perceived usefulness* tidak berpengaruh pada *use behavior* dalam penggunaan pembayaran digital QRIS karena pembayaran digital QRIS kurang praktis karena sistem informasi yang baru, yang membuat para konsumen lebih nyaman bertransaksi dengan menggunakan metode lain seperti uang tunai ataupun kartu debit yang sudah terbiasa dalam bertransaksi pembayaran tersebut.

6. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *perceived enjoyment* atau persepsi kenikmatan berpengaruh signifikan positif terhadap *use behavior* atau perilaku pengguna. Hal ini berarti *perceived enjoyment* mempengaruhi *use behavior* bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS menyenangkan seru, dan nyam digunakan.
7. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *continuance intention* atau niat berkelanjutan berpengaruh signifikan positif terhadap *use behavior* atau perilaku pengguna. Hal ini berarti *continuance intention* mempengaruhi *use behavior* bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS membuat para konsumen berniat untuk menggunakan terus menerus pada setiap transaksi pembayaran
8. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *trust* atau kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap *use behavior* atau perilaku pengguna. Hal ini berarti *trust* berpengaruh pada *use behavior* bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS memiliki kepercayaan dari para konsumen pada sistem transaksi pembayar yang baru yaitu pembayaran digital QRIS.
9. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *data security and privacy* atau persepsi privasi dan keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap *use behavior* atau perilaku pengguna. Hal ini berarti *data security and privacy* mempengaruhi *use behavior* bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS yakin bahwa bertransaksi menggunakan pembayaran digital QRIS lebih aman dari pada dengan menggunakan uang tunai atau kartu debit.
10. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *behavior intention* atau niat pengguna berpengaruh signifikan positif terhadap *customer satisfaction* atau kepuasan konsumen. Hal ini berarti *behavior intention* mempengaruhi *customer satisfaction* bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS yang mengikuti perkembangan zaman pasti akan selalu belajar dan memiliki keingintahuan yang tinggi pada sesuatu yang baru, seperti pembayaran digital QRIS.
11. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa *use behavior* atau perilaku pengguna berpengaruh signifikan positif terhadap *customer satisfaction* atau kepuasan konsumen. Hal ini berarti *use behavior* mempengaruhi *customer satisfaction* bahwa penggunaan pembayaran digital QRIS bahwa bertransaksi menggunakan pembayaran digital QRIS lebih aman dari pada dengan menggunakan uang tunai atau kartu debit.

### Saran

Pada hasil kesimpulan dan juga keterbatasan dalam penelitian ini, ada beberapa saran yang direkomendasikan untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengambil responden lebih luas
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan memperluas variabel lain yang belum digunakan dalam penelitian ini. Contohnya variabel *features availability* dan *hedonic motivation*, dan lain-lain

### DAFTAR PUSTAKA

Aditya Sari R, Akhmal A. PENGARUH CELEBRITY ENDORSER IRWANSYAH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO KUE KEKINIAN MEDAN NAPOLEON. Vol. 07, Jurnal Bisnis Administrasi. 2018.

Andika M, 1 S, Aminah I, Redyanita H. PREFERENSI GENERASI MILLENIAL DALAM MEMILIH Pembayaran Digital (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta Depok). Vol. 19. 2020.

Auliya PN, Arransyah MF. Penerapan

Bagus Prasasta Sudiatmika N, Ayu Oka Martini I. Faktor-Faktor Mempengaruhi Niat Pelaku UMKM Kota Denpasar Menggunakan QRIS. *Jmm Unram - Master Of Management Journal*. 15 Agustus 2022;11(3):239–54.

Gustiana MP, Paul JKP. 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). 2022;

Khaterine Amelia, 2021, Optimalisasi Penerapan Quick Response Code Indonesia Standard (Qris) Pada Merchant Di Wilayah Surakarta, *Jurnal Informasi dan Komunikasi Administrasi perkantoran*, Vol. 5 No. 2

Kusuma Wardani D, Nofita Sari A, Studi Akuntansi P. Minat Penggunaan Terhadap Penggunaan Sesungguhnya Quick Response Code Indonesia Standard (Qris) Di Era New Normal. *Jurnal Simki Economic [Internet]*. 2023;6(1):1–8. Tersedia pada: <https://jiped.org/index.php/JSE>

Lina Y, Hou D, Ali S. Impact of online convenience on generation Z online impulsive buying behavior: The moderating role of social media celebrity. *Front Psychol*. 3 Agustus 2022;13.

Ma'ruf, B. (2006). *Manajemen ritel*, Yogyakarta : ANDI OFFSET

Model UTAUT untuk Mengetahui Minat Perilaku Konsumen dalam Penggunaan QRIS. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*. 20 Februari 2023;4(3).

Puspitasari AA, Salehudin I. Quick Response Indonesian Standard (QRIS): Does Government Support Contribute to Cashless Payment System Long-term Adoption? *Journal of Marketing Innovation (JMI)*. 19 Maret 2022;2(1).

Ramadani Silalahi P, Tambunan K, Ramadhany Batubara T, Ekonomi Islam J, Ekonomi dan Bisnis Islam F. Dampak Penggunaan QRIS Terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai Alat Transaksi. Vol. 1, *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. 2022.

Rasulika, 2017, Impulse Buying Pada Mahasiswa Di Banda Aceh, *Psikoislamedia Jurnal Psikologi*, Vol. 2 No. 2

Venkatesh V, Morris MG, Davis GB, Davis FD. User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. Vol. 27, *Source: MIS Quarterly*. 2003.

Wibowo P, Rimadias S. PERILAKU PENGGUNAAN “QRIS BRI BRIMO” PADA PEDAGANG SEBAGAI ALAT TRANSAKSI PEMBAYARAN DIGITAL. Vol. 236, |. 2022.

Winarti E, Faturrahman M, Akhwanul A. Analisis Harga dan Kepuasan Pelanggan pada Toko Online Shopee, The 1st LP3I National Conference of Vocational Business and Technology (LICOVBITECH) 2022. 2022;