



Article DOI : 10.36350/jbs.v13i2.206
Received: May; Accepted: June; Published: July

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pengguna QRIS di Indonesia

Safira Noor Andinia¹, Graha Prakarsa^{2*}, Vani Maharani Nasution³

¹Program Studi Sistem Informasi/Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: andiniasafira@gmail.com

²Fakultas Teknologi dan Informatika/Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: gprakarsa@gmail.com

³Fakultas Teknologi dan Informatika/Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: vanimaharaninasution@gmail.com

*) *Corresponding Author*

ABSTRACT

The research is based on the problem that the existence of QRIS as a new option on digital payments is still unable to tempt the public to use it in daily payments. This research aims to discover the acceptance of QRIS to its users in Indonesia using the technology acceptance model with information quality and service quality as external factors. The data analysis technique used is Partial Least Squares - Structural Equation Model using the software SmartPLS 3.0. Data collection technique were obtained through online questionnaires to QRIS users in Indonesia and involved 532 respondents. Based on the results of the data analysis, it shows that information quality and service quality have a significant positive effect on perceived usefulness and have an intermediate influence of 40%, information quality and service quality have a significant positive effect on perceived ease of use and have an intermediate influence of 44,9%, perceived usefulness and perceived ease of use have a significant positive effect on continuance intention to use and have an intermediate influence of 39,9%, and continuance intention to use have a significant positive effect on actual system use and have an intermediate influence of 37%.

Keywords: *Information Quality, Service Quality, TAM, PLS-SEM*

ABSTRAK

Penelitian ini didasari oleh permasalahan bahwa hadirnya QRIS sebagai opsi baru pada pembayaran digital masih belum mampu memikat masyarakat untuk menggunakannya dalam pembayaran sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerimaan QRIS terhadap penggunaannya di Indonesia menggunakan model penerimaan teknologi dengan faktor eksternal kualitas informasi dan kualitas layanan. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Squares - Structural Equation Model* dengan menggunakan *software* SmartPLS 3.0. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner

secara online kepada pengguna QRIS di Indonesia dan melibatkan 532 responden. Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa kualitas informasi dan kualitas layanan mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap *perceived usefulness* dan pengaruhnya moderat yaitu senilai 40%, kualitas informasi dan kualitas layanan mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap *perceived ease of use* dan pengaruhnya moderat yaitu senilai 44,9%, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *continuance intention to use* dan pengaruhnya moderat yaitu senilai 39,9%, dan *continuance intention to use* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *actual system use* dan pengaruhnya moderat yaitu senilai 37%.

Kata Kunci: Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, TAM, PLS-SEM

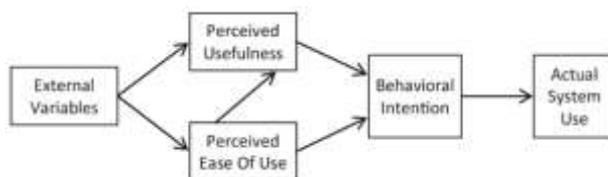
A. PENDAHULUAN

Setiap inovasi perkembangan teknologi di era digital saat ini diharapkan bersifat praktis, mudah, dan cepat. Inovasi teknologi yang berhasil biasanya memiliki kemampuan untuk menyelesaikan masalah dan dapat memiliki dampak terhadap peningkatan produktivitas yang memungkinkan manusia untuk melakukan pekerjaan secara efektif dan lebih singkat. Hadirnya teknologi digital memunculkan invensi atau produk – produk baru pada berbagai industri. Contohnya pada industri keuangan, munculnya inovasi sistem pembayaran digital berbasis QR Code tengah menjadi tren di kalangan masyarakat hingga tercipta pula kultur baru yang dinamakan *digital cashless society*, yakni perubahan kebiasaan dari bertransaksi tunai menjadi transaksi non tunai digital.

Meningkatnya penggunaan dan pemahaman masyarakat dalam bertransaksi digital berbasis QR Code memacu Bank Indonesia untuk membuat sebuah standar bagi pembayaran QR yang dikenal sebagai *Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)*. Hadirnya QRIS disambut dengan respon positif di kalangan masyarakat karena telah ditunjang oleh 37 penyelenggara bank dan non-bank, dengan rincian 19 bank konvensional, 2 bank syariah dan 15 non-bank (Bank Indonesia, 2020).

Meskipun demikian, dalam penerapannya QRIS masih menghadapi berbagai tantangan. Eksistensi QRIS sebagai terobosan baru dalam bertransaksi digital masih belum mampu memikat masyarakat untuk menggunakannya sehari-hari. Meskipun pengguna QRIS meningkat, penggunaannya masih belum mampu mengalahkan opsi pembayaran lain seperti pembayaran tunai atau pembayaran kartu kredit dan kartu debit. Masyarakat Indonesia masih berpikir bahwa penggunaan uang tunai jauh lebih mudah dibanding penggunaan QRIS untuk bertransaksi (Triutomo, Putra, & Heruwasto, 2022). Maka dari itu, perlu dilakukan analisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna QRIS di Indonesia.

Salah satu cara mengukur penerimaan pengguna QRIS di Indonesia adalah dengan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Teori mengenai model penerimaan teknologi (TAM) dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989. Teori ini mengungkapkan bahwa pengguna cenderung bersedia menggunakan sebuah teknologi apabila merasakan adanya kemudahan dan kemanfaatan darinya (Prakarsa, 2019). TAM bertujuan untuk menjelaskan dan melakukan prediksi penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi. Teori ini terus dikembangkan hingga tercipta ragam model dalam TAM. Seperti misalnya pada penelitian (Venkatesh & Davis, 1996) yang menjelaskan hubungan antara beberapa variabel dalam TAM, yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *behavioral intention* dan *actual system use*.



Gambar 1. Final Model TAM

Variabel eksternal yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah variabel kualitas informasi dan variabel kualitas layanan. Kualitas informasi mengacu pada sejauh mana nilai informasi yang diberikan dari sebuah produk, sistem, atau layanan dapat berpengaruh pada pemakaian penggunaannya. Persepsi Kualitas informasi dapat mencerminkan kualitas dari sebuah layanan atau produk. Sehingga kualitas informasi dapat menjadi aspek penting untuk menarik minat pengguna dan mempertahankan pengguna.

Sedangkan kualitas layanan adalah persepsi efektivitas dan efisiensi dari sebuah layanan (Suhartanto, Helmi Ali, Tan, Sjahroeddin, & Kusdiby, 2019). Persepsi ini mengacu pada sejauh mana layanan yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Variabel ini juga dapat menjadi aspek penting mengenai apakah layanan relatif lebih unggul dibandingkan layanan yang ditawarkan produk atau sistem lain. Peran kualitas layanan dalam sebuah produk atau sistem ini berkaitan langsung dengan pengguna, karena kualitas layanan yang buruk akan menyebabkan *user experience* kurang baik yang dapat mempengaruhi pengguna dalam minat menggunakan dan mempertahankan penggunaan sistem atau produk.

Terdapat dua variabel eksternal utama dalam TAM, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Terdapat dua variabel eksternal utama dalam TAM, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. *Perceived usefulness* menyanggung mengenai sejauh mana seseorang meyakini penggunaan sistem atau teknologi informasi tertentu dapat mengoptimalkan kapabilitas pekerjaannya (Lee, Sung, & Jeon, 2019). *Perceived usefulness* dapat berupa kemanfaatan seperti pekerjaan lebih mudah, meningkatkan produktifitas, mendorong efektivitas, dan meningkatkan kinerja pekerjaan, dan membuat pekerjaan lebih cepat. *Perceived ease of use* adalah konsep yang mengacu pada upaya yang dikeluarkan pengguna dalam pemakaian sebuah layanan atau sistem. Timbulnya persepsi ini dapat disebabkan karena masing-masing pengguna mempunyai tingkat pemahaman mengenai kemudahan yang berbeda-beda. Maka dari itu, persepsi *ease of use* dapat dijadikan parameter bagi pengguna dalam menentukan kemudahan dalam penggunaan sebuah teknologi informasi.

Continuance intention to use memainkan peran penting pada segala aspek. Sebuah teknologi tidak bisa dikatakan sukses apabila pengguna tidak mempertahankan penggunaannya, atau sistem tidak mempunyai alasan untuk terus dipakai sehingga pemakaiannya diabaikan (Alsyouf, Ishak, Lutfi, Alhazmi, & Al-Okaily, 2022). *Continuance intention to use* dapat dikaitkan dengan kecenderungan manusia dalam berekspektasi dan membangun sebuah harapan agar dapat terpenuhi. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa setiap individu mungkin memiliki niat untuk terus menggunakan sebuah sistem informasi dan teknologi informasi jika ekspektasi dalam penggunaannya dapat terpenuhi. *Continuance intention to use* memiliki pengaruh penting dalam menentukan *actual system use* atau perilaku pengguna yang diharapkan (Prakarsa, Maharani Nasution, & Gapura Bhagya, 2021).

Untuk mengetahui apakah QRIS dapat diterima oleh penggunanya sebagai suatu sistem pembayaran digital yang layak, maka penerimaan pengguna diukur dengan TAM. Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna QRIS, diharapkan mampu mengidentifikasi sejauh mana kehadiran sistem pembayaran QRIS dapat diterima oleh penggunanya.

B. METODE

1. Pengumpulan Data

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang disebarkan secara online. Responden terkumpul adalah sebanyak 532 orang dari berbagai provinsi di Indonesia. Teknik sampling yang diterapkan untuk penelitian ini menggunakan *simple random sampling*, artinya pengambilan sampel yang representatif didapatkan secara acak.

2. Teknik Analisis Data

Partial Least Square (PLS) digunakan untuk menganalisis data penelitian ini. Model persamaan struktur (SEM) PLS berbasis komponen atau varian. PLS-SEM memiliki dua submodel, model yang pertama yaitu model pengukuran (*outer model*) yang bertujuan untuk menguji validitas dan reabilitas indikator dan model yang kedua adalah model struktural (*inner model*) untuk mengukur perkiraan kekuatan antar variabel laten atau variabel konstruk. Pengukuran *inner model* dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi pengaruh antara variabel (Humanitrisri & Ghozali, 2018).

3. Kerangka Berpikir

Kualitas informasi dan kualitas layanan adalah variabel yang dapat mempengaruhi hubungan *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Informasi dan layanan yang diberikan sebuah produk atau sistem diharapkan memiliki manfaat kegunaan dan memudahkan pengguna. Semakin tinggi kualitas informasi dan kualitas layanan, semakin besar tingkat kemungkinan pengguna dapat merasakan kemudahan atau kegunaan dari sebuah produk atau sistem.

H1: Kualitas informasi memiliki hubungan yang signifikan terhadap *perceived usefulness* pada QRIS

H2: Kualitas layanan memiliki hubungan yang signifikan terhadap *perceived usefulness* pada QRIS

H3: Kualitas informasi memiliki hubungan yang signifikan terhadap *perceived ease of use* pada QRIS

H4: Kualitas informasi memiliki hubungan yang signifikan terhadap *perceived ease of use* pada QRIS

Minat pengguna terhadap pemakaian sebuah produk atau sistem bergantung pada kegunaan dan kemudahan yang dirasakan. Nilai ketertarikan pengguna untuk minat pemakaian dapat dibangun dengan kepercayaan. Kepercayaan tersebut bisa didapatkan melalui pemenuhan ekspektasi pengguna terhadap produk atau sistem yang dipakai. Apabila produk atau sistem yang dipakai sesuai dengan kebutuhan kinerja seseorang serta tidak memerlukan upaya yang besar untuk pemakaiannya, maka besar kemungkinan minat pengguna dalam menggunakannya.

H5: *Perceived usefulness* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *continuance intention to use* pada QRIS

H6: *Perceived ease of use* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *continuance intention to use* pada QRIS

Niat individu dalam pemakaian aktual sebuah sistem atau produk bisa didapatkan dengan mengandalkan pengalaman individu seseorang pada pengalaman pemakaian sebelumnya. Membangun kepercayaan pengguna melalui pemenuhan ekspektasi merupakan unsur penting. Apabila pengguna cenderung memiliki respon positif terhadap sistem atau produk yang membentuk pengalaman penggunaannya, maka hal tersebut dapat menentukan tingkat pemakaian aktual dari sebuah sistem atau produk tersebut.

H7: *Continuance intention to use* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *actual system use* pada QRIS

4. Tabel Operasional Variabel

Variabel yang akan diterapkan pada penelitian ini akan diurai dalam bentuk indikator. Indikator tersebut akan dijadikan tolak ukur sebagai instrumen untuk menyusun pertanyaan kuesioner, sebagaimana dinyatakan dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Sumber	Indikator		No Item Instrumen
		KI1	Informasi relevan	1

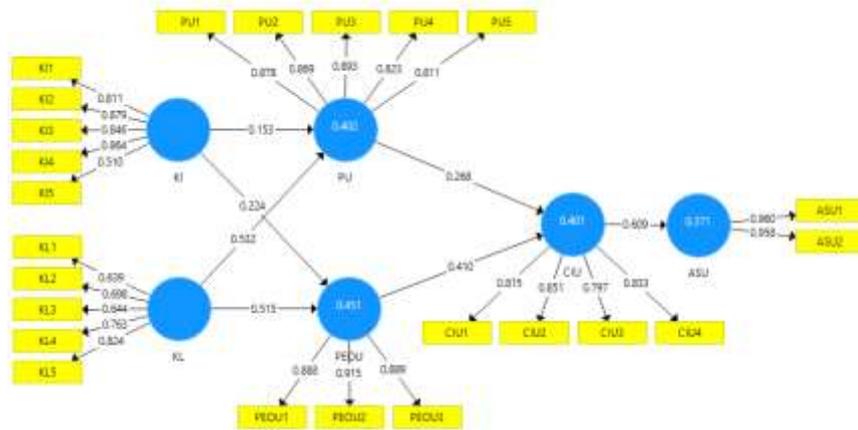
Variabel Penelitian	Sumber	Indikator		No Item Instrumen
Kualitas Informasi	(Ahmad & Khan, 2017; Alshurideh, Salloum, Al Kurdi, Monem, & Shaalan, 2019; Chi, 2018)	KI2	Informasi akurat	2
		KI3	Informasi <i>up-to-date</i>	3
		KI4	Informasi lengkap	4
		KI5	Informasi mudah dimengerti	5
Kualitas Layanan	(Ahmad & Khan, 2017; Al-Fraihat, Joy, Masa'deh, & Sinclair, 2020; Alshurideh et al., 2019; Hanjaya, Kenny, & Gunawan, 2019)	KL1	Layanan tuntas	6
		KL2	Antarmuka memadai	7
		KL3	Tersedia bantuan	8
		KL4	Responsif melayani	9
		KL5	Layanan memuaskan	10
<i>Perceived Usefulness</i>	(Al-Marroof & Al-Emran, 2018; Alshurideh et al., 2019; Chawla & Joshi, 2019)	PU1	Membantu pembayaran	11
		PU2	Kegunaan pembayaran	12
		PU3	Meningkatkan efisiensi	13
		PU4	Meningkatkan produktivitas	14
		PU5	Pembayaran lebih cepat	15
<i>Perceived Ease of Use</i>	(Ahmad & Khan, 2017; Al-Marroof & Al-Emran, 2018; Aziziyah, 2021)	PEOU1	Prosesnya mudah	16
		PEOU2	Nyaman digunakan	17
		PEOU3	Mudah diakses	18
		PEOU4	Bahasa mudah dipahami	19
<i>Continuance Intention to Use</i>	(Al-Marroof & Al-Emran, 2018; Alshurideh et al., 2019; Faizani & Indriyanti, 2021)	CIU1	Penggunaan teratur	20
		CIU2	Meningkatkan frekuensi	21
		CIU3	Akan merekomendasikan	22
		CIU4	Penggunaan berbagai aktivitas	23
<i>Actual System Use</i>	(Al-Marroof & Al-Emran, 2018; Aziziyah, 2021; Yang, Al Mamun, Mohiuddin, Nawi, & Zainol, 2021)	ASU1	Penggunaan Sehari - hari	24
		ASU2	Sering menggunakan pembayaran	25
		ASU3	Sering menggunakan transfer	26

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. HASIL

a. *Outer Model*

Proses analisis *outer* atau *measurement model* dilakukan untuk menggambarkan hubungan antar blok indikator dengan variabel latennya. Terdapat tiga kriteria pengukuran untuk menilai *outer* model yaitu dengan *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Berikut merupakan skema *outer model*:



Gambar 2. Outer Model

Untuk menilai pengujian *convergent validity* digunakan nilai *outer loading* atau *loading factor*. Suatu indikator dinyatakan memenuhi *convergent validity* dalam kategori baik apabila *outer loadings* > 0,50 (Ghozali & Latan, 2015). Berikut adalah nilai *outer loadings* dari masing – masing indikator pada variabel penelitian:

Tabel 2. Convergent Validity

Variabel	Indikator	Outer Loadings	Keterangan
Kualitas Informasi (KI)	KI1	0,811	Valid
	KI2	0,879	Valid
	KI3	0,846	Valid
	KI4	0,864	Valid
	KI5	0,510	Valid
Kualitas Layanan (KL)	KL1	0,639	Valid
	KL2	0,698	Valid
	KL3	0,644	Valid
	KL4	0,763	Valid
	KL5	0,824	Valid
Perceived Usefulness (PU)	PU1	0,878	Valid
	PU2	0,869	Valid
	PU3	0,893	Valid
	PU4	0,823	Valid
	PU5	0,811	Valid
Perceived Ease of Use (PEOU)	PEOU1	0,888	Valid
	PEOU2	0,915	Valid
	PEOU3	0,889	Valid
Continuance Intention to Use (CIU)	CIU1	0,815	Valid
	CIU2	0,851	Valid
	CIU3	0,797	Valid
	CIU4	0,833	Valid
Actual System Use (ASU)	ASU1	0,960	Valid
	ASU2	0,958	Valid

Berdasarkan hasil *convergent validity* pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa 24 indikator telah dinyatakan valid, sedangkan 2 indikator lain yaitu indikator PEOU4 pada variabel *perceived ease of use* dan indikator ASU3 pada variabel *actual system use* dihilangkan karena masih belum memenuhi nilai minimal *outer loadings* yang telah ditetapkan. Selanjutnya adalah mencari nilai *discriminant validity* untuk menguji validitas tiap variabel. Agar nilai *discriminant validity* untuk tiap variabel dapat dikatakan valid, maka *Average Variance Extracted* (AVE) harus $> 0,5$ (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 3. *Discriminant Validity*

Variabel	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	Keterangan
Kualitas Informasi	0,630	Valid
Kualitas Layanan	0,514	Valid
<i>Perceived Usefulness</i>	0,732	Valid
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,805	Valid
<i>Continuance Intention to Use</i>	0,679	Valid
<i>Actual System Use</i>	0,920	Valid

Berdasarkan hasil *discriminant validity* pada tabel 3, dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh variabel telah dinyatakan valid. Selanjutnya dilakukan uji realibilitas tiap variabel dengan *composite reability* dan *cronbach's alpha*. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila menunjukkan nilai *composite reability* dan *cronbach's alpha* $> 0,70$ (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 4. Uji Reabilitas

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Informasi	0,892	0,842	Reliabel
Kualitas Layanan	0,840	0,763	Reliabel
<i>Perceived Usefulness</i>	0,932	0,908	Reliabel
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,925	0,879	Reliabel
<i>Continuance Intention to Use</i>	0,894	0,843	Reliabel
<i>Actual System Use</i>	0,959	0,913	Reliabel

b. *Inner Model*

Pengukuran ini meliputi uji *effect size* atau *f-square* (f^2), uji *R-Square* (R^2) dan uji *Q-Square* (Q^2). Pengujian *f-square* (f^2) dilakukan untuk mengukur besaran efektivitas variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil nilai *f-square* < 0.02 berarti pengaruhnya sangat kecil, $0.02 < f\text{-square} < 0.15$ berarti pengaruhnya kecil, $0.15 < f\text{-square} < 0.35$ berarti pengaruhnya moderat, dan apabila nilai *f-square* > 0.35 berarti pengaruhnya besar.

Tabel 5. Nilai *Effect Size* (f^2)

Variabel	f-square	Ket
Kualitas Informasi → <i>Perceived Usefulness</i>	0,026	Kecil
Kualitas Layanan → <i>Perceived Usefulness</i>	0,309	Moderat
Kualitas Informasi → <i>Perceived Ease of Use</i>	0,060	Kecil
Kualitas Layanan → <i>Perceived Ease of Use</i>	0,316	Moderat
<i>Perceived Usefulness</i> → <i>Continuance Intention to Use</i>	0,055	Kecil
<i>Perceived Ease of Use</i> → <i>Continuance Intention to Use</i>	0,129	Kecil
<i>Continuance Intention to Use</i> → <i>Actual System Use</i>	0,590	Besar

Nilai *R-Square* (R^2) < 0,19 berarti pengaruhnya sangat kecil, $0,19 < R\text{-square} < 0,33$ berarti pengaruhnya kecil, $0,33 < f\text{-square} < 0,67$ berarti pengaruhnya moderat, dan apabila nilai $f\text{-square} > 0,67$ berarti pengaruhnya besar. Sedangkan $Q^2 > 0$ menunjukkan model mempunyai *predictive relevance* dan $Q^2 < 0$ berarti model kurang mempunyai *predictive relevance*.

Tabel 6. *R Square* (R^2) dan *Q-Square* (Q^2)

Variabel	R Square (R^2)	Q-Square (Q^2)
<i>Perceived Usefulness</i>	0.400	0.289
<i>Perceived Ease of Use</i>	0.449	0.358
<i>Continuance Intention to Use</i>	0.399	0.266
<i>Actual System Use</i>	0.370	0.339

2. UJI HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

Untuk menjawab hipotesis yang telah dirumuskan, dapat dilakukan dengan mengidentifikasi besaran *r statistics* dan *p values*. Hipotesis dinyatakan diterima apabila *p value* < 0,05. Apabila nilai *t-statistik* > 1,964 (dengan $n=532$ dan *t-tabel* signifikansi 5%) maka pengaruhnya adalah signifikan. Selanjutnya melalui hasil dari nilai *p-value* yang diperoleh apabila nilai *p-value* pada setiap variabel > 0,05 maka hipotesis diterima. Pengaruh positif dapat dilihat melalui *original sample*.

Tabel 7. Uji hipotesis

	<i>Original Sample</i>	<i>T Statistics</i>	<i>T Tabel</i>	<i>P Values</i>	Keterangan
KI → PU	0.153	3.378	1.964	0.001	Positif, Signifikan
KI → PEOU	0.224	4.992	1.964	0.000	Positif, Signifikan
KL → PU	0.532	12.606	1.964	0.000	Positif, Signifikan
KL → PEOU	0.515	12.111	1.964	0.000	Positif, Signifikan
PU → CIU	0.268	5.394	1.964	0.000	Positif, Signifikan
PEOU → CIU	0.410	8.283	1.964	0.000	Positif, Signifikan

CIU → ASU	0.609	20.285	1.964	0.000	Positif, Signifikan
-----------	-------	--------	-------	-------	---------------------

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, maka penjelasan dapat diuraikan sebagai berikut:

a. H1: Kualitas informasi memiliki hubungan yang signifikan terhadap *perceived usefulness* pada QRIS

Melalui hasil uji hipotesis pada tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai t-statistik dari kualitas informasi terhadap *perceived usefulness* lebih besar dari t-tabel dengan *original sample* positif sebesar 0.153 dan p-value sebesar 0.001 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *perceived usefulness*. Selain itu dapat dilihat pula hasil uji *effect size* (f^2) pada tabel 5 yang menyatakan bahwa pengaruh kualitas informasi terhadap *perceived usefulness* adalah sebesar 0,026 yang berarti pengaruhnya kecil.

b. H2: Kualitas layanan memiliki hubungan yang signifikan terhadap *perceived usefulness* pada QRIS

Melalui hasil uji hipotesis pada tabel 7 dapat dilihat bahwa nilai t-statistik dari kualitas layanan terhadap *perceived usefulness* lebih besar dari t-tabel dengan *original sample* positif sebesar 0.224 dan p-value sebesar 0.000 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *perceived usefulness*. Selain itu dapat dilihat pula hasil uji *effect size* (f^2) pada tabel 5 yang menyatakan bahwa pengaruh kualitas layanan terhadap *perceived usefulness* adalah sebesar 0,209 yang berarti pengaruhnya moderat.

c. H3: Kualitas informasi memiliki hubungan yang signifikan terhadap *perceived ease of use* pada QRIS

Melalui hasil uji hipotesis pada tabel 7 diketahui bahwa nilai t-statistik dari kualitas informasi terhadap *perceived ease of use* lebih besar dari t-tabel dengan *original sample* positif sebesar 0.532 dan p-value sebesar 0.000 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *perceived ease of use*. Selain itu dapat dilihat pula hasil uji *effect size* (f^2) pada tabel 5 yang menyatakan bahwa pengaruh kualitas informasi terhadap *perceived ease of use* adalah sebesar 0,060 yang berarti pengaruhnya kecil.

d. H4: Kualitas layanan memiliki hubungan yang signifikan terhadap *perceived ease of use* pada QRIS

Melalui hasil uji hipotesis pada tabel 7 didapati bahwa nilai t-statistik dari kualitas layanan terhadap *perceived ease of use* lebih besar dari t-tabel dengan *original sample* positif sebesar 0.515 dan p-value sebesar 0.000 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *perceived ease of use*. Selain itu dapat dilihat pula hasil uji *effect size* (f^2) pada tabel 5 yang menyatakan bahwa pengaruh kualitas layanan terhadap *perceived ease of use* adalah sebesar 0,316 yang berarti pengaruhnya moderat.

e. H5: *Perceived usefulness* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *continuance intention to use* pada QRIS

Melalui hasil uji hipotesis pada tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai t-statistik dari *perceived usefulness* terhadap *continuance intention to use* lebih besar dari t-tabel dengan *original sample* positif sebesar 0.268 dan p-value sebesar 0.000 sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *continuance intention to use*. Selain itu dapat dilihat pula hasil uji *effect size* (f^2) pada tabel 5 yang menyatakan bahwa

pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention to use* adalah sebesar 0,055 yang berarti pengaruhnya kecil.

f. H6: *Perceived ease of use* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *continuance intention to use* pada QRIS

Melalui hasil uji hipotesis pada tabel 7 dapat dijabarkan bahwa nilai t-statistik dari *perceived ease of use* terhadap *continuance intention to use* lebih besar dari t-tabel dengan *original sample* positif sebesar 0.410 dan p-value sebesar 0.000 sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *continuance intention to use*. Selain itu dapat dilihat pula hasil uji *effect size* (f^2) pada tabel 5 yang menyatakan bahwa pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention to use* adalah sebesar 0,129 yang berarti pengaruhnya kecil.

g. H5: *Continuance intention to use* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *actual system use* pada QRIS

Melalui hasil uji hipotesis pada tabel 7 didapatkan bahwa nilai t-statistik dari *continuance intention to use* terhadap *actual system use* lebih besar dari t-tabel dengan *original sample* positif sebesar 0.609 dan p-value sebesar 0.000 sehingga dapat disimpulkan bahwa *continuance intention to use* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *actual system use*. Selain itu dapat dilihat pula hasil uji *effect size* (f^2) pada tabel 5 yang menyatakan bahwa pengaruh *continuance intention to use* terhadap *actual system use* adalah sebesar 0,590 yang berarti pengaruhnya besar.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan dapat diterima. Variabel kualitas informasi memiliki pengaruh kecil senilai 0,026 terhadap variabel *perceived usefulness* dan pengaruhnya positif signifikan. Variabel kualitas layanan memiliki pengaruh moderat senilai 0,309 terhadap variabel *perceived usefulness* dan pengaruhnya positif signifikan. Melalui hasil uji R square (R^2) dapat diketahui bahwa variabel *perceived usefulness* dipengaruhi secara moderat oleh variabel kualitas informasi dan kualitas layanan yakni dengan nilai 0,400 atau 40%.

Sedangkan itu, variabel kualitas informasi memiliki pengaruh kecil senilai 0,060 terhadap variabel *perceived ease of use* dan pengaruhnya positif signifikan. Variabel kualitas layanan memiliki pengaruh moderat senilai 0,316 terhadap variabel *perceived ease of use* dan pengaruhnya positif signifikan. Melalui hasil uji R square (R^2) dapat diketahui bahwa variabel *perceived ease of use* dipengaruhi secara moderat oleh variabel kualitas informasi dan kualitas layanan yakni dengan nilai 0,449 atau 44,9%.

Selanjutnya, variabel *perceived usefulness* memiliki pengaruh kecil senilai 0,055 terhadap variabel *continuance intention to use* dan pengaruhnya positif signifikan. Variabel *perceived ease of use* memiliki pengaruh moderat senilai 0,129 terhadap variabel *perceived ease of use* dan pengaruhnya positif signifikan. Melalui hasil uji R square (R^2) dapat diketahui bahwa variabel *continuance intention to use* dipengaruhi secara moderat oleh variabel *perceived usefulness* dan variabel *perceived ease of use* yakni dengan nilai 0,399 atau 39,9%.

Selain itu, variabel *continuance intention to use* memiliki pengaruh besar senilai 0,590 terhadap variabel *actual system use* dan pengaruhnya positif signifikan. Melalui hasil uji R square (R^2) dapat diketahui bahwa variabel *actual system use* dipengaruhi secara moderat oleh variabel *continuance intention to use usefulness* yakni dengan nilai 0,370 atau 37%.

E. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahmad, A., & Khan, M. N. (2017). Developing a Website Service Quality Scale: A Confirmatory Factor Analytic Approach. *Journal of Internet Commerce*, 16(1), 104–126. Routledge.
- [2] Al-Fraihat, D., Joy, M., Masa'deh, R., & Sinclair, J. (2020). Evaluating E-learning systems success: An empirical study. *Computers in Human Behavior*, 102, 67–86. Elsevier Ltd.
- [3] Al-Marouf, R. A. S., & Al-Emran, M. (2018). Students acceptance of google classroom: An exploratory study using PLS-SEM approach. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 13(6), 112–123. Kassel University Press GmbH.
- [4] Alshurideh, M., Salloum, S. A., Al Kurdi, B., Monem, A. A., & Shaalan, K. (2019). Understanding the quality determinants that influence the intention to use the mobile learning platforms: A practical study. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 13(11), 157–183. International Association of Online Engineering.
- [5] Alsyouf, A., Ishak, A. K., Lutfi, A., Alhazmi, F. N., & Al-Okaily, M. (2022). The Role of Personality and Top Management Support in Continuance Intention to Use Electronic Health Record Systems among Nurses. *Int J Environ Res Public Health*.
- [6] Aziziyah. (2021). Peranan Persepsi Manfaat Sebagai Mediasi dalam Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan E-Commerce pada Aplikasi Traveloka. *Jurnal Ilmu Manajemen - Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*, 91.
- [7] Bank Indonesia. (2020). Sosialisasi QRIS. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Documents/Bahan-Sosialisasi-QRIS.pdf>.
- [8] Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. Emerald Group Holdings Ltd.
- [9] Chi, T. (2018). Understanding Chinese consumer adoption of apparel mobile commerce: An extended TAM approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 44, 274–284. Elsevier Ltd.
- [10] Faizani, S. N., & Indriyanti, A. D. (2021). Analisis Pengaruh Technology Readiness terhadap Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention dari Quick Response Indonesian Standard (QRIS) untuk Pembayaran Digital (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi e-Wallet Go-Pay, DANA, OVO, dan LinkAja di Surabaya). *JEISBI (Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence)*, 02(2).
- [11] Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Structural Equation Model: Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)* (Edisi 4.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [12] Hanjaya, S. T. M., Kenny, S. K., & Gunawan, S. S. S. E. F. (2019). Understanding Factors influencing Consumers Online Purchase Intention Via Mobile App: Perceived Ease of use, Perceived Usefulness, System Quality, information Quality, and Service Quality.

Marketing of Scientific and Research Organizations, 32(2), 175–205. Walter de Gruyter GmbH.

- [13] Humanitisri, N., & Ghozali, I. (2018). PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI, DAN VISIBILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI dalam HUBUNGAN ANTARA CSR dengan REPUTASI (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2016). *DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING*, 7(1). Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- [14] Lee, S. W., Sung, H. J., & Jeon, H. M. (2019). Determinants of continuous intention on food delivery apps: Extending UTAUT2 with information quality. *Sustainability (Switzerland)*, 11(11). MDPI.
- [15] Prakarsa, G. (2019). Analisis Faktor-faktor Penerimaan Konsumen Pada Aplikasi E-Marketplace Lazada Menggunakan TAM. *Jurnal Sains dan Teknik*, 1. Retrieved from <http://ejournal.uicm-unbar.ac.id/index.php/sainteks/hal.104>
- [16] Prakarsa, G., Maharani Nasution, V., & Gapura Bhagya, T. (2021). Model Penerimaan Pengguna untuk Aplikasi Mobile Virtual Hotel Operator. *Jurnal Sains dan Teknik*, 3(1). Retrieved from <http://ejournal.uicm-unbar.ac.id/index.php/sainteks/hal>.
- [17] Suhartanto, D., Helmi Ali, M., Tan, K. H., Sjahroeddin, F., & Kusdiby, L. (2019). Loyalty toward online food delivery service: the role of e-service quality and food quality. *Journal of Foodservice Business Research*, 22(1), 81–97. Routledge.
- [18] Triutomo, I., Putra, P., & Heruwasto, I. (2022). FACTORS AFFECTING CONSUMER INTENTION TO USE QRIS DURING THE COVID-19 PANDEMIC BY USING C-TAM-TPB. *The 6 th International Conference on Family Business and Entrepreneurship*, 308–317.
- [19] Venkatesh, V., & Davis, F. D. (1996). A Model of The Antecedents of Perceived Ease of Use: Development and Test. *Decision Science*, 27(3).
- [20] Yang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1–18. MDPI AG.