

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP MINAT PENGGUNAAN QRIS PADA *MERCHANT* DI LOMBOK EPICENTRUM MALL

NURLAILA HIDAYATI^{1)*}, NINA KARINA KARIM²⁾

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Mataram

¹⁾nurlailahidayati230401@gmail.com (corresponding), ²⁾ninakarim@unram.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap minat penggunaan QRIS pada *merchant* di Lombok Epicentrum Mall. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil dari 131 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS pada *merchant* di Lombok Epicentrum Mall.. Secara parsial variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS pada *merchant* di Lombok Epicentrum Mall.

Kata Kunci: *Perceived ease of use, perceived usefulness, minat penggunaan QRIS*

ABSTRACT

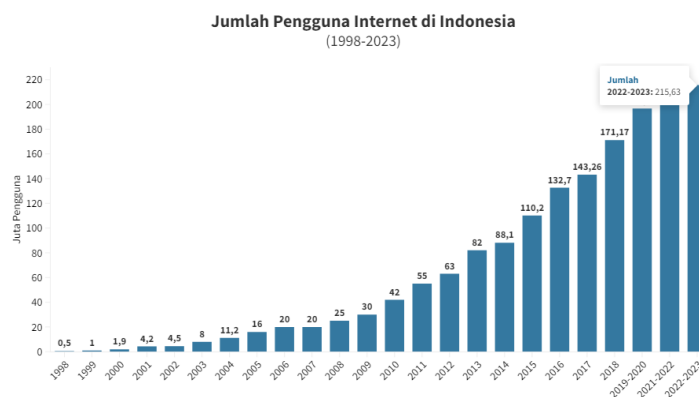
This study aims to determine the effect of perceived ease of use and perceived usefulness on interest in using QRIS on merchant at Lombok Epicentrum Mall. This study used an associative quantitative approach. This study used primary data taken from 131 respondents. The results showed that simultaneously the variables perceived ease of use and perceived usefulness had a positive and significant effect on the interest in using QRIS at merchants in Lombok Epicentrum Mal. Partially, the perceived ease of use variable and perceived usefulness has a positive and significant effect on the interest in using QRIS at merchants in Lombok Epicentrum Mall.

Keywords: *Perceived ease of use, perceived usefulness, interest in using QRIS*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi, komunikasi, dan informasi pada saat ini secara perlahan dapat mengubah segala aktivitas manusia. Dengan kehadiran teknologi, segala jenis pekerjaan dapat dilakukan dengan efektif dan efisien. Salah satu fitur teknologi yang sering digunakan oleh masyarakat adalah fitur digital media atau lebih dikenal dengan internet. Dengan adanya teknologi digital, semua dapat dilakukan melalui platform internet seperti berkomunikasi, berbelanja, berdiskusi dan masih banyak lagi pekerjaan yang memanfaatkan fitur internet tersebut (Sitanggang, 2018).

Menurut data survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta pengguna pada periode tahun 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan dengan periode tahun sebelumnya yaitu sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa (Data Indonesia, 2023). Lihat gambar 1.



Gambar 1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

(Sumber : www.dataindonesia.id)

Sementara itu, menurut laporan riset Data Reportal jumlah pengguna internet dengan menggunakan perangkat seluler di Indonesia mencapai 353,8 juta yang menggunakan perangkat seluler (Data Reportal, 2023). Dengan semakin meluasnya penggunaan internet melalui perangkat seluler, alat pembayaran nontunai berbasis server nantinya juga akan semakin banyak digunakan di masyarakat (Rahman, 2022).

Sistem pembayaran berbasis digital telah menambah variasi dari model hingga interaksi pembayaran, seperti QR Code yang digunakan oleh aplikasi *e-wallet* di Indonesia. Berdasarkan data yang terhimpun dari Bank Indonesia, tahun 2019-2022 tercatat sebanyak 80 lebih perusahaan telah menerbitkan uang elektronik berbasis server yang sudah memiliki izin operasional. Hal ini menjadi salah satu alasan penggunaan aplikasi pembayaran digital melalui perangkat *smartphone* di kalangan masyarakat (Palupi, 2021). Dengan banyaknya QR Code yang diterbitkan oleh aplikasi *e-wallet* antara lain QR Code GO-PAY, QR Code OVO, QR Code DANA, QR Code LINK AJA dan lain sebagainya menyebabkan *merchant* harus menyediakan layanan QR Code sebanyak jumlah aplikasi dari Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang tersedia untuk dipindai oleh masing-masing aplikasi tersebut karena QR Code yang digunakan belum terstandarisasi. Hal ini menyebabkan para konsumen harus memiliki berbagai macam aplikasi pembayaran agar dapat melakukan pembayaran digital dan ini dianggap tidak efisien (Rangkuti, 2021).

Melihat hal tersebut, pada tanggal 17 Agustus 2019 Bank Indonesia meluncurkan standar QR Code transaksi pembayaran digital berbasis *shared delivery channel* yang disebut QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). Peluncuran QRIS merupakan salah satu implementasi visi sistem pembayaran Indonesia (SPI) 2025. Bank Indonesia memiliki proyeksi di tahun 2025 yang berfokus pada keuangan digital, diantaranya adalah digitalisasi perbankan dan integrasi ekonomi-keuangan digital nasional (Bank Indonesia, 2019). Salah satu cara yang dilakukan oleh Bank Indonesia adalah dengan mengeluarkan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) sebagai salah satu standarisasi dalam upaya meningkatkan penggunaan pembayaran *cashless* di Indonesia (Mauritsius, 2021).

Penggunaan sistem pembayaran QRIS dirasa sebagai cara yang inovatif dan memberikan kemudahan dalam berbagai kegiatan yang ada karena menawarkan kecepatan pendataan (Putri *et al.*, 2022). Melihat kemudahan QRIS ini tentunya meningkatkan minat penggunaan QRIS. Minat penggunaan QRIS merupakan tingkat keinginan atau niat pemakaian seseorang dalam menggunakan sistem secara terus menerus dengan adanya asumsi bahwa mereka mempunyai akses terhadap informasi (Yusman, 2022). Berdasarkan teori TAM, minat penggunaan dipengaruhi oleh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa seseorang akan berminat untuk menggunakan sebuah teknologi apabila ia meyakini bahwa teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dan teknologi tersebut juga dapat digunakan dengan mudah.

Variabel pertama yang memengaruhi minat penggunaan QRIS adalah *perceived ease of use*. *Perceived ease of use* mengarah pada keyakinan individu bahwa penggunaan sistem tersebut tidak banyak memerlukan usaha karena salah satu faktor yang menyebabkan pengguna menerima atau menolak sistem adalah keterkaitan dengan penggunaan sistem (Davis, 1989). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Palupi (2021), Mahyuni & Setiawan (2021), Nasution (2022) Fadillah *et al* (2022), Pontoh *et al* (2022), yang menyatakan bahwa *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputri (2020), Laloan *et al* (2023) *perceived ease of use* berpengaruh tidak signifikan terhadap minat penggunaan QRIS.

Variabel kedua yang digunakan untuk memengaruhi minat penggunaan QRIS adalah *perceived usefulness*. *Perceived usefulness* menjelaskan sejauh mana individu yakin menggunakan suatu teknologi informasi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989). Apabila individu beranggapan dengan menggunakan suatu teknologi informasi tersebut berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya apabila individu beranggapan dengan menggunakan suatu teknologi informasi tersebut kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ningsih *et al* (2021), Rangkuti (2021), Laloan *et al* (2023) yang menyatakan bahwa *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS. Berbeda

dengan penelitian yang dilakukan oleh Silaen *et al* (2021) persepsi manfaat secara negatif dan tidak signifikan memengaruhi minat *merchant* untuk menggunakan aplikasi QRIS.

Berdasarkan uraian di atas dan adanya inkonsistensi hasil penelitian terdahulu melatarbelakangi peneliti untuk melakukan penelitian kembali dengan menggunakan variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* untuk mengukur minat penggunaan QRIS. Berdasarkan uraian tersebut, judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah “Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Dan *Perceived Usefulness* Terhadap Minat Penggunaan QRIS pada *merchant* di Lombok Epicentrum Mall”.

Rumusan Masalah

1. Apakah *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan QRIS pada *merchant* di Lombok Epicentrum Mall?
2. Apakah *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan QRIS pada *merchant* di Lombok Epicentrum Mall?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* secara parsial terhadap minat penggunaan QRIS pada *merchant* di Lombok Epicentrum Mall.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* secara simultan terhadap minat penggunaan QRIS pada *merchant* di Lombok Epicentrum Mall.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard*

Menurut Davis (1989) *perceived ease of use* adalah sejauh mana tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu tidak memerlukan usaha yang keras atau kesulitan dalam menggunakannya. Dalam *Technology Acceptance Model* dijelaskan bahwa untuk mengukur minat terhadap penggunaan suatu teknologi informasi menggunakan *perceived ease of use*. Kemudahan dalam penggunaan suatu teknologi informasi maksudnya adalah teknologi informasi tersebut mampu mengurangi usaha seseorang baik dari segi waktu ataupun tenaga untuk mempelajari sekaligus menggunakannya karena pada dasarnya individu yakin bahwa teknologi informasi tersebut tidak menyulitkan pengguna dalam melakukan pekerjaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Palupi (2021), Mahyuni & Setiawan (2021), Nasution (2022) Fadillah *et al* (2022), Pontoh *et al* (2022), Syah *et al* (2022) Rahman & Supriyanto (2022), yang menyatakan bahwa *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputri (2020), Laloan *et al* (2023) *perceived ease of use* berpengaruh tidak signifikan terhadap minat penggunaan QRIS.

H₁ : *Perceived Ease of use* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard*.

Pengaruh *Perceived usefulness* terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard*

Menurut Davis (1989) *perceived usefulness* adalah sejauh mana individu yakin dengan menggunakan suatu teknologi informasi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Apabila individu beranggapan dengan menggunakan suatu teknologi informasi tersebut berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya apabila individu beranggapan dengan menggunakan suatu teknologi informasi tersebut kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Dalam *Technology Acceptance Model* dijelaskan bahwa untuk mengukur minat terhadap penggunaan suatu teknologi informasi menggunakan *perceived usefulness*. Kebermanfaatan suatu teknologi informasi disimpulkan bahwa seseorang akan menggunakan sebuah teknologi apabila teknologi tersebut dapat memberikan pengaruh positif dan dapat meningkatkan kinerjanya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ningsih *et al* (2021), Rangkuti (2021), Laloan *et al* (2023) yang menyatakan bahwa *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Silaen *et al* (2021) persepsi manfaat secara negatif dan tidak signifikan memengaruhi minat *merchant* untuk menggunakan aplikasi QRIS.

H₂ : *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard*

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria pengambilan sampel yang digunakan adalah *merchant* yang sudah menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital dengan melihat stiker atau *tent card* QRIS yang ada di meja kasir setiap *merchant* di Lombok Epicentrum Mall. Jumlah *merchant* di Lombok Epicentrum Mall sebanyak 151 *merchant* dan jumlah *merchant* pengguna QRIS di Lombok Epicentrum Mall sebanyak 131 *merchant*, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 131 *merchant*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket). Sumber data yang digunakan adalah data primer kemudian diolah menggunakan SPSS 26 menjadi data kuantitatif. Menurut Fatmawati (2015) indikator pengukuran Perceived ease of use adalah mudah dipelajari, mudah dikontrol, mudah dipahami, fleksibel, mudah untuk menjadi terampil/mahir, dan mudah digunakan. Menurut Fatmawati (2015) indikator pengukuran Perceived usefulness adalah mempercepat Pekerjaan, meningkatkan Kinerja, meningkatkan Produktivitas, efektifitas, mempermudah Pekerjaan, dan bermanfaat. Menurut Iqbal (2020) indikator pengukuran Minat Penggunaan QRIS adalah keinginan Menggunakan dan akan tetap menggunakan di masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah *merchant* pengguna QRIS yang ada di Lombok Epicentrum Mall sebanyak 131.

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 1. Persentase Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	32	24.4%
2	Perempuan	99	75.6%
Jumlah		131	100%

Sumber: Data Kuesioner yang diolah dengan SPSS 26

Jenis kelamin responden pada penelitian ini lebih dominan perempuan dibandingkan laki-laki. Responden perempuan berjumlah 99 orang dengan tingkat persentase 75,6% dan responden laki-laki berjumlah 32 orang dengan tingkat persentase 24,4%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2. Persentase Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	≤ 20 Tahun	6	4.6%
2	21-30 Tahun	113	86.3%
3	31-40 Tahun	12	9.2%
Jumlah		131	100%

Sumber: Data Kuesioner yang diolah dengan SPSS 26

Usia responden dalam penelitian ini sebagian besar memiliki usia dari 21-30 tahun yaitu berjumlah 113 orang dengan tingkat persentase 86,3%. Kemudian untuk responden yang berusia ≤ 20 tahun berjumlah 6 orang dengan tingkat persentase 4,6% dan usia 31-40 tahun berjumlah 12 orang dengan tingkat persentase 9,2%.

3. Karakteristik Responden berdasarkan lama penggunaan QRIS

Berdasarkan hasil penelitian terkait lama penggunaan QRIS bagi *merchant* diketahui bahwa sebagian besar berkisar antara 1-2 tahun yang berjumlah 57 *merchant* dengan tingkat persentase 43,5%. Kemudian penggunaan QRIS > 2 tahun berjumlah 51 *merchant* dengan tingkat persentase 38,9% dan penggunaan QRIS < 1 tahun berjumlah 23 *merchant* dengan tingkat presentase 17,6%.

Tabel 3. Persentase Lama penggunaan QRIS

No	Lama Penggunaan QRIS	Jumlah	Presentase
1	< 1 Tahun	23	17.6%
2	1-2 Tahun	57	43.5%
3	> 2 Tahun	51	38.9%
Jumlah		131	100%

Sumber: Data Kuesioner yang diolah dengan SPSS 26

4. Karakteristik Lembaga Yang digunakan Merchant Menerbitkan QRIS

Tabel 4. Persentase Lembaga Penerbit Qris yang digunakan

No	Lembaga penerbit QRIS	Jumlah	Presentase
1	Bank konvensional (BCA, BNI, BRI, Mandiri, CIMB Niaga, Permata)	119	90.8%
2	Bank syariah (BSI, NTB Syariah)	3	2.3%
3	Non Bank (ShopeePay, OVO, Gopay)	9	6.9%
Jumlah		131	100%

Sumber: Data Kuesioner yang diolah dengan SPSS 26

Lembaga yang digunakan merchant dalam menerbitkan QRIS sebagian besar menggunakan Bank konvensional seperti BCA, BNI, BRI, Mandiri, CIMB Niaga dan Permata dengan jumlah 119 merchant dan tingkat persentasenya sebesar 90,8%. Kemudian untuk penggunaan Bank syariah seperti BSI dan NTB Syariah sebanyak 3 merchant dengan persentase 2,3% dan penggunaan non bank seperti ShopeePay, OVO, Gopay sebanyak 9 merchant dengan persentase 6,9%.

Analisis Data

1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Tabel 5. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perceived_ease_of_use_(X1)	131	1	6	5.24	1.08
Perceived_usefulness_(X2)	131	1	6	5.40	1.08
Minat_penggunaan_QRIS_(Y)	131	1	6	5.16	1.05
Valid N (listwise)	131				

Sumber: Data Kuesioner yang diolah dengan SPSS 26

2. Uji Validitas

Tabel 6. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Perceived Ease Of Use (X1)	X1_1	0.573	0,171	Valid
	X1_2	0.686	0,171	Valid
	X1_3	0.492	0,171	Valid
	X1_4	0.330	0,171	Valid
	X1_5	0.579	0,171	Valid
	X1_6	0.701	0,171	Valid
Perceived Usefulness (X2)	X2_1	0.630	0,171	Valid
	X2_2	0.761	0,171	Valid
	X2_3	0.761	0,171	Valid
	X2_4	0.434	0,171	Valid
	X2_5	0.581	0,171	Valid
	X2_6	0.398	0,171	Valid
Minat Penggunaan QRIS (Y)	Y_1	0.536	0,171	Valid
	Y_2	0.655	0,171	Valid
	Y_3	0.536	0,171	Valid
	Y_4	0.223	0,171	Valid
	Y_5	0.581	0,171	Valid
	Y_6	0.733	0,171	Valid

Sumber: Data Kuesioner yang diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan hasil uji validitas diperoleh nilai r_{hitung} pada masing-masing instrumen *perceived ease of use* (X1), *perceived usefulness* (X2) dan minat penggunaan QRIS (Y) lebih besar dari r_{tabel} 0,171 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen variabel tersebut dinyatakan valid.

3. Uji Reliabilitas

**Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics**

<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas Reliabilitas	N of Items
0.852	0.70	18

Sumber: Data Kuesioner yang diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha* diperoleh nilai *Cronbach Alpha* variabel *ease of use*, *perceived usefulness* dan minat penggunaan QRIS adalah sebesar $0,85 > 0,70$. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* diperoleh nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* yaitu sebesar $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa data bervariasi dan tidak berdistribusi normal. Menurut Ajija *et al* (2011) uji normalitas diperlukan ketika jumlah observasi kurang dari 30. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah *error term* mendekati distribusi normal. Jika jumlah observasi melebihi 30, maka tidak perlu dilakukan uji normalitas.

**Tabel 8. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		131
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.52913709
Most Extreme Differences	Absolute	0.208
	Positive	0.208
	Negative	-0.184
Test Statistic		0.208
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data Kuesioner yang diolah dengan SPSS 26

2. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, nilai *tolerance* variabel *perceived ease of use* (X1) dan *perceived usefulness* (X2) = $0,132 \geq 0,10$ yang berarti tidak ada korelasi antara variabel independen. Hasil perhitungan nilai *variance inflation factor* (VIF) variabel *perceived ease of use* (X1) dan *perceived usefulness* (X2) = $7.553 \leq 10$ karena nilai VIF kurang dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*.

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	0.629	0.239		2.636	0.009		
	<i>Perceived_ease_of_use_(X1)</i>	0.460	0.119	0.474	3.873	0.000	0.132	7.553
	<i>Perceived_usefulness_(X2)</i>	0.393	0.118	0.406	3.317	0.001	0.132	7.553

a. Dependent Variable: Minat_penggunaan_QRIS_(Y)

Sumber: Data Kuesioner yang diolah dengan SPSS 26

3. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser, nilai signifikansi pada semua variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* $> 0,05$. sehingga dapat dinyatakan seluruh variabel dalam penelitian ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.234	0.154		1.524	0.130
	<i>Perceived_ease_of_use_(X1)</i>	-0.050	0.077	-0.159	-0.659	0.511
	<i>Perceived_usefulness_(X2)</i>	0.080	0.076	0.253	1.047	0.297

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data Kuesioner yang diolah dengan SPSS 26

Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil pengujian regresi diperoleh nilai koefisien konstanta sebesar 0.629, koefisien dari *perceived ease of use* sebesar 0,460 dan koefisien dari *perceived usefulness* sebesar 0,393.

Tabel 11. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.629	0.239		2.636	0.009
	<i>Perceived_ease_of_use_(X1)</i>	0.460	0.119	0.474	3.873	0.000
	<i>Perceived_usefulness_(X2)</i>	0.393	0.118	0.406	3.317	0.001

a. Dependent Variable: Minat_penggunaan_QRIS_(Y)

Sumber: Data Kuesioner yang diolah dengan SPSS 26

2. Uji R² (Uji Koefisien Determinasi)

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.864 ^a	0.747	0.743	0.533

a. Predictors: (Constant), *Perceived_usefulness*, *Perceived_ease_of_use*

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,743 atau 74%. Hal ini menunjukkan bahwa 74% minat penggunaan QRIS dipengaruhi oleh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Sedangkan 26% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai $F_{hitung} 188.55 > F_{tabel} 3.07$, dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan H_a diterima dan H_0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan QRIS.

Tabel 13. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	107.235	2	53.618	188.555	.000 ^b
	Residual	36.398	128	0.284		
	Total	143.634	130			

a. Dependent Variable: Minat_penggunaan_QRIS_(Y)

b. Predictors: (Constant), *Perceived_usefulness*, *Perceived_ease_of_use*

4. Uji T (Pengujian Secara Parsial)

Tabel 14. Hasil Uji T (Parsial) Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.629	0.239		2.636	0.009
	<i>Perceived_ease_of_use_(X1)</i>	0.460	0.119	0.474	3.873	0.000
	<i>Perceived_usefulness_(X2)</i>	0.393	0.118	0.406	3.317	0.001

a. Dependent Variable: Minat_penggunaan_QRIS_(Y)

Sumber: Data Kuesioner yang diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS pada *merchant* di Lombok Epicentrum Mall.

Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis

Pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard*

Dalam penelitian ini *perceived ease of use* terbukti berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS pada *merchant* di Lombok Epicentrum Mall. Hal ini terjadi karena sebagian besar *merchant* merasa bahwa penggunaan QRIS memberikan kemudahan dalam menyelesaikan transaksi pembayaran karena kebanyakan konsumen yang hendak melakukan transaksi pembayaran selalu bertanya apakah bisa melakukan pembayaran menggunakan QRIS atau QR code aplikasi lainnya, kemudian *merchant* akan mengarahkan konsumen untuk melakukan *scan* pembayaran pada QR code QRIS, sehingga dengan adanya QRIS, *merchant* tidak lagi kesulitan dengan berbagai macam QR code yang ada, karena QRIS bisa digunakan di berbagai PJSP yang ada. Kemudian sebagian besar *merchant* merasa bahwa penggunaan QRIS memudahkan *merchant* dalam memantau transaksi yang masuk karena sifatnya yang *real time* dan otomatis tercatat secara langsung dan detail sehingga memudahkan *merchant* dalam melakukan rekapitulasi hasil penjualan harian dan mencegah terjadinya tindak kecurangan dari pembukuan transaksi tunai.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rangkuti (2021) kepada UMKM di Kota Medan yang menunjukkan hasil bahwa persepsi kemudahan sistem pembayaran QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM di Kota Medan. Hasil yang sama ditunjukkan dari hasil penelitian oleh Ningsih *et al* (2021), Fadillah *et al* (2022) yang menyatakan bahwa *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Laloan *et al* (2023) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan QRIS dan penelitian yang dilakukan oleh Mauritsius (2021) yang menyatakan bahwa penerapan QRIS di lapangan belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh Bank Indonesia karena masih banyak *merchant* yang menampilkan lebih dari satu QR code untuk melakukan transaksi pembayaran.

Pengaruh *Perceived usefulness* terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard*

Dalam penelitian ini *perceived usefulness* terbukti berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS pada *merchant* di Lombok Epicentrum Mall. Hal ini terjadi karena sebagian besar *merchant* merasa bahwa penggunaan QRIS dapat meminimalisir waktu dalam menyelesaikan transaksi pembayaran, karena proses transaksi yang lebih cepat daripada manual dapat meningkatkan kinerja karena tenaga dan waktu yang dibutuhkan hanya sedikit tetapi hasil yang diperoleh maksimal. Kemudian mayoritas *merchant* merasa bahwa setelah menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran, *merchant* terhindar dari penerimaan uang palsu karena beberapa *merchant* pernah mendapatkan uang palsu ketika menerima pembayaran dari konsumen secara tunai. Selain itu dengan menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran, *merchant* tidak perlu repot menyediakan uang kembalian karena ketika konsumen melakukan pembayaran menggunakan uang tunai beberapa *merchant* pernah mengalami kesulitan dalam memberikan uang kembalian dengan nominal kecil seperti uang koin.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahman & Supriyanto (2022) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan QRIS. Hasil yang sama ditunjukkan dari hasil penelitian oleh Mahyuni & Setiawan (2021), Nasution (2022) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Berbeda dengan hasil penelitian oleh Silaen *et al* (2021) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat dalam menggunakan QRIS.

PENUTUP

Simpulan

1. *Perceived ease of use* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS pada *merchant* di Lombok Epicentrum Mall, artinya *Perceived ease of use* yang dirasakan oleh *merchant* memengaruhi minat dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital. Variabel *perceived usefulness* secara parsial menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS pada *merchant* di Lombok Epicentrum Mall, artinya *perceived usefulness* yang dirasakan oleh *merchant* memengaruhi minat dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital.
2. Berdasarkan hasil uji signifikansi simultan (Uji F) dapat dilihat bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS pada *merchant* di Lombok Epicentrum Mall.

Keterbatasan Penelitian

1. Faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan QRIS pada penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*, sedangkan masih ada faktor yang dapat memengaruhi minat penggunaan QRIS. Hal ini dibuktikan dari hasil Uji Koefisien Determinasi diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,743 atau 74% yang menunjukkan bahwa 26% minat penggunaan QRIS dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.
2. Objek penelitian yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini merupakan *merchant* pengguna QRIS yang ada di Lombok Epicentrum Mall saja, sehingga tidak dapat mewakili penelitian ini dalam wilayah lain.
3. Minat penggunaan QRIS pada *merchant* di Lombok Epicentrum Mall ditentukan oleh manajemen pusat atau pemilik toko, tetapi karena adanya keterbatasan izin penelitian ke manajemen pusatnya langsung untuk menjadi responden, sehingga yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah kasir dari masing-masing *merchant*.

Saran

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya, diantaranya yaitu:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian dapat ditambah dan dikembangkan dengan variabel yang lebih kompleks dan lebih baik sebagai faktor yang memengaruhi minat penggunaan QRIS. Variabel yang bisa ditambahkan dalam penelitian selanjutnya seperti keamanan, kepercayaan, resiko dan lain-lain.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas sampel penelitian sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di Mall atau pusat perbelanjaan dapat melakukan uji beda untuk membedakan respon dari *merchant* waralaba dan UMKM terkait minat penggunaan QRIS atau aplikasi pembayaran digital lainnya. Dalam penelitian ini tidak dapat melakukan uji beda karena adanya keterbatasan izin.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajija, S. R., Sari, D. W., Setianto, ahmat H., & Primanthi, M. (2011). *Cara Cerdas Menguasai EViews*. Bank Indonesia. (2019). *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025 - Menavigasi Sistem Pembayaran Nasional di Era Digital*. *Bank Indonesia*, 1–81.
- Data Indonesia. (2023). *APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta pada 2022-2023*.
- Data Reportal. (2023). *Digital 2023: Indonesia*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- Fadillah, S. A., Nugroho, J. A., & Sangka, K. B. (2022). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Pada Pelaku Umkm Binaan Bank Indonesia Kpw Solo. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 7(3), 1–7.
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan. *Iqra': Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 9(1), 1–13.
- Iqbal, M. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Platform Crowdfunding Berbasis Qr code*.
- Laloan, W. icky T. J., Wenas, R. S., & Loindong, S. S. R. (2023). 9. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Pengguna E-Payment Qris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado*. 11(2), 375–387.
- Mahyuni, L. P., & Setiawan, I. W. A. (2021). *Bagaimana QRIS menarik minat UMKM? sebuah model untuk memahami intensi UMKM menggunakan QRIS*. <https://doi.org/10.4018/joeuc.2004010104>
- Mauritsius, D. T. T. (2021). *Tingkat Penggunaan Qris Payment Sebagai Alat Transaksi Pembayaran*.
- Nasution, N. S. A. (2022). *Analisis Minat Penggunaan Sistem Quick Response Indonesian Standard (Qris) Terhadap Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Medan*. 8.5.2017.
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa *Journal IKRAITH IV*, 4.
- Palupi, A. A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan Qris Pada Umkm Di Kecamatan Beji Dan Sukmajaya Kota Depok. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 3, Issue 2).
- Pontoh, M. A. H., Worang, F. G., & Tumewu, F. J. (2022). *Pengaruh Perceived Ease Of Use Perceived Risiko dan Consumer Trust Terhadap Merchant Intention Dalam Penggunaan QRIS Sebagai Metode Pembayaran*

Secara Digital. 10(3), 904–913.

- Putri, N. I., Munawar, Z., & Komalasari, R. (2022). Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Pasca Pandemi. *Prosiding Sisfotek*, 6(1), 155–160.
- Rahman, A. F., & Supriyanto. (2022). Analisis faktor yang mempengaruhi minat penggunaan qris sebagai metode pembayaran pada masa pandemi. *Indonesian Scientific Journal of Islamic Finance*, 1(1), 1–21.
- Rahman, D. (2022). *Adopsi Penggunaan Sistem Pembayaran Qris (Quick Response Code Indonesian Standard) Terhadap Intention To Use Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang*. 8.5.2017, 2003–2005.
- Rangkuti, F. A. V. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Qris Dan Kemudahan Qris Terhadap Efisiensi Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Uinsu* (Issue February).
- 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.
- Silaen, M. F., Manurung, S., & Nainggolan, C. D. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Persepsi Risiko Minat Merchant Dalam Menggunakan Quick Tanggapan Standar Indonesia (Qris). *Jurnal Internasional Sains, Teknologi & Manajemen*, 1574–1581.
- Sitanggang, M. H. A. (2018). Memahami mekanisme crowdfunding dan motivasi berpartisipasi dalam platform Kitabisa.com. *E Journal UNDIP*, 6(3), 1–11.
- Syah, D. H., Dongoran, F. R., Nugrahadi, E. W., & Aditia, R. (2022). *Penelitian dalam Ilmu Bisnis & Sosial Memahami model penerimaan teknologi dalam penggunaan QRIS : Bukti dari UKM di Indonesia*. 11(6), 12–19.
- Yusman, C. A. (2022). *Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi pedagang terhadap penggunaan quick response code indonesian standard di metropolitan city panam kota pekanbaru menurut ekonomi syariah*. 137.