DETERMINAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN *e-PAYMENT* (QRIS) PADA UMKM DI KOTA MALANG

SKRIPSI

Oleh

RIFQI DHIYA ULHAQ

NIM : 200502110001

JURUSAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2024

DETERMINAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN *e-PAYMENT* (QRIS) PADA UMKM DI KOTA MALANG

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)

Oleh

RIFQI DHIYA ULHAQ

NIM : 200502110001

JURUSAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

DETERMINAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN e-PAYMENT (QRIS) PADA UMKM DI KOTA MALANG

SKRIPSI

Oleh
RIFQI DHIYA ULHAQ
NIM : 200502110001

Telah Disetujui Pada Tanggal 21 Juni 2024
Dosen Pembimbing,

Ditya Permatasari, M.S.A., Ak
NIP. 198709202023212048

LEMBAR PENGESAHAN

DETERMINAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN *e-PAYMENT* (QRIS) PADA UMKM DI KOTA MALANG

SKRIPSI

Oleh
RIFQI DHIYA ULHAQ
NIM : 200502110001

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun.)
Pada 27 Juni 2024

Susunan Dewan Penguji:	Tanda Tangan
1 Ketua Penguji **Zuraidah, M.S.A** NIP. 197612102009122001	
2 Anggota Penguji **Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak. CA., Ph.D** NIP. 197606172008012020	
3 Sekretaris Penguji **Ditya Permatasari, M.S.A., Ak** NIP. 198709202023212048	

Disahkan Oleh:
Ketua Program Studi,

Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak. CA., Ph.D NIP. 197606172008012020

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rifqi Dhiya Ulhaq

NIM : 200502110001

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Menyatakann bahwa **"Skripsi"** yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: **DETERMINAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN *e-PAYMENT* (QRIS) PADA UMKM DI KOTA MALANG** adalah hasil karya saya sendiri, bukan **"duplikasi"** dari karya orang lain.Selanjutnya apabila di kemudian hari ada **"klaim"** dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 5 Juni 2024

[illegible]at saya

METERAI TEMPEL

Rifqi Dhiya Ulhaq

NIM : 200502110005

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini berhasil diselesaikan dengan judul "Determinan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *e-Payment* (QRIS) Pada UMKM Di Kota Malang".

Semoga shalawat serta salam selalu dilimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari masa kegelapan menuju masa yang terang-benderang ini, yaitu Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa penyusunan pada tugas akhir skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya arahan dan kontribusi pemikiran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Ditya Permatasari, M.S.A., Ak, selaku dosen pembimbing yang dengan segala kesibukanya yang selalu berusaha meluangkan waktunya hanya untuk memberikan arahan, saran dan masukan yang berharga dalam setiap proses penulisan dalam penelitian ini. Terimakasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan yang telah ibu berikan. Menjadi mahasiswa bimbingan ibu adalah suatu kehormatan dan rasa bangga bagi peneliti.
2. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, sekaligus dosen pembimbing skripsi.
4. Ibu Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus. Ak., CA., M.Res., Ph.d, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Terutama Bapak dan Ibu dosen Prodi Akuntansi

yang telah memberikan ilmu pengetahuan, mendidik, dan membimbing peneliti selama perkuliahan.

6. Kedua orang tua, Bapak Saiful Walid dan Ibu Nikmatur Rohmah, orang hebat yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tiada batasnya, selalu menjadi penyemangat utama saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Tidak luput dengan mbak apink yang selalu bertanya akan progres skripsi, mas rafdi yang memberikan semangat untuk cepat selesai kuliah dan abang dan adek yang selalu menyemangati untuk selesai skripsi agar cepat pulang. Terimakasih telah mendukung, mendoakan dan menyemangati kakak hingga selesai kuliah. Semoga kita semua diberikan limpahan keberkahan, kesehan , dan kebahagiaan.
7. Pemilik NIM 200502110042 yang tak kalah penting kehadirannya, terimakasih atas dukungan, waktu, kebersamaan dalam pengerjaan skripsi ini. Selalu menghibur dan memberikan semangat yang menjadikan pantang menyerah dalam penulisian skripsi ini.
8. Teman-teman Tangi Turu Sukses, tanpa inspirasi, dorongan, dan dukungan yang kalian berikan, mungkin saya masih bermalas-malasan. Terimakasih setiap kebersamaan dan canda tawa akan menjadi kenangan yang tak terlupakan.

Akhir kata, dengan penuh kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap agar karya yang sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Amin ya Robbal ‘Alamin...

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
SURAT PERNYATAAN ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
DAFTAR ISI ..... **vii**
DAFTAR TABEL ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**
ABSTRAK ..... **xiii**
ABSTRACT ..... **xiv**
جتريدي ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Tujuan Penelitian 6
1.4 Manfaat Penelitian 7
1.5 Batasan Penelitian 7
BAB II KAJIAN PUSTAKA **8**
2.1 Penelitian Terdahulu 8
2.2 Kajian Teoritis 17
2.2.1 *E-Payment* 17
2.2.2 Model TAM 21
2.2.3 *Perceived Risk* 24
2.2.4 *Trust* 25
2.2.5 UMKM 25
2.3 Kerangka Konseptual 27
2.4 Hipotesis 27
2.4.1 *Perceived usefulness* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* 27

2.4.2 *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* 28
2.4.3 *Perceived risk* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* ... 29
2.4.4 *Trust* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* 29
2.4.5 *Behavioral intention to use* berpengaruh terhadap *actual system use* 30
BAB III METODE PENELITIAN 32
3.1 Jenis Dan Pendekatan Penelitian 32
3.2 Lokasi Penelitian..... 32
3.3 Populasi Dan Sampel 32
3.4 Teknik Pengambilan Sampel..... 33
3.5 Data Dan Jenis Data..... 34
3.6 Teknik Pengumpulan Data 34
3.7 Definisi Operasional Variabel 35
3.8 Analisis Data..... 38
3.3.1 Partial Least Square (PLS)..... 38
3.3.2 Statistika deskriptif 39
3.3.3 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) 39
3.3.4 Evaluasi Model Struktural (*Inner Moder*) 40
3.3.5 Tahapan Pengguan SmartPLS..... 41
BAB IV PEMBAHASAN..... 43
4.1 Hasil Penelitian 43
4.1.1 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian..... 43
4.1.2 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) 48
4.1.3 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)..... 53
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian 57
4.2.1 Hubungan *Perceived usefulness* dan *behavioral intention to use*.... 57
4.2.2 Hubungan *Perceived ease of use* dan *behavioral intention to use*... 57
4.2.3 Hubungan *Perceived risk* dan *behavioral intention to use* 58
4.2.4 Hubungan *Trust* dan *behavioral intention to use* 58
4.2.5 Hubungan *Behavioral intention to use* dan *actual system use*..... 59
BAB V KESIMPULAN..... 60
5.1 Kesimpulan 60

5.2 Penutup 61
DAFTAR PUSTAKA..... 62
LAMPIRAN-LAMPIRAN 68

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu 12
Tabel 2. 2 Kriteria UMKM berdasarkan Aset & Omzet 26
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel 35
Tabel 3. 2 Kriteria Penilaian Evaluasi Inner Model 40
Tabel 4. 1 Jawaban Responden Variabel Perceived Usefulness 43
Tabel 4. 2 Jawaban Responden Variabel Perceived Ease of Use 44
Tabel 4. 3 Jawaban Responden Variabel Perceived Risk 45
Tabel 4. 4 Jawaban Responden Variabel Trust 46
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Variabel Trust 47
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Variabel Actual System Use 48
Tabel 4. 7 Nilai Loading Factor 49
Tabel 4. 8 Nilai Cross Loading 51
Tabel 4. 9 Nilai Average Variance Extracted 52
Tabel 4. 10 Nilai Composite Realibility & Cronbachs Alpha 53
Tabel 4. 11 Nilai R-square 54
Tabel 4. 12 Hasil Uji Direct Effect 55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Survey Penggunaan Digital Payment QR Code di Indonesia.. 2
Gambar 1. 2 Pertumbuhan UMKM 4
Gambar 2. 1 Model Original yang Diusulkan Oleh Fred Davis Tahun 1989..... 22
Gambar 2. 2 Model FINAL yang Diusulkan Oleh Fred Davis & Venkatesh Tahun 1996 22
Gambar 2. 3 Kerangka Konseptual 27
Gambar 4. 1 Hasil Output PLS Algorithm 49
Gambar 4. 2 Hasil Uji Hipotesis 55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Peneliti..... 68
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian..... 70
Lampiran 3. Surat Bebas Plagiarisme 74
Lampiran 4. Data Responden..... 75
Lampiran 5. Hasil Running Data 95
Lampiran 6. Rekap Jurnal Bimbingan 98

ABSTRAK

Rifqi Dhiya Ulhaq, 2024, SKRIPSI. Judul: "Determinan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *e-Payment* (QRIS) Pada UMKM Di Kota Malang"

Pembimbing : Ditya Permatasari, M.S.A., Ak,

Kata Kunci : *e-payment*, QRIS, UMKM

Penelitian ini bertujuan untuk menguji determinan dari faktor-faktor yang terdiri dari: *perceived usefulness, perceived ease of use, perceives risk, trust* terhadap *behavioral intention to use* dan *behavioral intention to use* terhadap *actual system use* pada UMKM di Kota Malang. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM yang menggunakan QRIS di Kota Malang masih belum diketahui.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *software* Partial Least Square (PLS) atau SmartPLS, yang dijalankan dengan media komputer. Sampel dari penelitian ini sebanyak 110 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dalam bentuk *google form*.

Hasil dari penelitian menunjukan bahwa, variabel *perceived usefulness, perceived ease of use,* dan *perceives risk* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention to use*, sedangkan untuk variabel *trust* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention to use*, dan variabel *behavioral intention to use* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *actual system use*.

Hasil penelitian juga mengindikasikan bahwa, penggunaan QRIS di UMKM Kota Malang merupakan salah satu tantangan dari adopsi suatu teknologi baru terutama pada orang tua yang masih belum paham teknologi. Hal ini menandakan ketika UMKM mengadopsi suatu teknologi, sumber daya dan skillnya belum memadai.

ABSTRACT

Rifqi Dhiya Ulhaq, 2024, *THESIS. Title: "Determinants of Factors that Influence the Use of e-Payment (QRIS) in MSMEs in Malang City"*

Advisor : Ditya Permatasari, M.S.A., Ak,

Keyword : *e-payment*, QRIS, *MSMEs*

This research aims to examine the determinants of factors consisting of: perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk, trust towards behavioral intention to use and behavioral intention to use towards actual system use in SMEs in the city of Malang. The population in this study is SMEs using QRIS in Malang city which is still unknown.

This research uses a quantitative method with a descriptive approach. The researcher utilizes the Partial Least Square (PLS) or SmartPLS software, which is operated through a computer. The sample size for this study is 110 respondents. Data collection is done through distributing questionnaires in the form of Google Forms.

The results of the study indicate that the variables of perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived risk do not have a positive influence on behavioral intention to use, while the trust variable has a significant impact on behavioral intention to use, and the behavioral intention to use variable has a significant impact on actual system use.

The research results also suggest that the use of QRIS in SMEs in Malang city is one of the challenges in adopting a new technology, especially for older individuals who are not familiar with technology. This indicates that when SMEs adopt a technology, their resources and skills are not yet adequate.

جتريدي

رفقي ذيا أولهاق، 2024، رسالة الدكتوراه. العنوان: "عوامل تحديدية للعوامل التي تؤثر على استخدام الدفع الإلكتروني

(QRIS)في الشركات الصغيرة والمتوسطة في مدينة مالانغ"

المشرف:ديتيا بيرماتاساري ، ماجستير ، AK

الكلمات الرئيسية: الدفع الإلكتروني ، QRIS، الشركات الصغيرة والمتوسطة

هدف هذه الدراسة هو فحص عوامل تحديد القرارات المتكونة من: الفائدة المحسوسة، وسهولة الاستخدام المحسوسة، والمخاطر المحسوسة، والثقة نحو النية السلوكية للاستخدام والنية السلوكية للاستخدام نحو استخدام النظام الفعلي في الشركات الصغيرة والمتوسطة في مدينة مالانغ والذين QRIS في مدينة مالانغ. السكان المستهدفون في هذه الدراسة هم شركات صغيرة ومتوسطة الحجم تستخدم .لا يزالون مجهولين

تستخدم هذه الدراسة البحثية أسلوبًا كميًا بنهج وصفي. يستخدم الباحث برنامج الجزء SmartPLS أو (PLS)، والذي يعمل عبر الكمبيوتر. حجم العينة لهذه الدراسة هو 110 مستجيبًا. يتم جمع البيانات من خلال توزيع استبيانات في شكل نماذج الأقل .Google Forms

تظهر نتائج الدراسة أن المتغيرات المتعلقة بالفائدة المحسوسة، وسهولة الاستخدام المحسوسة، والمخاطر المحسوسة لا تمتلك تأثيرًا إيجابيًا على النية السلوكية للاستخدام، بينما المتغير المتعلق بالثقة يمتلك تأثير ملحوظ على النية السلوكية للاستخدام، والمتغير الذي يتعلق بالنية .السلوكية للاستخدام يمتلك تأثير مهم على استخدام النظام الفعلي

في الشركات الصغيرة والمتوسطة في مدينة مالانغ هو أحد التحديات في تبني QRIS تقترح نتائج البحث أيضًا أن استخدام التكنولوجيا الجديدة، خاصة بالنسبة للأفراد الأكبر سنًا الذين ليسوا ملمين بالتكنولوجيا. يشير ذلك إلى أنه عندما تعتمد الشركات .الصغيرة والمتوسطة تكنولوجيا ما، فإن مواردها ومهاراتها لا تكون كافية بعد

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

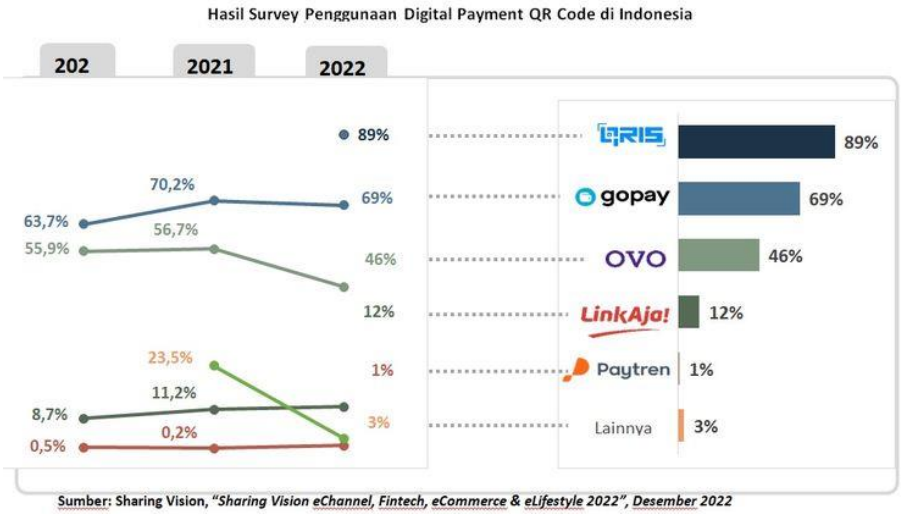
Pada masa ini di mana jaringan ekonomi semakin meluas dan kemajuan teknologi saat ini, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang posisi penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk Kota Malang. Dalam beberapa tahun terakhir ini, pemerintah Indonesia telah memberikan perhatiaan khusus pada sektor UMKM dengan berbagai program untuk mendorong perkembangan UMKM, termasuk di Kota Malang. UMKM tidak hanya berkontribusi secara signifikan dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PBD), tetapi juga menciptakan lapangan kerja. Menurut Kemnetrian Koordinator Bidang Perekonomian pada Siaran Persnya menyatakan bahwa, sebanyak 97% angkatan kerja dipekerjakan oleh UMKM yang telah menyumbang 61,9% PDB bagi negara. Kemajuan teknologi ini membawa tantangan tersendiri untuk pelaku UMKM salah satunya adalah penggunaan layanan pembayaran digital semakin meningkat di Indonesia, terutama setelah pandemi *Covid-19* yang mendorong banyak kegiatan beralih ke ranah online.

Berjalannya perkembangan teknologi yang sangat cepat, sistem pada pembayaran dalam transaksi jual beli juga mengalami perubahan (Latuheru & Foenay, 2021). Kemajuan teknologi informasi dapat mendorong terciptanya perekonomian ke arah digital (Permatasari & Putri Aprilianti, 2023). UMKM perlu beradaptasi dengan perubahan ini dan memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efesiensi, inovasi, dan pemasaran produk mereka. Inovasi-inovasi baru muncul dengan cepat, salah satu inovasi utama yang muncul dalam idustri keuangan adalah *e-Paymnet.* Hal ini memungkinkan individu dan UMKM untuk melakukan transaksi keuangan tanpa mengunakan uang tunai. Menurut (Lubis et al., 2023) yang mengatakan kemudahan masyarakat mengakses internet dan semakin banyaknya *smartphone* dengan harga

terjangkau untuk masyarakat kelas menengah ke bawah menjadikan teknologi digital memiliki pangsa pasar yang terbuka lebar. Banyak *platform e-Commerce* yang menyediakan layanan penitipan uang elektronik dan meningkatkan kenyamanan transaksi. *e-Payment* telah memberikan berbagai kemudahan dan fleksibilitas bagi UMKM dalam melakukan berbagai transaksi dalam bisnisnya. *E-payment* adalah metode pembayaran elektronik yang aman yang dapat menurunkan risiko kehilangan dan pencurian uang tunai. (Muhtarom, 2022).

Berbagai jenis *e-Payment* saat ini mulai beragam, mulai dari *e-money*, *e-wallet* hingga *QR Payment* (Afinandiva & Muryanto, 2019). Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) dan Bank Indonesia membuat suatu sistem Pembayaran QR yang sering dikenal dengan QRIS (QR Code Indonesia Standard). Menurut (Bank Indonesia, 2023) mengatakan bahwa data per Juni 2023 pengguna QRIS telah mencapai hingga 26,7 juta *merchant*, dengan 91,4% berasal dari UMKM. Hal ini juga di dukung oleh hasil survey penggunaan *digital payment* QR Code di Indonesia milik Dr. Dimitri Mahayana yang di publikasikan pada Kompas.com.

Gambar 1. 1
Hasil Survey Penggunaan Digital Payment QR Code di Indonesia



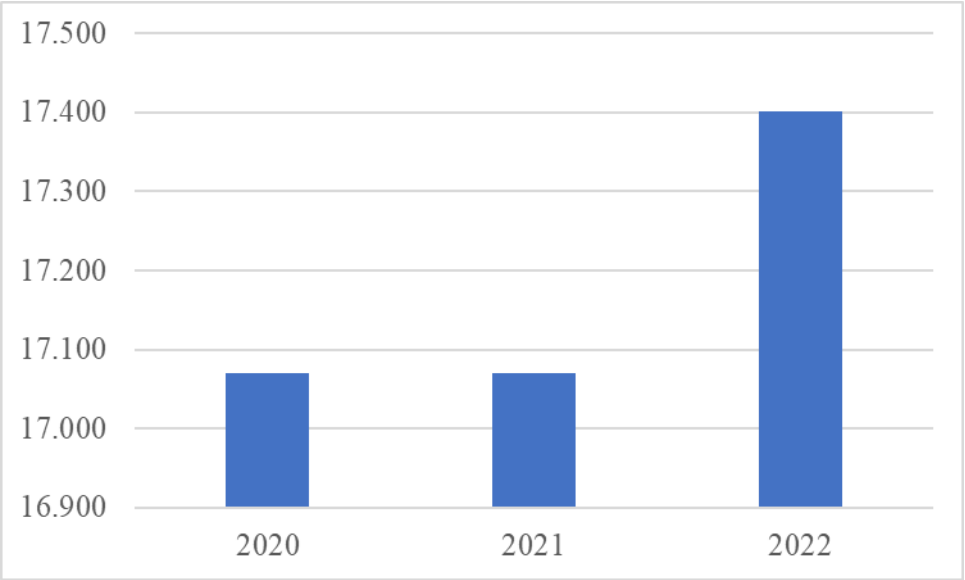
Sumber : Mahayana (2023)

Dari gambar 1.2 menjelaskan bahwa penggunaan QRIS memiliki urutan teratas yang mencapai 89% lalu diikuti dengan Gopay sebesar 69 %, OVO sebesar 46%, Link Aja sebesar 12%, Paytren sebesar 1%, dan lainnya sebesar 3%. Hal ini menandakan bahwa penggunaan metode pembayaran digital berbasais QRIS, Gopay, dan OVO telah menjadi popular di Indonesia. Dengan demikian, gambar 1.2 Membarikan gambaran tentang tren penggunaan pembayaran digital di Indonesia.

Penggunaan *e-Payment* tidak terlepas dari hal yang mempengaruhi diterimanya sistem. *Technology Acceptance Model* (TAM) pada buku *"User Acceptance Of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models"* adalah salah satu teori yang sering diterapkan untuk mengevaluasi bagaimana perasaan pengguna terhadap suatu sistem teknis. Setelah Fred Davis pertama kali memperkenalkan model ini pada tahun 1986, Venkatesh dan Davis pada tahun 1996 mengembangkan model TAM, yang mengalami sejumlah modifikasi. Model TAM berupaya menggambarkan perilaku pengguna serta elemen-elemen yang berkontribusi terhadap adopsi penggunaan teknologi berbasis informasi secara umum. (Purboyo et al., 2020). faktor TAM yang dirumuskan (F. D. Davis et al., 1989) sebagai indikator utama terhadap penggunaan suatu sistem yaitu, *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Ease of Use* (PEoU), *Intention To Use* (ITU), dan *Actual System Use* (ASU).

Penelitian ini ditujukan kepada para pelaku UMKM di wilayah Kota Malang. Hal ini membuka berbagai peluang bagi para UMKM untuk berkembang dan memanfaatkan potensi yang ada.

Gambar 1. 2
Pertumbuhan UMKM



Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Malang, (2022)

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tiga tahun terakhir UMKM di Kota Malang. Pada tahun 2021, UMKM di Kota Malang tidak mengalami penurunan maupun peningkatan. Sedangkan, pada tahun 2022 mengalami pertumbuhan yang tinggi.

Penelitian tentang TAM pada *e-Payment* telah dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu yaitu, (Durman & Musdholifah, 2020) yang dilakukan di Kota Surabaya dalam penggunaan OVO, (Herdioko et al., 2023) yang dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta dalam penggunaan dompet digital OVO, (Jocelyn et al., 2022) yang dilakukan di Kota Surakarta dalam penggunaan GoPay, (Khan & Abideen, 2023) yang dilakukan di Negara Pakistan dalam penggunaan *digital wallet*, (M & Warningsih, 2021) yang dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisinis Universitas Tarumanegara dalam menggunakan ShopeePay, (Prasetyo & Wardhani, 2022) yang dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta dalam penggunaan GoPay, (Qomariah, 2022) yang dilakukan untuk pengguna ShopeePay, (Sinurat & Sugiyanto, 2022) yang dilakukan di Jakarta dalam penggunaan *mobile wallet*.

Penerimaan suatu sistem dapat diukur dengan menggunakan model TAM. TAM dapat membantu memahami elemen-elemen yang mempengaruhi pilihan konsumen untuk menggunakan dan memanfaatkan QRIS. QRIS (Galih Nur Jati et al., 2023). Faktor-faktor yang akan diteliti dalam penelitian ini meliputi *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Ease of Use* (PEoU), *Intention To Use* (ITU), dan *Actual System Use* (ASU).

Penelitian tentang QRIS sendiri telah dilakukan oleh, (Saputri, 2022) dengan judul "Analisis *Technology Acceptance Model* (TAM) Terhadap Minat Umkm Menggunakan Digital Payment Quick Response Indonesia Standard (QRIS) Di Kota Surakarta". Dari penelitian tersebut peneliti mengubah variable pengetahuan menjadi *trust*, dan menambahkan variabel *actul system use*. (Engko et al., 2023) juga meneliti tentang QRIS yang berjudulkan "Pengaruh Pengetahuan Dan Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan QRIS Dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) Sebagai Variabel Mediasi". Dari penelitian tersebut peneliti menambah variabel *perceived risk* dan *trust*.

Pemilihan topik QRIS didasarkan, meningkatnya penggunaan *e-Payment* terutama QRIS dari tahun 2019 hingga 2022 (Mahayana, 2023). Sedangkan penggunaan QRIS pada UMKM di Kota Malang masih belum teridentifikasi, sehingga penelitian ini akan mengidentifikasi seberapa jauh UMKM di Kota Malang yang telah menggunakan QRIS. Penggunaan varibel TAM digunakan dalam penerimaan suatu sistem yang paling banyak digunakan sehingga peneliti berusaha melihat implementasi model TAM pada UMKM yang telah menggunakan QRIS di kota Malang.

Peneliti menambahkan variabel *perceived risk* dan *trust* karena dua variabel ini merupakan hal yang melekat pada teknologi QRIS. Risiko adalah faktor kunci yang mempengaruhi dalam menggunakan mobile banking (Mubarak, 2022) sehingga QRIS juga terdapat resiko yang harus di tanggung oleh pengguna. Sedangkan *trust* adalah komponen penting dalam mendorong setiap nasabah untuk melakukan transaksi non-tunai (Khurnia, 2023), sehingga dari penguna apakah akan percaya atau tidak terhadap QRIS itu sendiri.

Dari fenomena yang diuraikan, penelitian menambahkan beberapa variabel dari penelitihan terdahulu dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) di Kota Malang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan pengaruh dari penggunaan *e-Payment* dalam penggunaan QRIS pada pelaku UMKM di Kota Malang. Dengan demikian, peneliti mengambil judul **"DETERMINAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN *e-PAYMENT* (QRIS) PADA UMKM DI KOTA MALANG"**.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah menyajikan latar belakang seperti yang telah diuraikan sebelumnya, maka dirumuskan beberapa rumusan masalah sebegai berikut:

1. Apakah *behavioral intention to use* dapat dipengaruhi oleh *perceived usefulness*?
2. Apakah *behavioral intention to use* dapat dipengaruhi oleh *perceived ease of use*?
3. Apakah *behavioral intention to use* dapat dipengaruhi oleh *perceived risk*?
4. Apakah *behavioral intention to use* dapat dipengaruhi oleh *trust*?
5. Apakah *actual system use* dapat dipengaruhi oleh *behavioral intention to use?*

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji apakah *behavioral intention to use* dapat dipengaruhi oleh *perceived usefulness.*
2. Untuk menguji apakah *behavioral intention to use* dapat dipengaruhi oleh *perceived ease of use.*
3. Untuk menguji apakah *behavioral intention to use* dapat dipengaruhi oleh *perceived risk.*
4. Untuk menguji apakah *behavioral intention to use* dapat dipengaruhi oleh *trust.*

5. Untuk menguji apakah *actual system use* dapat dipengaruhi oleh *behavioral intention to use.*

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Secara teoritis, penelitian ini dapat memberi informasi mengenai penggunaan dari *e-Payment* (QRIS) terhadap aktivitas transaksi UMKM di Kota Malang. Kontribusi dari penelitian ini diharapkan akan meluas ke bidang ilmu pengetahuan, khususnya dalam sektor keuangan. Selain itu, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan yang berguna untuk penelitian selanjutnya di bidang ini.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi Pemilik UMKM

      Penelitian ini diharapkan membuahkan hasil yang bermanfaat dari penggunaan *e-Payment.* Meraka dapat mengoptimalkan pengelola keuangan bisnis mereka dengan lebih efisien.

   b. Bagi Peneliti

      Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan pemahaman. yang lebih tentang pengunaan *e-Payment* dalam lingkungan UMKM.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini akan berfokus terhadap penggunaan QRIS pada *e-Payment* pada semua sektor UMKM di Kota Malang.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Mei & Boon Aun, (2019) *"Factors Influencing Consumers' Perceived Usefulness of M-Wallet in Klang Valley, Malaysia"*. Penelitian ini menjelaskan bahwa M-Wallet menjadi perhatian utama orang-orang saat menggunakan teknologi apa pun karena penggunaan setiap teknologi rentan terhadap penipuan, pencurian data, dan pencurian. Oleh karena itu, penelitin ingin mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi persepsi kegunaan *M-Wallet* di Malaysia. Hasil penelitian ini meyatakan bahwa, kenyamanan mempunyai pengaruh positif dalam menggunakan *M-wallet* di Klang Valley, kerahasiaan tidak mempunyai pengaruh dalam menggunakan *M-wallet* di Klang Valley, pengaruh sosial mempunyai pengaruh positif dalam menggunakan *M-wallet* di Klang Valley. Sehingga, temuan penelitian ini berguna bagi perusahaan dan pengembang *M-wallet* untuk memahami lebih baik faktor-faktor penentu yang dianggap berguna dalam *M-wallet* untuk meningkatkan aplikasi mereka sesuai dengan apa yang benar-benar diinginkan konsumen di Lembah Klang.

Utami, (2021) "Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment Linkaja Dengan Kemudahan Sebagai Variable Mediasi". Penelitian ini menjelaskan bahwa perkembangan suatu bisnis online dapat didukung oleh peningkatan dari pengguna internet. Maka dari itu, peneliti ini membahas bagaimana pengaruh kepercayaan, kegunaan, keamanan dan kemudahan terhadap minat penggunaan *mobile payment* di LinkAja. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa semua variabel mediasi dapat memberi pengaruh positif pada minat menggunakan *mobile payment* di LinkAja.

M & Warningsih, (2021) *"Determining Factor of Digital Wallet Usage"*. Penelitian ini menjelaskan bahwa, Di Indonesia, fintech sudah memiliki posisinya yang kini menjadi tren. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk memilih

ShopeePay dalam penggunaannya, untuk memahami secara spesifik alasan yang mempengaruhi niat penggunaan ShopeePay sebagai alat pembayaran. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa, meskipun terdapat pengaruh *Perceived Effectiveness* terhadap *Usage Intention*, pengaruh *Perceived Risk* tidak terdapat mempengaruhi *Usage Intention*, dan terdapat pengaruh *Trust* terhadap *Usage Intention*.

Primadineska & Jannah, (2021) "*Perceived Security and Trust in Electronic Payment Systems: How They Affect the Decision to Use EPS During the COVID-19 Pandemic*". Penelitian ini menjelaskan bahwa Pandemi tersebut juga mendorong pemerintah untuk memberlakukan pembatasan sosial di beberapa wilayah di Indonesia untuk mengurangi interaksi antarmanusia yang dinilai dapat menjadi mata rantai penyebaran virus. Oleh karena itu. seluruh sektor industri dan pemangku kepentingan baik pemerintah maupun swasta perlu beradaptasi terhadap perubahan agar pelaksanaan perubahan sistem dalam jangka panjang, baik sistem kerja maupun transaksi perekonomian, dapat lebih optimal. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa, adanya perlindungan teknis dapat mempengaruhi persepsi keamanan dan kepercayaan konsumen terhadap EPS. namun, persepsi keamanan saja tidak serta merta mendorong konsumen untuk menggunakan EPS. Sehingga, Ketika pengguna memahami keamanan EPS dengan baik maka akan mempengaruhi tingginya tingkat kepercayaan pengguna terhadap EPS sehingga berujung pada keputusan untuk menggunakan EPS.

E. Wijaya et al., (2021) "Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan (Trust) pada Adopsi Layanan Fintech (Studi Kasus pada Layanan Pembayaran Digital Gopay)". Penelitian ini menjelaskan bahwa, Fintech terus memperluas lingkungan perusahaan melalui penggunaan pembayaran seluler. Oleh karena itu, terlepas dari apakah perusahaan tersebut menawarkan layanan pembayaran digital atau tidak, para peneliti tertarik untuk mempelajari bagaimana risiko dan kepercayaan memengaruhi pemanfaatan layanan ini di GoPay. Berdasarkan temuan studi tersebut, risiko dianggap memiliki efek

menguntungkan yang minimal pada penggunaan GoPay oleh warga Kota Bandung, namun kepercayaan juga memiliki dampak yang besar. Namun baik risiko maupun kepercayaan dapat memberikan dampak baik terhadap penggunaan GoPay di Kota Bandung.Alotaibi & Alghamdi, (2022) "*The Impact of Perceived Security and Perceived Trust on the Use of m-Payment Applications in Saudi Arabia*". Penelitian ini menjelaskan bahwa, aplikasi pembayaran seluler menjadi lebih penting bagi perusahaan dan konsumen dalam proses perdagangan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengukur dampak *Perceived Security* dan *Perceived Trust* terhadap penggunaan aplikasi pembayaran seluler. Temuan penelitian ini memberitahu adanya jalur yang signifikan antara (Perlindungan Teknis, Prosedur Transaksional, dan Pernyataan Keamanan pada aplikasi *m-Payment*) dan (*Perceived Trust* dan *Perceived Security* pada aplikasi *m-Payment*). Sehingga, hal ini berkontribusi pada praktik dengan memberikan gambaran yang jelas bagi penyedia layanan tentang dampak *Perceived Security* dan *Perceived Trust* terhadap aplikasi *m-Payment* jika mereka ingin memberikan layanan mereka dengan sukses dan efektif.

Jocelyn et al., (2022) "*Behavioral Of Using Gopay As An Alternative Payment Method*". Penelitian ini menjelaskan bahwa, *E-wallet* dapat membuat daya beli yang optimal bagi masyarakat yang sekaligus akan mampu memberikan dampak terhadap peningkatan perekonomian negara. Oleh karena itu, meneliti perilaku penggunaan gopay sebagai alternatif metode pembayaran. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa, kecenderungan responden terhadap persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan niat berperilaku melalui sikap terhadap penggunaan sebagai variabel mediasi memberikan hasil positif signifikan.

Prasetyo & Wardhani, (2022) "Analisis Pengaruh *Perceived Risk* dan *Trust* terhadap Pengujian *Behavioral Intention* Mahasiswa Pengguna GoPay". Studi ini mengklarifikasi bahwa meskipun Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyarankan untuk tidak menggunakan uang tunai karena penyebaran virus

corona yang cepat, panduan metode pembayaran nirsentuh tidak diperlukan. Oleh karena itu, peneliti bertujuan untuk mengukur antusiasme siswa dalam menggunakan GoPay untuk proyek do-it-yourself. Temuan penelitian menunjukkan bahwa minat pelajar dalam menggunakan Gopay dipengaruhi secara positif oleh persepsi pengguna, khususnya persepsi risiko dan kepercayaan.

Sinurat & Sugiyanto, (2022) "Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use* dan Promosi Penjualan melalui Mediasi *Attitude Toward Using* dan *Perceived Security* terhadap *Behavioral Intention to Use* (Studi Empiris: Pengguna *Mobile Wallet* di Jakarta)". Penelitian ini menjelaskan bahwa, transaksi keuangan yang dilakukan menggunakan uang tunai mayoritas telah berpindah kepada transaksi digital. Oleh karena itu, pengaruh promosi penjualan, persepsi utilitas, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, dan sikap terhadap penggunaan terhadap niat perilaku untuk menggunakan di kalangan pengguna dompet seluler di Jakarta menjadi menarik bagi para akademisi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa di Jakarta, PU dan PEU memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ATU pada *mobile wallet*.

J Laloan et al., (2023) "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Pengguna E-Payment QRIS Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado". Penelitian ini menjelaskan bahwa, sistem barter telah mengalami banyak perubahan akibat kemajuan teknologi yang pesat, termasuk diperkenalkannya uang elektronik sebagai metode pembayaran. Oleh karena itu, kami tertarik mempelajari bagaimana minat pengguna dipengaruhi oleh persepsi imbalan, risiko, dan kenyamanan penggunaan. Berdasarkan temuan penelitian, setiap faktor dapat berdampak besar terhadap minat konsumen pembayaran elektronik QRIS.

Tabel 2. 1
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode & Analisis Data	Hasil penelitian
1.	Mei & Boon Aun, (2019) dengan judul *"Factors Influencing Consumers' Perceived Usefulness of M-Wallet in Klang Valley, Malaysia"*	Variable independent: *Convenience, confidentiality, social influence* Variable dependen: *Perceived usefulness*	*Quantitative research method*	Berdasarkan temuan penelitian, penggunaan *M-Wallet* berdampak positif pada kenyamanan pada peringkat pertama, kerahasiaan pada peringkat kedua tidak berpengaruh, dan pengaruh sosial pada peringkat ketiga memiliki dampak yang baik.
2.	Utami, (2021) dengan judul "Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment Linkaja Dengan Kemudahan Sebagai Variable Mediasi"	Variable independent: Kepercayaan, kegunaan, keamanan, Variable dependen: Minat menggunakan Variable mediasi: Kemudahan,	Metode kuantitatif	Temuan penelitian menunjukkan bahwa minat pelajar dalam menggunakan pembayaran LinkAja dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kepercayaan, kegunaan, keamanan, dan kenyamanan.

3.	(M & Warningsih, 2021) dengan judul *"Determining Factor of Digital Wallet Usage"*	Variable independent: *Perceived usefulness, perceived risk, trust* Variable dependen: *Usage intention*	*Quantitative approach*	Berdasarkan temuan penelitian, ada dua faktor utama yang berperan: manfaat yang dirasakan dan niat untuk menggunakan, kedua tidak terdapat pengaruh Perceived Risk terhadap Penggunaan Niat, dan ketiga terdapat pengaruh Trust terhadap Niat Penggunaan.
4.	Primadineska & Jannah, (2021) dengan judul *"Perceived Security and Trust in Electronic Payment Systems: How They Affect the Decision to Use EPS During the COVID-19 Pandemic"*	Variable independent: *Technical protection* Variable dependen: *Decision to use EPS* Variable moderat: *Perceived risk, trust of EPS*	*Quantitative research*	Berdasarkan temuan studi tersebut, perlindungan teknologi terbukti berdampak pada kepercayaan pengguna dan persepsi keamanan, namun persepsi keamanan itu sendiri mungkin tidak meyakinkan pelanggan untuk

				menggunakan EPS.
5.	E. Wijaya et al., (2021) dengan judul *"Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan (Trust) pada Adopsi Layanan Fintech (Studi Kasus pada Layanan Pembayaran Digital Gopay) The Influence of Perceived Risk and Trust in Adoption of Fintech Service (Case Study on GoPay Digital Payment Service Users)"*	Variable independent: Persepsi risiko, kepercayaan Varibel dependen: Penggunaan Gopay	Metode yang digunakan yaitu kuantitatif	Temuan penelitian menunjukkan bahwa, pertama, persepsi risiko berpengaruh signifikan dan negatif terhadap penggunaan GoPay; kedua, kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap penggunaan GoPay; dan ketiga, persepsi risiko dan kepercayaan secara bersamaan mempengaruhi penggunaan GoPay.
6.	Alotaibi & Alghamdi, (2022) dengan judul *"The Impact of Perceived Security and Perceived Trust on the Use of m-Payment Applications in Saudi Arabia"*	Variable independen: *Technical protection, transaction procedures, security statement, perceived of security, perceived of trust*	*Quantitative research*	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa, adanya jalur signifikan pada (Perlindungan Teknis, Prosedur Transaksional, dan Pernyataan

		Variable depanden: *M-Payment application usage*		Keamanan pada aplikasi m-Payment) dan (Perceived Trust dan Perceived Security pada aplikasi m-Payment).
7.	Jocelyn et al., (2022) dengan judul *"Behavioral Of Using Gopay As An Alternative Payment Method"*	Variable independent: *Perceived ease of use, perceived usefulness* Variable depanden: *Behavioral intention to use* Variabl mediator: *Attitude toward using*	*Descriptive quantitative research method*	Temuan penelitian menghasilkan, sikap terhadap penggunaan, persepsi kegunaan, dan kenyamanan penggunaan semuanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan. Kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan.
8.	Prasetyo & Wardhani, (2022) dengan judul "Analisis Pengaruh Perceived Risk	Variable independent: *Performance expectancy, effort expectancy,*	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan	Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun pengaruh

	dan Trust terhadap Pengujian Behavioral Intention Mahasiswa Pengguna GoPay"	*social influence, facilitating condition, hedonic motivation, price value, habit, perceived risk, trust* Variable dependen: *Behavioral intention*	pendekatan survei.	sosial, insentif hedonis, kebiasaan, dan kepercayaan memiliki dampak menguntungkan terhadap niat berperilaku, ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, keadaan yang memungkinkan, dan bahaya yang dirasakan tidak berpengaruh.
9.	Sinurat & Sugiyanto, (2022) dengan judul "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Promosi Penjualan melalui Mediasi Attitude Toward Using dan Perceived Security terhadap Behavioral Intention to Use (Studi Empiris: Pengguna Mobile Wallet di Jakarta)"	Vadiabel independent: *Perceived usefulness, perceived ease of use, sales promotion, perceived security* Variable dependen: *Behavioral intention to use* Variable mediasi: *Attitude toward using*	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan metode korelasional	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa, PU, dan PEU memiliki hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap ATU pada mobile wallet di Jakarta.

10.	J Laloan et al., (2023) dengan judul "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Pengguna E-Payment Qris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado"	Variabel independent: Kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, risio Variable depanden: minat pengguna	Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif	Temuan penelitian ini menghasilkan, minat pengguna terhadap pembayaran elektronik dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh manfaat yang dirasakan, kenyamanan penggunaan, dan bahayanya pada saat yang bersamaan.

Sumber : Diolah Peneliti

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 *E-Payment*

2.2.3.1 Pengertian *E-Payment*

E-Payment merupakan salah satu jenis pembayaran *online* yang dapat membuat interaksi keuangan konsumen menjadi lebih mudah dan nyaman. (Pratama et al., 2023). Pengguna hanya perlu membayar secara *online* melalui internet, tanpa perlu berjumpa atau melakukan pertemuan fisik dengan penjual secara langsung.

Dalam penelitian ini *e-Payment* merupakan jenis dari *Financial Technology* (FinTech). FinTech adalah penyedia barang dan jasa keuangan yang memanfaatkan teknologi informasi yang sedang berkembang. (Ansori, 2019). Adapun jenis-jenis dari FinTech (Otoritas Jasa Keuangan, 2023) yaitu:

1. *Crowdfunding*

Saat ini, *crowdfunding* merupakan metode penggalangan dana yang populer di banyak negara, termasuk Indonesia.

2. *Microdinancing*

   Memberikan layanan keuangan kepada individe dari kelas menengah kebawah dalam meningkatkan keuangan mereka dikenal sebagai *microdinancing.*

3. *P2P Lending Service*

   P2P Lending Service merupakan sebuah pinjaman uang.

4. *Market Comparison*

   Market Comparison merupakan produk keuangan dari berbagai macam penyedia jasa keuangan.

5. *Digital Payment System*

   Digital Payment System merupakan penyediaan layanan yang berupa pembayaran *online*.

Dari jenis-jenis FinTech di atas peneliti mengambil jenis *digital payment system* atau bisa disebut *e-Payment*. *E-Payment* saai ini digunakan dalam bertransaksi tanpa bertemu fisik seperti belanja *online*, dan dengan pertumbuhan dalam penggunaan internet mebuat munculnya berbagai *e-commerce*, sehingga pembayaran menggunakan *e-Payment* merupakan sebuah solusi dalam menggantikan uang tunai dalam suatu transaksi.

Pembayaran elektronik dengan jenis QRIS merupakan metode pembayaran yang semakin populer saat ini. (Sandy, 2020). Bank Indonesia dan ASPI mengembangkan QRIS, standar pembayaran Kode QR untuk sistem pembayaran Indonesia. (Bank Indonesia, 2020). QRIS mempunyai karakteristik yaitu UNGGUL (Bank Indonesia, 2020) yang merupakan kenpajangan dari:

1. UNiversal

   QRIS memberikan pelayanan dengan pembayaran melalui segala aplikasi pembayaran yang telah memiliki QR Code.

2. GampanG

   Masyarakat akan dipermudah hanya dengan scan dan klik, bayar.

3. Untung

   Dengan QRIS, Anda dapat membayar dengan akun pembayaran QR apa pun dan menerima semua pembayaran melalui kode QR dengan satu akun.

4. Langsung

   QRIS memberikan pembayaran yang langsung diproses seketika.

QRIS akan memberikan berbagai macam manfaat bagi pengguna QRIS itu sendiri. Pengguna dapat memanfaatkan QRIS dalam segala pembayaran hanya dengan memindai kode QR., yang memungkinkan proses pembayaran menjadi cepat dan sesuai dengan tren teknologi saat ini. Selain itu, pengguna tidak lagi untuk membawa atau menyimpan uang tunai dan tidak perlu khawatir tentang kebingungan dalam memilih QR karena semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang menggunakan QRIS telah mempunyai izin resmi yang diawasi dari pihak Bank Indonesia, sehingga memberikan perlindungan bagi para pengguna.

Jenis pembayaran menggunakan QRIS terdapat 3 macam (Bank Indonesia, 2020) yaitu:

1. *Merchant Presented Mode* (MPM) Statis

   MPM statis merupakan yang paling mudah, cukup *print-out* QRIS. Pengguna hanya perlu untuk scan QRIS dan

melanjutkan Langkah dari *e-payment* yang digunakan pengguna.

2. *Merchant Presented Mode* (MPM) Dinamis,

   QR akan dibuat oleh MPM dinamis menggunakan *gadget* seperti ponsel dan peralatan EDC. Konsumen akan memindai QRIS yang ditampilkan setelah pengguna QRIS memasukkan jumlah pembayaran.

3. *Consumer Presented Mode* (CPM)

   CPM menunjukkan QRIS yang ada pada aplikasi *e-payment* yang dipakai pelanggan untuk discan oleh *merch ant*.

2.2.3.2 *E-Payment* dalam Pandangan Islam

E-Payment dalam pandangan islam sempat dijelaskan dalam Hadist yang disampaikan oleh Muhammad Syafi'I yang berbunyi sebagai berikut:

,أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ فِيْهِنَّ الْبَرَكَةُ: اَلْبَيْعُ إِلَى أَجَلِ

وَالْمُقَارَضَةُ وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيْرِ لِلْبَيْتِ لاَ لِلْبَيْعِ .رواه ابن ماجه عن صهيب

Artinya: "Nabi saw. bersabda, ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli tidak secara tunai, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan jewawut untuk keperluan rumah tangga, buka untuk dijual."

Hadist tersebut memiliki terkaitan dengan *e-Payment* dalam keberkahan transaksi ekonomi. Ketika Nabi Muhammad saw. besabda salah satu dari tiga hal yang mengndung berkah mencerminkan prinsip dari *e-Payment* di era sekarang. Penggunaan teknologi e-payment memungkinkan transaksi jual beli untuk dilakukan secara efisien dan tanpa uang tunai fisik, seiring dengan pesan dalam hadis.

Hadist di atas juga didukung oleh hadist shahih at-Tirmidzi 1241 yang berbunyi sebagai berikut:

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ غَفَرَ اللَّهُ لِرَجُلٍ كَانَ قَبْلَكُمْ كَانَ سَهْلًا إِذَا بَاعَ سَهْلًا إِذَا اشْتَرَى سَهْلًا إِذَا اقْتَضَى قَالَ هَذَا حَدِيثٌ صَحِيحٌ حَسَنٌ غَرِيبٌ مِنْ هَذَا الْوَجْهِ

Artinya: "Semoga Allah mengampuni seseorang sebelum kalian, ia memberi kemudahan ketika menjual, memberi kemudahan ketika membeli, dan memberi kemudahan ketika memutuskan perkara."

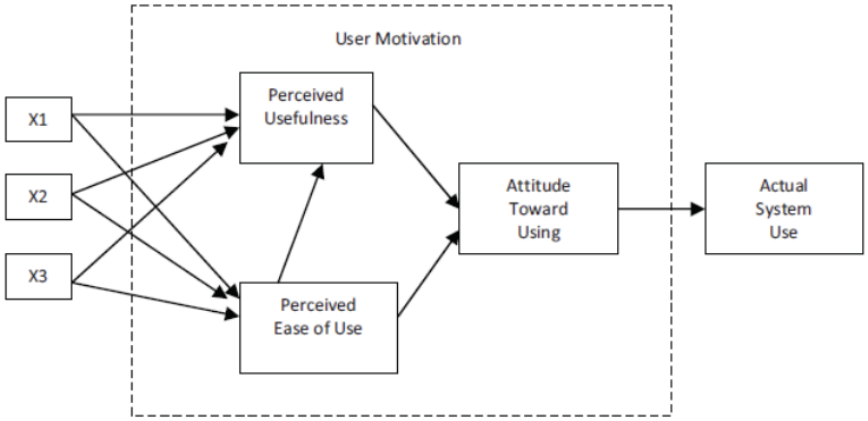
Penjelasan di atas menjelaskan bahwa kemudahan dalam bertransaksi merupakan anugerah dari-Nya; Oleh karena itu, selama menggunakan QRIS, manfaatkanlah apa yang telah di berikan kepada anda dengan memanfaatkan e-Payment.

2.2.2 Model TAM

Technology Acceptability Model (TAM) merupakan model untuk menganalisis variabel-variabel yang dapt mempengaruhi penerimaan suatu sistem atau sistem informasi. (Binus University School of Information System, 2016). Model ini pertama kali deperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1986 pada buku *"User Acceptance Of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models"*, lalu terjadi beberapa perubahan terhadap model TAM dengan versi yang dikembangkan oleh Venkatesh dan Davis pada tahun 1996.

Davis pertama kali mempresentasikan model tersebut pada tahun 1986. Dua kriteria utama adalah persepsi utilitas dan persepsi kemudahan penggunaan. Penerimaan sistem teknologi informasi oleh pengguna ditentukan oleh dua faktor utama tersebut.

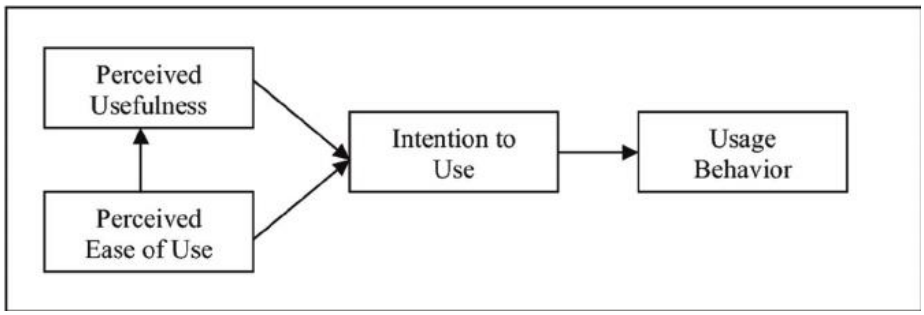
Gambar 2. 1
Model Original yang Diusulkan Oleh Fred Davis Tahun 1989



Sumber : BINUS UNIVERSITY School of Information System, (2016)

Telah terjadi beberapa perubahan pada model terdahulu. Sehingga terdapat model terbaru yang telah dikembangkan pada tahun 1996 oleh Venkatesh & Davis.

Gambar 2. 2
Model FINAL yang Diusulkan Oleh Fred Davis & Venkatesh Tahun 1996



Sumber : Amaral Souza et al., (2017)

Sehingga dari gambar 2.2 Davis mengidentifikasi empat variabel yang dapat mempengaruhi bagaimana sistem digunakan:

1. *Perceived Usefulness*

   Pengguna beranggapan bahwa dengan memanfaatkan sistem maka kinerjanya dalam bekerja akan meningkat. Dimensi tentang PU meliputi:

A. Efektivitas

Yang meliputi, peningkatan efektivitas dan pembinaan prestasi kerja.

B. Kegunaan

Yang meliputi, peningkatan produktivitas dan menjadiikan pekerjaan lebiih mudah dan berguna.

2. *Perceived Ease of Use*

Suatu kepercaya pengguna bahwa Ketika menggunakan sistem, maka tak perlu bersusah payah. Beberapa indikator PEOU, meliputi:

A. Mudah dikuasai.
B. Memenuhi permintaan pengguna dengan mudah.
C. Mengembangkan kemahiran menggunakan komputer cukup mudah.
D. Sangat mudah digunakan.

3. *Behavioral Intention To Use*

Kecenderungan dari para pengguna dalam menggunakan suatu sistem. Sikap perhatian pengguna terhadap sistem menunjukkan seberapa tertariknya mereka dalam menggunakan teknologi atau sistem tersebut.

4. *Actual System Use*

Keadaan sebenarnya pada saat memanfaatkan suatu sistem. dapat dievaluasi sehubungan dengan seberapa sering dan berapa lama sistem tersebut digunakan. Ketika suatu sistem dipersepsikan mudah digunakan, maka akan membuat seseorang senang menggunakannya.

2.2.3 *Perceived Risk*

Perceived risk adalah kemungkinan bahwa mereka akan memutuskan untuk tidak membeli suatu barang atau jasa. (Kamalul Ariffin et al., 2018). Istilah lain untuk *perceived risk* dapat dikatakan dengan konsep sewenang-wenang yang memengaruhi seberapa sering pelanggan mengunjungi suatu bisnis, seberapa banyak yang dibelanjakan, dan berapa banyak waktu dan uang yang mereka habiskan di sana. (Ventre & Kolbe, 2020). Oleh karena itu, dapat disimpulkan persepsi risiko ini memang menjadi faktor yang menyebabkan ketidakpastian bagi konsumen, yang kemudian memengaruhi tindakan selanjutnya yang akan diambil.

Risiko merupakan pertimbangan utama bagi masyarakat dalam memutuskan apakah akan menggunakan *e-Payment*. Semakin besar risikonya, semakin cenderung nasabah untuk menahan diri dari menggunakan *e-Payment*. Sebelum memanfaatkan layanan *e-payment*, konsumen harus mewaspadai potensi risikonya. Misalnya, risiko terbongkarnya nomor PIN dan informasi pribadi pelanggan, bahaya serangan *malware*, risiko pengiriman sesuatu yang salah, atau kemungkinan pelanggan salah mengetik. (Hadi & Novi, 2015).

Terdapat tiga indikator dalam *perceived risk* (Lui & Jamieson, 2003). Berikut merupakan komponennya:

1. Kekhawatir akan mengalami kerugian jika saya bertransaksi menggunakan sistem ini.
2. Takut akan membuat kesalahan jika saya menggunakan sistem ini untuk melakukan transaksi.
3. Takut tentu menimbulkan masalah bagi saya yang sebenarnya tidak saya perlukan.

2.2.4 *Trust*

Trust sangat penting dalam transaksi *online*, termasuk dalam penggunaan *e-Payment*. *Trust* dapat didefinisikan sebagai keyakinan pelanggan mengenai kejujuran suatu produk sehubungan dengan cara mereka memperlakukan pelanggannya dan kepercayaan sering kali mengacu pada harapan yang dimiliki satu pihak bahwa pihak lain tidak akan berperilaku oportunis (Gefen et al., 2003). Sedangkan menurut (Hendro & Keni, 2020) mendefinisikan bahwa *trust* merupakan suatu kepercayaan dari pelanggan pada merek, dimana para pelanggan akan mempercayai terhadap merek yang digunkan jika dapat memenuhi harapan dari pelanggan.

Dimensi *trust* sendiri menurut (Mayer et al., 1995) kepercayaan seseorang dipengaruhi oleh tiga hal. Yang pertama kemampuan. Kedua, kebaikan hati. Ketiga, itegritas. Penjelasan berikut berlaku untuk ketiga faktor tersebut:

1. Kemampuan *(ability)*

   Kemampuan seorang vendor untuk mempengaruhi suatu wilayah disebut dengan kualitasnya.
2. Kebaikan hati *(benevolence)*

   Keinginan pedagang untuk memuaskan penggunanya disebut dengan kebaikan.
3. Itegritas *(integrity)*

   Integritas mengacu pada bagaimana perilaku penjual dalam menjalankan setiap bisnisnya.

2.2.5 UMKM

Pada Bab I pasal 1 UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Berdasarkan pengertian di atas, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada hakikatnya adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh masyarakat atau badan usaha perseorangan yang memenuhi persyaratan sebagai UMKM.

Kriteria UMKM dapat dikelompokkan berdasarkan jumlah aset dan omzet yang dimiliki maing-masng badan usaha sebagaimana yang dirumuskan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM.

Tabel 2. 2
Kriteria UMKM berdasarkan Aset & Omzet

No.	Uraian	Aset	Omzet
1	Usaha Mikor	Maksimum Rp. 50 Juta	Maksimum Rp 300 Juta

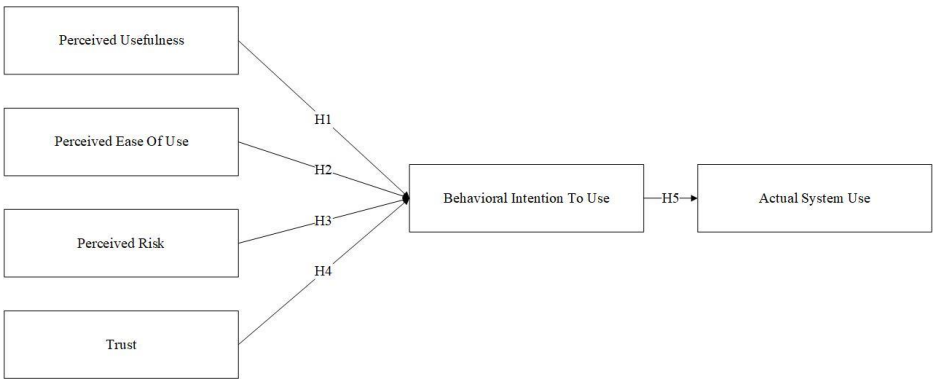
2	Usaha Kecil	>> Rp 50 Juta – 500 Juta	>> 300 Juta – 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	>> 500 Juta - < 1 Miliar	>> Rp 2,5 Miliar – 50 Miliar

Sumber : Undang-Undang Nomor 20, 2008

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) usaha mikro merupakan suatu unit usaha yang jumlah pekerja tetapnya hingga 4 orang, untuk usaha kecil pekerja tetapnya antara 5 sampai 19 orang, dan usaha menengah jumlah pekerja tetapnya dari 20 hingga 99 orang.

2.3 Kerangka Konseptual

Gambar 2. 3
Kerangka Konseptual



Sumber : Diolah Peneliti

2.4 Hipotesis

2.4.1 *Perceived usefulness* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use*

Perceived usefulness dalam teori TAM didefinisikan sebagai sejauh mana ada yang beranggapan bahwa dengan memanfaatkan sistem tertentu maka kinerjanya dalam bekerja akan meningkat. (F. Davis, 1987). Dari penjelasan tersebut, kegunaan adalah kepercayaan terhadap suatu proses pengambilan suatu keputusan.

Berdasarkan penelitian dari (Sinurat & Sugiyanto, 2022) menjelaskan bahwa *perceived usefulness* mempunyai dampak yang positif terhadap *behavioral intention to use*. Penelitian tersebut juga

didukung oleh (Jocelyn et al., 2022) yang menyatakan, *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang nyata pada *behavioral intention to use*. Sedangkan dalam penelitian (Nisa & Solekah, 2022) menjelaskan bahwa *perceived usefulness* tidak memiliki pengaruh pada *behavioral intention to use*.

Perceived usefulness membawa seseorang percaya bahwa penggunaan sistem akan memberi peningkatan produktivitas, maka secara alami mereka akan cenderung memiliki niat untuk menggunakan sistem tersebut. Sehingga, peneliti menduga terdapat pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use*. Dengan temuan ini peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : *Perceived usefulness* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use*

2.4.2 *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use*

Perceived ease of use dalam teori TAM digambarkan sebagai sejauh mana konsumen berpikir bahwa tidak akan ada pekerjaan fisik atau mental yang terlibat dalam penggunaan sistem tertentu (F. Davis, 1987). *Perceived ease of use* memberi keyakinkan terhadap pengguna bahwa sistem yang akan diaplikasikan merupakan hal yang mudah.

Berdasarkan penelitian dari (Jocelyn et al., 2022) menjelaskan bahwa *perceived ease of use* dapat memberi dampak yang nyata pada *behavioral intention to use*. Penelitian tersebut juga didukung oleh (Sinurat & Sugiyanto, 2022) yang menunjukan bahwa *perceived ease of use* mempunyai dampak yang positif pada *behavioral intention to use*. Sedangkan dalam penelitian (Febbyola et al., 2023) dan (Febrian & Keni, 2022) menjelaskan bahwa *perceived ease of use* tidak dapat memberi pengaruh yang positif pada *behavioral intention to use*.

Perceived ease of use membawa kemudahan penggunaan suatu sistem sehingga mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakannya. Sehingga, peneliti menduga terdapat pengaruh *perceived perceived ease of use* pada *behavioral intention to use*. Dengan temuan ini peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use*

2.4.3 *Perceived risk* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use*

Perceived risk merupakan kekhawatiran atas keamanan transaksi bagi pengguna pembayaran digital (Shin, 2010). *Perceived risk* menyadarkan pelanggan akan potensi bahaya yang mungkin timbul, karena hal ini akan meningkatkan minat mereka untuk memanfaatkan sistem.

Berdasarkan penelitian dari (Prasetyo & Wardhani, 2022) menjelaskan bahwa *perceived risk* memiliki memberi pengaruh yang tidak *negative* terhadap *behavioral intention to use*. Penelitian ini tidak didukung oleh (M & Warningsih, 2021) yang menjelaskan bahwa *perceived risk* memberi pengaruh *negative* pada *behavioral intention to use*.

Perceived risk membawa pertimbangan bahwa kekhawatiran terhadap risiko dalam pembayaran digital dapat memiliki dampak yang kompleks terhadap niat pengguna untuk menggunakannya. Sehingga, peneliti menduga terdapat pengaruh *Perceived risk* terhadap *behavioral intention to use*. Dengan temuan ini peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : *Perceived risk* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use*

2.4.4 *Trust* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use*

Trust merupakan keyakinan pelanggan mengenai kejujuran suatu produk sehubungan dengan cara mereka memperlakukan pelanggannya dan kepercayaan sering kali mengacu pada harapan yang dimiliki satu pihak bahwa pihak lain tidak akan berperilaku oportunis (Gefen et al., 2003). *Trust* membawa konsumen untuk memiliki kepercayaan, sehingga akan mempengaruhi minat untuk menggunakan suatu sistem.

Berdasarkan penelitian dari (Prasetyo & Wardhani, 2022) menjelaskan bahwa *trust* dapat memebri pengaruh potitif pada *behavioral intention to use*. Penelitian ini didukung oleh (Utami, 2021) yang menjelaskan bahwa *trust* memiliiki pengaruh yang potitif pada *behavioral intention to use*.

Ketika konsumen memiliki kepercayaan yang tinggi, mereka akan cenderung untuk menggunakan suatu sistem. Dengan demikian, peneliti menduga terkait pengaruh *trust* pada *behavioral intention to use*. Dengan temuan ini peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4 : *Trust* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use*

2.4.5 *Behavioral intention to use* berpengaruh terhadap *actual system use*

Pengguna berminat menggunakan sistem baru jika pengguna dapat meyakini dengan menggunakan sistem tersebut.

Berdasarkan penelitian dari (Qomariah, 2022) menjelaskan bahwa *behavioral intention to use* memiliki dampak yang positif pada *actual system use*. Penelitian ini didukung oleh (Herdioko et al., 2023) yang mennjelaskan bahwa *behavioral intention to use* memiliki dampak yang positif pada *actual system use*.

Ketika konsumen memiliki niat yang kuat untuk menggunakan sistem, mereka akan ccenderung untuk menggunakan siistem dalam praktiknya. Dengan demikian, peneliti menduga terkait pengaruh

behavioral intention to use terhadap *actual system use*. Dengan temuan ini peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5 : *Behavioral intention to use* berpengaruh terhadap *actual system use*

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Pada konsep yang tealah ditetapkan, penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menerut (Djaali, 2021) penelitian kuantitatif merupakan suatu peneliitian yang mengambil suatu kesimpulan yang didasarkan oleh hasil dari uji hipotesis secara statistika. (Ilham Kamaruddin et al., 2023) mendefinisikan bahwa Metodologi penelitian kuantitatif adalah metode ilmiah untuk mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif secara sistematis.

Pendekatan yang peneliti gunakan adalah pendekatan deskriptif, sehingga penelitian ini memberukan suatu penjelaskan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya (Ilham Kamaruddin et al., 2023). Maka peneliti berfokus terhapat pengumpulan dan penjelasan data tentang literasi keuangan, sistem informasi akuntansi, dan *e-Payment.*

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan dan diteliti di Kota Malang, yang berfokuskan pada UMKM sebagai objek penelitiannya. Dengan ini, data dan informasi yang diperoleh terkait UMKM yang berada di Kota Malang.

3.3 Populasi Dan Sampel

1. Populasi

   Populasi merupakan suatu kelompok subyek. Dalam penelitian ini peneliti mengambil populasi seluruh UMKM di Kota Malang. Jumlah populasi pada UMKM yang telah menggunakan QRIS di Kota Malang belum diketahui.

2. Sampel

   Sampel merupakan suatu proses pengambilan beberapa individu sehingga mereka mewakili kelompok besar dari mana mereka diambil (Jama, 1990). Peneliti mengambil sampel dari seluruh seluruh UMKM yeng telah menggunakan *e-Payment* yang belum diketahui. Rumus yang

digunakan peneliti yaitu rumus *lemeshow* dalam penentuan dari jumlah sampel. Penghitungan sampel ini digunakan dalam menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang masih belum diketahuii secara pasti (Mochammad Ronaldy Aji Saputra et al., 2023). Hal ini disebabkan oleh ketidak pastian dalam penggunaan sistem *e-Payment* pada UMKM di Kota Malang. Dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = skor Z pada kepercayaan 95% = 1.96

P = maksimal estimasi = 50%

D = sampel error = 10%

Dari rumus diatas dapat diketahui bahwa peneliti mengambil jumlah samper diperoleh sebanyak:

$$n = \frac{(1.96)^2 \text{ x } 0.5 \text{ x } (1-0.5)}{(0.01)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \text{ x } 0.25}{(0.01)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \text{ x } 0.25}{(0.01)^2}$$

$$n = 96.04$$

Hasil perhitungan jumlah sampel adalah sekitar 96,04 yang dibulatkan, sehingga sampel menjadi 100 responden.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel dipilih peneliti dengan menggunakan snowballing sampling. Menurut (Nurdiani, 2014) proses menemukan, memilih, dan memperoleh sampel dalam jaringan hubungan dikenal sebagai teknik *sampling snowball*.

Peneliti mengambil Teknik ini dikarenakan ketika calon responden sulit diidentifikasi, maka terdapat kriteria tertentu untuk memilih sampel guna memperoleh responden dalam penelitian.

3.5 Data Dan Jenis Data

Data primer digunakan oleh peneliti. Menurut (Sugiyono, 2013) peneliti dapat memperoleh data langsung dari sumber data primer. Penyebaran kuesioner ke item penelitian memberikan data primer kepada peneliti. Respon terhadap kuesioner yang diberikan kepada UMKM Kota Malang menjadi sumber data utama penelitian ini.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data. Menurut (Hengki Wijaya, 2016) kuesioner memiliki dua macam, yaitu kuesioner tidak terstruktur atau terbuka dan kuesioner terstruktur atau tertutup. Kuesioner tertutup merupakan kuesioner yang dibuat sehingga responden untuk menjawab yang sesuai dengan karakteristiknya dengan memberi tanda silang (X) atau tanda centang (V) (Andri Kurniawan et al., 2023).

Untuk mengumpulkan data penelitian ini, kuesioner Google Formulir dikirimkan dan skor dihitung menggunakan skala *likert*. Peneliti biasanya mengggunakan skala *likert* untuk mengukur sikap, pandangan, persepsi, atau peristiwa sosial peserta lainnya. (Mochammad Ronaldy Aji Saputra et al., 2023). Skala *likert* memiliki 5 *point* terdiri atas pilihan dengan rentan 1-5 (Aries Veronica et al., 2022) yang memuat tingkatan sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS)
2. Setuju (S)
3. Ragu-ragu (RG)
4. Tidak Setuju (TS
5. Sangat Tidak Setuju (STS)

3.7 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Pengukuran	Sumber
1.	*Perceived Usefulness* (X1)	Efektivitas	1. Penggunaan QRIS mempercepat dalam transaksi karena tidak memerlukan pengembalian uang	Skala *likert*	(F. Davis, 1987)
			2. Penggunaan QRIS mempunyai potensi untuk meningkatkan penjualan		
			3. Penggunaan QRIS dapat meningkatkan efektivitas		
		Kegunaan	4. Menggunakan QRIS membuat pekerjaan lebih efektif		
			5. QRIS lebih praktis karena bisa menerima banyak alternatif pembayaran dari konsumen		
2.	*Perceived Ease of Use* (X2)	Perasaan mudah untuk dipelajari	1. QRIS mudah dipelajari	Skala likert	(F. Davis, 1987)
			2. QRIS menyediakan fitur yang mudah digunakan		

		Perasaan mudah untuk digunakan	3. QRIS dapat dikontrol sewaktu-waktu dengan mudah		
			4. QRIS digunakan sesuai kebutuhan transaksi pada masa sekarang		
		Perasaan tidak membutuhkan usaha lebih	5. QRIS mempermudah transaksi karena tercatat secara otomatis		
3.	*Perceived Risk* (X3)	Khawatir mengalami kerugian	1 Saya yakin tidak akan kehilangan uang ketika menggunakan QRIS	Skala *likert*	(Kong & University, 2010; Lui & Jamieson, 2003b)
		Takut menimbulkan masalah	2. Saya yakin QRIS dapat berfungsi dengan baik		
		Takut membuat kesalahan	3. Penggunaan QRIS rawan terjadi penipuan		

4.	*Trust* (X4)	*Ability*	1. QRIS aman untuk digunakan pengguna	Skala *likert*	(Ivan & Tjokrosaputro, 2020; Lisnawati et al., 2021; Riantini, 2021)
			2. Saya percaya QRIS yang saya gunakan akan mempermudah transaksi saya		
		Benevolence	3. QRIS memberikan jaminan sesuai dengan deskripsi pada produk tersebut		
			4. Saya yakin QRIS dapat dipercaya keamanannya		
		Integrity	5. QRIS dapat menjamin saldo para costumernya		
5.	*Behavioral Intention To Use* (Z)	Minat untuk menggunakan secara teratur	1. Saya tertarik menggunakan QRIS karena syarat dan ketentuannya mudah	Skala *likert*	(F. Davis, 1987)
		Minat untuk menggunakan dalam kehidupan sehari-hari	2. Kebutuhan sehari-hari akan terpenuhi dengan QRIS		
		Minat untuk sering menggunakan	4. Saya berniat dan tertarik menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran		

		Minat untuk menggunakan di masa depan	5. Saya akan merekomendasikan dan akan terus menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran		
6.	*Actual System Use* (Y)	Penggunaan nyata	1. Saya menggunakan QRIS karena sesuai dengan kebutuhan saya	Skala *likert*	(F. Davis, 1987)
			2. Saya yakin menggunakan QRIS merupakan keputusan yang tepat		
			3. Saya lebih memilih QRIS dibandingkan menggunakan e-Payment yang lainya		
		Frekuensi penggunaan	4. Saya akan merekomendasikan QRIS kepada orang lain		
			5. Saya merasa puas setelah menggunakan QRIS		

Sumber : Diolah Peneliti

3.8 Analisis Data

3.3.1 Partial Least Square (PLS)

Software Peneliti memanfaatkan SmartPLS untuk analisis data. Pendekatan anallisis persamaan struktural (SEM) berbasiis varian, dapat melakukan uji *outer model* dan juga *inner model*. Selain itu, SEM dapat menganalisis faktor-

faktor yang tidak dapat diukur dengan segera dan menyesuaikan kesalahan pengukuran. (Sholihin & Ratmono, 2021). PLS memiliki sifat *soft modeling* atau mengasumsikan data menggunakan pengukuran menggunakan skala tertentu, yang dapat diartikam bahwa jumlah sampel dapat dibawah 100 sampel.

3.3.2 Statistika deskriptif

Statistika deskriptif adalah mendeskripsikan dan meringkas dari karakteristik setiap data yang ditemukan dalam studi tertentu agar lebih mudah dipahami (Dwiyanto, 2023). Kegunaan dari statistika deskriptif sendiri yaitu, memberikan suatu informasi dari setiap variabel dan potensi hubungan dari variabel terhadap variabel lainnya. Sehingga statistika deskriptif dapat memberikan suatu ringkasan.

3.3.3 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) yaitu mencari tahu bagaimana hubunagan variabel laten dengan indiikatornya (Dan et al., 2015). Sedangkan menurut (Agustina, 2023) Evaluasi *outer model* merupakan sebagai pengujian untuk mendeskripsikan pengaruh antara variabel laten dan indikator. Evaluasi *outer model* dilakukan dalam uji validitas dan realibilitas model (Ghozali & Latan, 2015).

1. Uji Validitas

   A. *Convergent Validity*

      Berdasarkan pada korelasi skor komponen skor item yang diolah menggunakan SmartPLS, maka dilakukan evaluasi model pengukuran dengan indikator refleksif. Ketika nilai faktor pemuatan lebih besar dari 0,7, pengukuran refleksif individu dianggap tinggi. Namun pada konstruksi konfirmatori, nilai di antara 0,6 hingga 0,7 masih dapat diteriam dalam sebuah penelitian eksploratif, serta nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,5.

B. *Discriminant Validity*

Discriminant validity dinilai dari *cross loading* untuk setiap variabel > 0,07. Bila korelasi antara dua variabel lebih dari salah satu variabel lainnya,maka dapat diartikan bahwa variabel laten mereka lebih baik dari pada yang lainnya.

2. Uji Reabilitas

Indikator variabel merupakan metode pengujian reliabilitas yang berbasis kuesioner. Jika tanggapan yang diberikan oleh responden konsisten, maka hal tersebut dianggap baik.Uji realibilitas ini menjadi bukti yang kosnsiten pada saat mengukur variabel. Ada dua cara dalam pengukuran uji relibilitas pada variabel yaitu dengan *Cronbach Alpha* dan *Composite Reliability*. variabel akan valid jika nilai *Cronbach Alpha* dan *Composite Reliability* > 0,7 dan jika nilai 0,6 – 0,7 masih dapat diterim.

3.3.4 Evaluasi Model Struktural (*Inner Moder*)

Menilai Model Struktural (Inner Model), yaitu membuat hubungan antar variabel laten PLS sesuai asumsi penelitian. (Dan et al., 2015). Kriteria penilaian evaluasi *inner model* adalah sebagai berikut.

Tabel 3. 2
Kriteria Penilaian Evaluasi *Inner Model*

Kriteria	Penjelasan
R-Square	0,75 (kuat), 0,50 (moderat), dan 0,25 (lemah).
Q^2 Predictive Relevance	Jika $Q^2 > 0$ maka model tersebut tidak mempunyaii nilai prediktif. jika $Q^2 < 0$ berarti model tersebut mepukapak nilai prediktif. Untuk sementara jika angkanya 0,02 (lemah), 0,15 (moderat), dan 0,35 (kuat).
Siginfikan	Pada taraf signifikansi 10%, 5%, dan 1% diperoleh nilai t-value masing-masing sebesar 1,65, 1,96, dan 2,58.

Sumber : (Ghozali & Latan, 2015)

3.3.5 Tahapan Pengguan SmartPLS

Berikut merupakan penjelasan dari tahapan sebuah analisis yang menggunakan SmartPLS, yaitu sebagai berikut:

1. Menyiapkan data penelitian

   Mempersiapkan data penelitian untuk pengujian SmartPLS merupakan langkah awal dalam penggunaan sistem. Data penelitian harus dimasukkan ke dalam file excel yang telah diubah menjadi format Excel.csv *delimited* agar dapat digunakan pada SmartPLS.

2. Mengaplikasikan PLS

   Langkah selanjutnya adalah menggunakan program SmartPLS versi 4, seperti ini:

   a. Buka aplikasi SmartPLS 4.
   b. Membuat *new project* kemudian beri nama sesuai keinginan.
   c. Impor data yang sudah disiapkan
   d. lalu pilih *create model* yang merupakan PLS SEM

3. Menggambar model penelitian Selanjutnya

   Membuat rancangan model penelitian berdasarkan sejumlah faktor. Proses menggambar variabel adalah dengan cara:

   a Blok indikator pervaribel dan seret ke dalam kotak PLS-SEM sehingga muncul lingakaran berwarna oranye sebagai varibel dan kotak kuning sebagai indikator variabel.

   b Langkah selanjutnya, pilih menu *connect* untuk menghubungkan pada setiap varibelnya.

   c Setalah ter*connect* maka lingkaran akan berwana biru dan siap untuk diuji.

4. *Running* data penelitian

   Outer model akan dilakukan pertama kali sebelum *inner model*. Agar dapat mengonfirmasi dari seriap indikator dan variabel laten yang akan dianalisis selanjutnya. Berikut Langkah-langkah *running* data penelitian.

a Pertama, pilih menu *calculate* lalu pilih PLS-SEM *algorithm* lalu klik *start*.

b Kedua, melakukan uji *inner mmodel* dengan cara pilih menu *calculate* pilihi *bootsrapping* lalu klik *start*.

BAB IV
PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Deskripsi data pervariabel yang terlah terkumpul yang digunakan dalam penelirian ini. Dengan jawaban yang menggunakan *skala likert*. Berikut penjelasan dari responden dari masing-masing variable:

1. *Perceived Usefulness* (X1)

   Dari hasil penyebaran kuesioner melalui *google form* jawaban dari responden pada variable *Perceived Usefulness* (X1) yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 1

Jawaban Responden Variabel *Perceived Usefulness*

Variabel	Frekuensi					Total	Presentase %					Total (%)	Mean
	STS	TS	N	S	SS		STS	TS	N	S	SS		
PU 1	0	0	6	23	81	110	0%	0%	5%	21%	74%	100%	4,68
PU 2	1	0	20	32	57	110	1%	0%	18%	29%	52%	100%	4,31
PU 3	0	1	10	31	68	110	0%	1%	9%	28%	62%	100%	4,51
PU 4	0	2	9	28	71	110	0%	2%	8%	25%	65%	100%	4,53
PU 5	0	1	7	20	82	110	0%	1%	6%	18%	75%	100%	4,66

Sumber : data primer diolah peneliti, 2024

Dari data yang terdapat pada tabel 4.1, dapat disimpulkan bahwa semua responden dalam penelitian ini telah mengisi semua item pertanyaan dengan lengkap. Terfokus pada variabel PU 1, ditemukan bahwa PU 1 memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,68, menunjukkan tingkat persetujuan atau tanggapan positif yang paling tinggi dari responden terhadap pertanyaan yang terkait dengan PU 1.

Di sisi lain, PU 2 memiliki rata-rata terendah di antara variabel PU lainnya, dengan nilai sebesar 4,31. Hal ini mengindikasikan bahwa responden memberikan tanggapan yang relatif lebih rendah atau kurang

setuju terhadap pertanyaan yang terkait dengan PU 2, dibandingkan dengan pertanyaan yang terkait dengan variabel PU lainnya.

Data ini memberikan gambaran yang jelas tentang persepsi atau pendapat responden terhadap berbagai aspek yang diukur oleh variabel PU dalam penelitian ini.

2. *Perceived Ease of Use* (X2)

Dari hasil penyebaran kuesioner melalui *google form* jawaban dari responden pada variable *Perceived Ease of Use* (X2) yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 2

Jawaban Responden Variabel *Perceived Ease of Use*

Variabel	Frekuensi					Total	Presentase %					Total (%)	Mean
	STS	TS	N	S	SS		STS	TS	N	S	SS		
PEoU 1	0	0	12	34	64	110	0%	0%	11%	31%	58%	100%	4,47
PEoU 2	0	2	9	36	63	110	0%	2%	8%	33%	57%	100%	4,45
PEoU 3	2	5	19	30	54	110	2%	5%	17%	27%	49%	100%	4,17
PEoU 4	0	1	7	32	70	110	0%	1%	6%	29%	64%	100%	4,55
PEoU 5	3	2	8	31	66	110	3%	2%	7%	28%	60%	100%	4,41

Sumber : data primer diolah peneliti, 2024

Dari data yang terdapat pada tabel 4.2, dapat disimpulkan bahwa semua responden dalam penelitian ini telah mengisi semua item pertanyaan dengan lengkap. Terfokus pada variabel PEoU 4, ditemukan bahwa PEoU 4 memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,55, menunjukkan tingkat persetujuan atau tanggapan positif yang paling tinggi dari responden terhadap pertanyaan yang terkait dengan PEoU 4.

Di sisi lain, PEoU 3 memiliki rata-rata terendah di antara variabel PEoU lainnya, dengan nilai sebesar 4,17. Hal ini mengindikasikan bahwa responden memberikan tanggapan yang relatif lebih rendah atau kurang setuju terhadap pertanyaan yang terkait dengan PEoU 3, dibandingkan dengan pertanyaan yang terkait dengan variabel PEoU lainnya.

Data ini memberikan gambaran yang jelas tentang persepsi atau pendapat responden terhadap berbagai aspek yang diukur oleh variabel PEoU dalam penelitian ini.

3. *Perceived Risk* (X3)

Dari hasil penyebaran kuesioner melalui *google form* jawaban dari responden pada variable *Perceived Risk* (X3) yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 3

Jawaban Responden Variabel *Perceived Risk*

Variabel	Frekuensi					Total	Presentase %					Total (%)	Mean
	STS	TS	N	S	SS		STS	TS	N	S	SS		
PR 1	0	10	31	33	36	110	0%	9%	28%	30%	33%	100%	3,86
PR 2	0	3	27	43	37	110	0%	3%	25%	39%	34%	100%	4,04
PR 3	12	14	32	28	24	110	11%	13%	29%	25%	22%	100%	3,35

Sumber : data primer diolah peneliti, 2024

Dari data yang terdapat pada tabel 4.3, dapat disimpulkan bahwa semua responden dalam penelitian ini telah mengisi semua item pertanyaan dengan lengkap. Terfokus pada variabel PR 2, ditemukan bahwa PR 2 memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,04, menunjukkan tingkat persetujuan atau tanggapan positif yang paling tinggi dari responden terhadap pertanyaan yang terkait dengan PR 2.

Di sisi lain, PR 3 memiliki rata-rata terendah di antara variabel PR lainnya, dengan nilai sebesar 3,35. Hal ini mengindikasikan bahwa responden memberikan tanggapan yang relatif lebih rendah atau kurang setuju terhadap pertanyaan yang terkait dengan PR 3, dibandingkan dengan pertanyaan yang terkait dengan variabel PR lainnya.

Data ini memberikan gambaran yang jelas tentang persepsi atau pendapat responden terhadap berbagai aspek yang diukur oleh variabel T dalam penelitian ini.

4. *Trust* (X4)

Dari hasil penyebaran kuesioner melalui *google form* jawaban dari responden pada variable *Trust* (X4) yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 4

Jawaban Responden Variabel *Trust*

Variabel	Frekuensi					Total	Presentase %					Total (%)	Mean
	STS	TS	N	S	SS		STS	TS	N	S	SS		
T 1	1	1	22	41	45	110	1%	1%	20%	37%	41%	100%	4,16
T 2	1	1	8	44	56	110	1%	1%	7%	40%	51%	100%	4,39
T 3	0	6	27	39	38	110	0%	5%	25%	35%	35%	100%	3,99
T 4	0	8	21	38	43	110	0%	7%	19%	35%	39%	100%	4,05
T 5	0	5	25	41	39	110	0%	5%	23%	37%	35%	100%	4,04

Sumber : data primer diolah peneliti, 2024

Dari data yang terdapat pada tabel 4.4, dapat disimpulkan bahwa semua responden dalam penelitian ini telah mengisi semua item pertanyaan dengan lengkap. Terfokus pada variabel T 2, ditemukan bahwa T 2 memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,39, menunjukkan tingkat persetujuan atau tanggapan positif yang paling tinggi dari responden terhadap pertanyaan yang terkait dengan T2.

Di sisi lain, T 3 memiliki rata-rata terendah di antara variabel T lainnya, dengan nilai sebesar 4,15. Hal ini mengindikasikan bahwa responden memberikan tanggapan yang relatif lebih rendah atau kurang setuju terhadap pertanyaan yang terkait dengan T 3, dibandingkan dengan pertanyaan yang terkait dengan variabel T lainnya.

Data ini memberikan gambaran yang jelas tentang persepsi atau pendapat responden terhadap berbagai aspek yang diukur oleh variabel T dalam penelitian ini.

5. *Behavioral Intention to Use* (Z)

Dari hasil penyebaran kuesioner melalui *google form* jawaban dari responden pada variable *Behavioral Intention to Use* (Z) yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 5

Jawaban Responden Variabel *Trust*

Variabel	Frekuensi					Total	Presentase %					Total (%)	Mean
	STS	TS	N	S	SS		STS	TS	N	S	SS		
BITU 1	2	2	18	40	48	110	2%	2%	16%	36%	44%	100%	4,18
BITU 2	3	10	32	31	34	110	3%	9%	29%	28%	31%	100%	3,75
BITU 3	1	3	16	35	55	110	1%	3%	15%	32%	50%	100%	4,27
BITU 4	1	4	24	30	51	110	1%	4%	22%	27%	46%	100%	4,15

Sumber : data primer diolah peneliti, 2024

Dari data yang terdapat pada tabel 4.5, dapat disimpulkan bahwa semua responden dalam penelitian ini telah mengisi semua item pertanyaan dengan lengkap. Terfokus pada variabel BITU, ditemukan bahwa BITU 3 memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,27, menunjukkan tingkat persetujuan atau tanggapan positif yang paling tinggi dari responden terhadap pertanyaan yang terkait dengan BITU 3.

Di sisi lain, BITU 4 memiliki rata-rata terendah di antara variabel BITU lainnya, dengan nilai sebesar 4,15. Hal ini mengindikasikan bahwa responden memberikan tanggapan yang relatif lebih rendah atau kurang setuju terhadap pertanyaan yang terkait dengan BITU 4, dibandingkan dengan pertanyaan yang terkait dengan variabel BITU lainnya.

Data ini memberikan gambaran yang jelas tentang persepsi atau pendapat responden terhadap berbagai aspek yang diukur oleh variabel BITU dalam penelitian ini.

6. *Actual System Use* (Y)

Dari hasil penyebaran kuesioner melalui *google form* jawaban dari responden pada variable *Actual System Use* (Y) yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 6

Jawaban Responden Variabel *Actual System Use*

Variabel	Frekuensi					Total	Presentase %					Total (%)	Mean
	STS	TS	N	S	SS		STS	TS	N	S	SS		
ASU 1	1	0	17	37	55	110	1%	0%	15%	34%	50%	100%	4,32
ASU 2	0	3	24	37	46	110	0%	3%	22%	34%	42%	100%	4,15
ASU 3	2	4	31	30	43	110	2%	4%	28%	27%	39%	100%	3,98
ASU 4	0	4	27	38	41	110	0%	4%	25%	35%	37%	100%	4,05
ASU 5	0	2	16	44	48	110	0%	2%	15%	40%	44%	100%	4,25

Sumber : data primer diolah peneliti, 2024

Dari data yang terdapat pada tabel 4.6, dapat disimpulkan bahwa semua responden dalam penelitian ini telah mengisi semua item pertanyaan dengan lengkap. Terfokus pada variabel ASU, ditemukan bahwa ASU 1 memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,32, menunjukkan tingkat persetujuan atau tanggapan positif yang paling tinggi dari responden terhadap pertanyaan yang terkait dengan ASU 1.

Di sisi lain, ASU 3 memiliki rata-rata terendah di antara variabel ASU lainnya, dengan nilai sebesar 3,98. Hal ini mengindikasikan bahwa responden memberikan tanggapan yang relatif lebih rendah atau kurang setuju terhadap pertanyaan yang terkait dengan ASU 3, dibandingkan dengan pertanyaan yang terkait dengan variabel ASU lainnya.

Data ini memberikan gambaran yang jelas tentang persepsi atau pendapat responden terhadap berbagai aspek yang diukur oleh variabel ASU dalam penelitian ini.

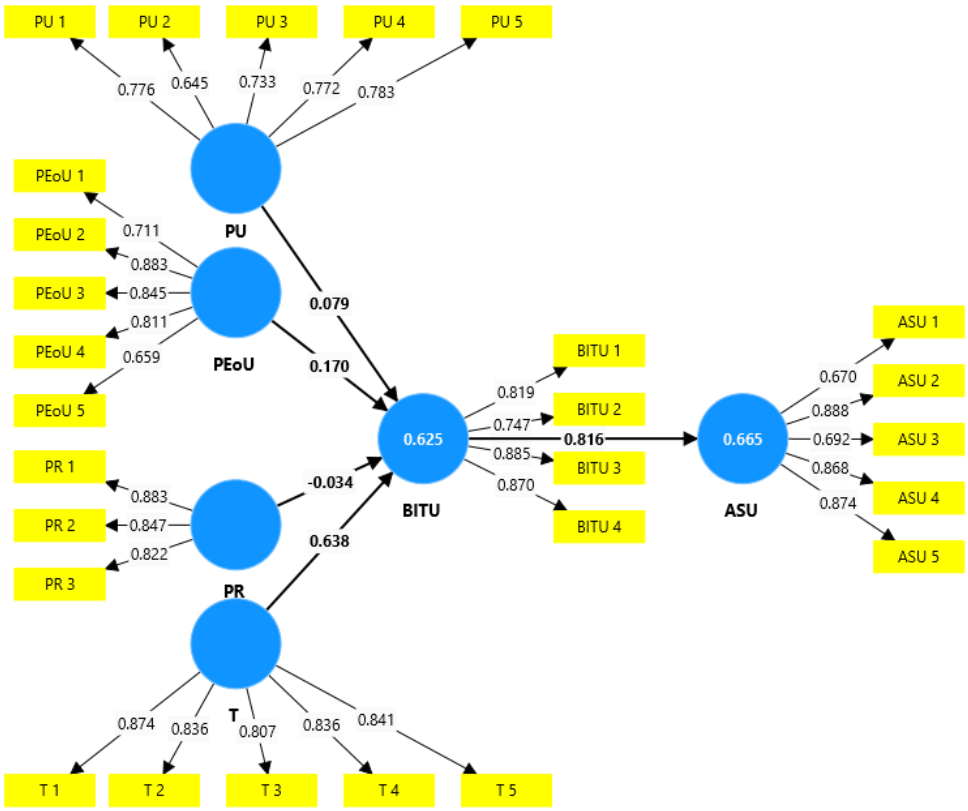
4.1.2 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Nilai reliabilitas dan validitas ditampilkan oleh o*uter model*. Selain *Cronbach alpha* utnuk blok indikator, o*uter model* dengan indiikator reflektif akan dinilai menggunakan validitas *convergent*, *discriminant d*an *composite reliability* (Ghozali & Latan, 2015).

2. Convergent Validity

Gambar 4. 1

Hasil *Output PLS Algorithm*



Sumber : *Output SmartPLS, 2024*

Korelasi antara skor item dan konsep menunjukkan *convergent validity* (Ghozali & Latan, 2015). Indikator dapat dikatakan reliabel apabila nilai > 0,7, namun jika nilai *loading factor* sebesar 0,5 – 0,6 masih dapat diterima. Berikut hasil *output* nilai *loading factor* pada setiap indicator penelitian, diantaranya :

Tabel 4. 7

Nilai *Loading Factor*

Variabel	ASU	BITU	PEoU	PR	PU	T
ASU 1	0.670					
ASU 2	0.888					
ASU 3	0.692					

ASU 4	0.868					
ASU 5	0.874					
BITU 1		0.819				
BITU 2		0.747				
BITU 3		0.885				
BITU 4		0.870				
PEoU 1			0.711			
PEoU 2			0.883			
PEoU 3			0.845			
PEoU 4			0.811			
PEoU 5			0.659			
PR 1				0.883		
PR 2				0.847		
PR 3				0.822		
PU 1					0.776	
PU 2					0.645	
PU 3					0.733	
PU 4					0.772	
PU 5					0.783	
T 1						0.874
T 2						0.836
T 3						0.807
T 4						0.836
T 5						0.841

Sumber : *Output SmartPLS, 2024*

Berdasarkan tabel 4.7, terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai *loading factor* yang lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai tersebut memenuhi standar yang diperlukan untuk validitas konvergen. Dengan kata lain, semua variabel yang diuji dalam penelitian ini menunjukkan tingkat keterkaitan yang cukup kuat dengan konstruk yang diukur, sehingga dapat dikatakan bahwa mereka cocok dan sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini. Validitas konvergen yang terpenuhi ini penting untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan benar-benar mengukur konsep yang dimaksudkan.

3. *Discriminant Variable*

Dengan membandingkan nilai loading pada variabel target > nilai loading dengan variabel lain, maka variabel diskriminan atau niilai *cross loading* faktor diguankan untuk mengetahui apakah konstruk tersebut mempunyai diskriminan yang baik atau tidak (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 4. 8

Nilai *Cross Loading*

Variabel	ASU	BITU	PEoU	PR	PU	T	Ket.
ASU 1	**0.670**	0.543	0.462	0.394	0.416	0.529	Valid
ASU 2	**0.888**	0.777	0.592	0.678	0.512	0.748	Valid
ASU 3	**0.692**	0.543	0.390	0.470	0.383	0.388	Valid
ASU 4	**0.868**	0.680	0.439	0.573	0.435	0.588	Valid
ASU 5	**0.874**	0.701	0.487	0.526	0.431	0.574	Valid
BITU 1	0.721	**0.819**	0.607	0.566	0.512	0.675	Valid
BITU 2	0.564	**0.747**	0.455	0.409	0.427	0.467	Valid
BITU 3	0.694	**0.885**	0.548	0.538	0.464	0.697	Valid
BITU 4	0.717	**0.870**	0.498	0.554	0.455	0.705	Valid
PEoU 1	0.391	0.425	**0.711**	0.523	0.422	0.435	Valid
PEoU 2	0.572	0.628	**0.883**	0.656	0.586	0.681	Valid
PEoU 3	0.494	0.483	**0.845**	0.545	0.528	0.502	Valid
PEoU 4	0.491	0.565	**0.811**	0.505	0.634	0.593	Valid
PEoU 5	0.334	0.322	**0.659**	0.453	0.449	0.421	Valid
PR 1	0.572	0.500	0.569	**0.883**	0.451	0.650	Valid
PR 2	0.604	0.581	0.591	**0.847**	0.487	0.694	Valid
PR 3	0.519	0.510	0.590	**0.822**	0.397	0.662	Valid
PU 1	0.465	0.442	0.552	0.426	**0.776**	0.506	Valid
PU 2	0.333	0.373	0.389	0.407	**0.645**	0.351	Valid
PU 3	0.387	0.390	0.476	0.257	**0.733**	0.399	Valid
PU 4	0.400	0.413	0.525	0.484	**0.772**	0.485	Valid
PU 5	0.426	0.452	0.550	0.375	**0.783**	0.478	Valid
T 1	0.638	0.684	0.646	0.708	0.503	**0.874**	Valid
T 2	0.598	0.704	0.631	0.560	0.524	**0.836**	Valid
T 3	0.621	0.628	0.526	0.675	0.511	**0.807**	Valid
T 4	0.596	0.601	0.516	0.690	0.522	**0.836**	Valid
T 5	0.542	0.621	0.538	0.683	0.460	**0.841**	Valid

Sumber : *Output SmartPLS, 2024*

Berdasarkan tabel 4.8, dapat dilihat bahwa nilai cross loading tertinggi pada masing-masing variabel melebihi nilai cross loading lainnya. Dengan kata lain, setiap variabel menunjukkan nilai cross loading yang paling besar pada konstruk yang seharusnya diukur dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki validitas yang memadai, karena mereka lebih kuat berkorelasi dengan konstruk yang seharusnya diukur daripada dengan konstruk lainnya. Sehingga, dapat dinyatakan valid.

4. *Average Variance Extracted*

Menurut (Ghozali & Latan, 2015) Nilai AVE yang diharapkan > 0,5. Berikut perhitungan AVE:

Tabel 4. 9

Nilai *Average Variance Extracted*

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
PU	0.553
PEoU	0.618
PR	0.724
T	0.704
BITU	0.692
ASU	0.646

Sumber : *Output SmartPLS, 2024*

Berdasarkan table 4.9 menunjukan bahwa, variabel PU memiliki nilai 0,553. Variabel PEou memiliki nilai 0,618. Variabel PR memiliki nilai 0,725. Varibel T memiliki nilai 0,704. Variabel BITU memiliki nilai 0,692. Variabel ASU memiliki nilai 0,646. Semua variabel telah memiliki nilai AVE diatas 0,5 sehingga dianggap valid.

5. *Composite Realibility* & *Cronbachs Alpha*

Menurut (Ghozali & Latan, 2015) lebih dari 0,7 adalah nilai reliabilitas komposit yang diperlukan. namun, penelitian eksplorasi masih dapat dibenarkan dengan skor antara 0,6 dan 0,7. Sebaliknya jika penelitian

bersifat eksploratif > 0,6 masih dapat diterima; Namun, untuk Cronbach's Alpha, nilainya > 0,7 untuk semua variabel.

Tabel 4. 10

Nilai *Composite Realibility* & *Cronbachs Alpha*

Variabel	*Cronbach's alpha*	*Composite reliability (rho_a)*	*Composite reliability (rho_c)*	Ket.
PU	0.796	0.801	0.860	*Reiable*
PEoU	0.844	0.877	0.889	*Reiable*
PR	0.810	0.813	0.887	*Reiable*
T	0.895	0.897	0.922	*Reiable*
BITU	0.851	0.862	0.900	*Reiable*
ASU	0.859	0.880	0.900	*Reiable*

Sumber : *Output SmartPLS, 2024*

Berdasarkan pada tabel 4.10, nilai dari setiap variabel dalam kaitannya dengan reliabilitas komposit maupun alpha Cronbach semuanya melebihi ambang batas 0,7. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap variabel telah berhasil melewati pengujian reliabilitas yang diterapkan. Dengan kata lain, hasil ini menunjukkan bahwa setiap variabel konsisten dalam mengukur konstruk yang dimaksud dengan tingkat keakuratan yang memadai. Dengan demikian, dapat dipercaya bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dan dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut.

4.1.3 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan dari Koefisien Deteerminasi adalah untuk mendapatkan besar atau kecilnya pengaruh suatu variabel eksogen terhadap suatu variabel endogen. Jika nilai koefisien determinasi sebesar 0,75 (baik), sedangkan 0,50 (moderat), dan 0,25 (lemah).

Tabel 4. 11
Nilai R-*square*

Variabel	R-square	R-square adjusted
ASU	0.665	0.662
BITU	0.625	0.611

Sumber : *Output SmartPLS, 2024*

Berdasarkan tabel 4.11 terlihat bahwa nilai R-square untuk variabel ASU adalah 0.665, yang mengindikasikan bahwa 66,5% dari variasi dalam variabel ASU dapat dijelaskan oleh variabel BITU. Sementara itu, 33,5% sisanya mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

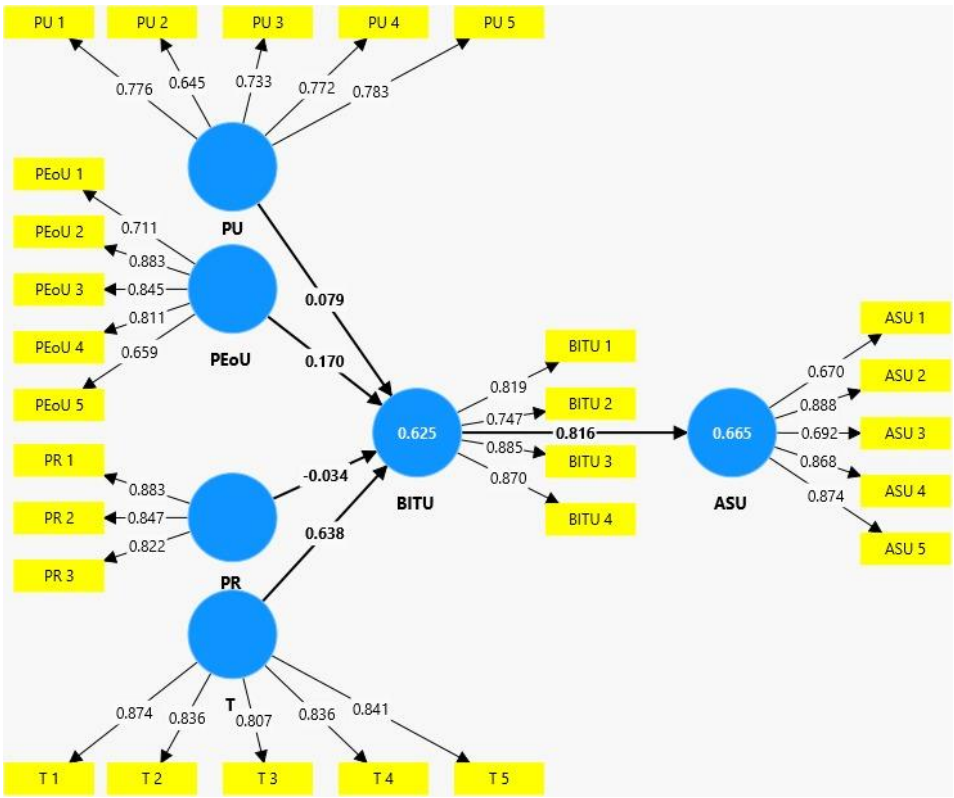
Di sisi lain, variabel BITU memiliki R-square sebesar 0.625, menunjukkan bahwa 62,5% variasi dalam variabel BITU dapat dijelaskan oleh variabel PU, PEoU, PR, dan T. Sebaliknya, 37,5% sisanya mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diselidiki dalam penelitian ini.

Hasil ini menegaskan bahwa pengaruh dari variabel BITU terhadap ASU dan pengaruh dari variabel PU, PEoU, PR, dan T terhadap BITU cukup signifikan, meskipun masih ada faktor-faktor lain yang juga berkontribusi terhadap variasi dalam masing-masing variabel tersebut. Dengan demikian, analisis ini memberikan gambaran yang kuat tentang hubungan antar variabel yang dipelajari dalam penelitian ini.

2. Pengujian Hipotesis

Gambar 4. 2

Hasil Uji Hipotesis



Sumber : Output SmartPLS, 2024

Tabel 4. 12

Hasil Uji *Direct Effect*

Variabel	*Original sample (O)*	*Sample mean (M)*	*Standard deviation (STDEV)*	*T statistics (|O/STDEV|)*	*P values*	Ket.
PU -> BITU	0.079	0.084	0.080	0.991	0.322	H1 Ditolak
PEoU -> BITU	0.170	0.167	0.111	1.528	0.126	H2 Ditolak
PR -> BITU	-0.034	-0.022	0.095	0.355	0.723	H3 Ditolak
T -> BITU	0.638	0.628	0.119	5.380	0.000	H4 Diterima
BITU -> ASU	0.816	0.818	0.044	18.662	0.000	H5 Diterima

Sumber : *Output SmartPLS, 2024*

Pada tabel 4.12 menunjukan nilai *path coefficient* untuk penelitian yang berhubungan secara langsung antara variabel eksogen dengan variabel endogen ditunjukkan pada nilai t-statistic dan p-values, dengan penjabaran sebagai berikut :

A. Hipotesis pertama (H1) yaitu menguji variabel PU tidak mempunyai dampak nyata terhadap BITU karena nilai *t-statistics* (0.991 < 1.96) maupun *p-values* (0.322 > 0.05). Maka dapat dikatakan demikian, variabel PU tidak mempunyai dampak terhadap BITU. Maka, H3 tidak dapat diterima.
B. Hipotesis kedua (H2) yaitu menguji variabel PEoU tidak mempunyai dampak nyata terhadap BITU karena nilai *t-statistics* (1.528 < 1.96) maupun *p-values* (0.126 > 0.05). Maka dapat dikatakan demikian, variabel PEoU tidak mempunyai dampak terhadap BITU. Maka, H2 tidak dapat diterima.
C. Hipotesis ketiga (H3) yaitu menguji variabel PR tidak mempunyai dampak nyata terhadap BITU karena nilai *t-statistics* (0.355 < 1.96) maupun *p-values* (0.723 > 0.05). Maka dapat dikatakan bahwa, variabel PR tidak mempunyai dampak terhadap BITU. Maka, H3 tidak dapat diterima.
D. Hipotesis keempat (H4) yaitu menguji T mempunyai pengaruh signifikan terhadap BITU sebesar (0.638) dengan *t-statistics* (5.38. > 1.96) atau *p-values* (0.000 < 0.05). Maka dapat dikatakan bahwa, variabel T mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap BITU. Maka, H5 dapat diterima.
E. Hipotesis kelima (H5) yaitu menguji BITU mempunyai pengaruh signifikan terhadap ASU sebesar (0.816) dengan *t-statistics* (18.662 > 1.96) atau *p-values* (0.000 < 0.05). Maka dapat dikatakan bahwa, variabel BITU mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap ASU. Maka, H1 dapat diterima.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.1 Hubungan *Perceived usefulness* dan *behavioral intention to use*

Berdasarkan hasil olah data penelitian ini, menunjukkan bahwa pengaruh *perceived usefulness* dalam minat menggunakan menunjukan bahwa *perceived usefulness* tidak mempunyai pengaruh yang signifiikan terhadapa *behavioral intention to use*. Hal ini tidak sejalan dengan beberapa penelitian milik (Sinurat & Sugiyanto, 2022) dan (Jocelyn et al., 2022) Ia mengklaim bahwa niat perilaku untuk menggunakan dipengaruhi secara positif oleh *perceived usefulness*. Sedangakan dengan penelitian dari (Nisa & Solekah, 2022) Yang menunjukan bahwa perceived usefulness tidak memiliki dampak pada minat penggunaan *e-wallet*. Sedangkan hasil hubungan ini.

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan peneliti, pelaku UMKM merasa penggunaan QRIS dalam usahanya tidak membawa banyak manfaat untuk usahanya dan juga penggunaan QRIS masih terdapat potongan sebesar 0,3% jika transaksi di atas 100 ribu rupiah sehingga yang diterima para pelaku usaha kurang dari 100 ribu rupiah. Hal tersebut menunjukan bahwa masih banyak pelaku UMKM yang masih menyukai sistem *cash* atau bayar dengan uang tunai.

4.2.2 Hubungan *Perceived ease of use* dan *behavioral intention to use*

Perceived ease of use tidak memiliki pengaruh positif pada *behavioral* niat untuk menggunakan, menurut hasil pengolahan data yang penelitian lakukan. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian dari (Jocelyn et al., 2022) Ia mengklaim bahwa *perceived ease of use* mempunyai pengaruh siignifikan pada *behavioral intention to use*. Sedangkan hubungan ini didukung dengan penelitian dari (Febbyola et al., 2023) Ia mengklaim bahwa *perceived ease of use* tidak mempunyai dampak nyata pada *behavioral intention* pada pengguna *digital payment* dan juga penelitian milik (Febrian & Keni, 2022) Ia mengklaim bahwa *perceived ease of use*

tidak mempunyai dampak nyata terhadap *behavioral intention to use* pengguna *e-payment*.

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan peneliti, pelaku UMKM yang menggunakan QRIS masih terdapat kesulitan dalam penggunaan nya terutama orang tua yang belum mengerti sepenuhnya dalam teknologi dan ada juga yang masih kesulitan dalam *settlement* untuk satu kali transfer dalam satu hari yaitu penjualan atau pendapatan hari ini bisa ikut dalam pendapatan esok harinya.

4.2.3 Hubungan *Perceived risk* dan *behavioral intention to use*

Berdasarkan dari hasil olah data peneliti, melakukan pengaruh *Perceived risk* terhadap *behavioral intention to use* yang menunjukan bahwa *perceived risk* tidak mempunyai dampak yang positif pada *behavioral intention to use*. Hal ini tidak didukun dengan penelitian dari (Prasetyo & Wardhani, 2022) yang menyatakan, *perceived risk* mempunyai dampak yang tidak *negative* pada *behavioral intention to use*. Sedangkan dalam penelitian (M & Warningsih, 2021) menyatakan bahwa *perceived risk* memiliki efek negatif dan pengaruh yang tidak positif terhadap *behavioral intention to use* pada *digital wallet*.

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan peneliti, pelaku UMKM yang menggunakan QRIS masih banyak yang melakukan kesalahan dalam transaksinya dan juga masih ada yang belum yakin akan keamanan dari QRIS.

4.2.4 Hubungan *Trust* dan *behavioral intention to use*

Berdasarkan hasil olah data penelitian ini, melakukan pengaruh *Trust* kepada *behavioral intention to use* yang menunjukan bahwa *trust* mempunyai dampak besar pada *behavioral intention to use*. Hal ini didukun dengan penelitian dari (Utami, 2021) yang menyatakan bahwa *trust* mempunyai pengaruh yang potitif pada *behavioral intention to use*.

Berdasarkan dari hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan oleh peneliti, pelaku UMKM yang menggunakan QRIS percaya akan menggunakan QRIS karena di zaman teknologi seperti ini semua akan menggunakan teknologi. Sehingga tingginya kepercayaan terhadap QRIS akan meningkatkan minat untuk menggunakan QRIS.

4.2.5 Hubungan *Behavioral intention to use* dan *actual system use*

Behavioral intention to use memiliki dapak pada *actual system use*, penliti mendapatkan bahwa *behavioral intention to use* ini memiliki pengaruh nyata pada *actual system use*. Hal ini sesuai dengan penelitian dari (Qomariah, 2022) ia mengklaim bahwa *behavioral intention to use* memberi pengaruh yang nyata terhadap *actual system use*.

Berdasarkan dari hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan oleh peneliti, pelaku UMKM yang menggunakan QRIS memiliki minat yang tinggi terhadap penggunaan QRIS sehingga tingkat penggunaan QRIS juga tinggi.

BAB V
KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Mengingat hasil penelitian di atas yang telah dilakukan dengan sampel penelitian sebanyak 110 responden tentang variabel yang memengaruhi penggunaan pembayaran elektronik (QRIS) pada UMKM di Kota Malang. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa:

1. *Behavioral intention to use* tidak dapat dipengaruhi secara signifikan oleh *perceived usefulness*. Hal ini ditandai dengan kurangnya kemanfaatan dari QRIS. Sehingga kemanfaatan tidak mempengaruhi minat menggunakan QRIS.
2. *Behavioral intention to use* tidak dapat dipengaruhi secara signifikan oleh *perceived ease of use*. Hal ini ditandai dengan para palaku UMKM yang masih kesulitan dalam manggunakan QRIS. Sehingga kemudahan tidak mempengaruhi minat menggunakan QRIS.
3. *Behavioral intention to use* tidak dapat dipengaruhi secara signifikan oleh *perceived risk*. Hal ini ditandai dengan terjadinya kesalahan dalam transaksinya. Sehingga risiko tidak mempengaruhi minat menggunakan QRIS.
4. *Behavioral intention to use* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *trust*. Hal ini ditandai dengan kepercayaan pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS yang didukung dengan perkembangan teknologi yang pesat. Sehingga kerpercayaan dapat mempengaruhi minat menggunakan QRIS.
5. *Actual system use* dipengaruhi secara signifikan oleh *behavioral intention to use*. Hal ini ditandai dengan tinggi nya minat untuk menggunakan QRIS sehingga semakin bertambahnya pengguna QRIS.

5.2 Penutup

Berikut merupakan saran dari penulis yang mengharapkan dapat memberi bermanfaat bagi pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini, berdasarkan kesimpulan yang ada saat ini:

1. Bagi penyedia layanan QRIS

   Berdasarkan dari penelitian ini, diharapkan untuk penyedia layanan QRIS untuk meningkatkan kemudahan dalam pengunaan maupun pencatatan keuangannya sehingga dapat meningkatkan lagi minat untuk menggunakan QRIS dan yang telah menggunakan dapat lebih menikmati fitur dan kemudahan yang di berikan.
2. Bagi peneliti selanjutnya

   Peneliti berharapkan agar lebih banyak peneliti selanjutnya yang dapat memberikan sejumlah faktor tambahan yang lebih komprehensif untuk di teliti dalam penggunaan QRIS.

DAFTAR PUSTAKA

Afinandiva, N., & Muryanto, Y. (2019). *Pengaturan Pembayaran Dengan Menggunakan Kode QR (QR Payment) Dalam Kaidah Hukum Indonesia*. *6*.

Agustina, I. D. (2023). *Determinan Minat Penggunaan E-Payment Syariah Dimoderasi Literasi Keuangan Syariah (Studi Pada UMKM Kota Malang)*.

Alotaibi, R., & Alghamdi, A. (2022). *The Impact of Perceived Security and Perceived Trust on the Use of m-Payment Applications in Saudi Arabia*. *12*(6).

Amaral Souza, L., Pereira Batista Munay da Silva, M. J., & Morais Vieira Ferreira, T. A. (2017). A aceitação da tecnologia da informação pela área contábil. *Sistemas & Gestão*, *12*(4), 516–524. https://doi.org/10.20985/1980-5160.2017.v12n4.1239

Andri Kurniawan, Yenni, Azis, Ayyesha Dara Fayola, Jimaristi Kolong, Nanang, Zulkarnaini, Hermayani, Rusydi, & Sri Juniati. (2023). *Penelitian Tindakan Kelas* (A. Yanto, Ed.). Global Eksekutif Teknologi. https://www.google.co.id/books/edition/Penelitian_Tindakan_Kelas/9-OtEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Ansori, M. (2019). Perkembangan dan Dampak Financial Technology (FINTECH) Terhadap Industri Keuangan Syariah Di Jawa Tengah. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*.

Aries Veronica, Ernawati, Rasdiana, Muhamad Abas, Yusriani, Hadawiah, Nurul Hidayah, Joko Sabtohadi, Hastuti Marlina, Wiwiek Mulyani, Zulkarnaini, & Salsabila Syafni Aulia. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (R. Hidayanti, Ed.). Get Press. https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/eGp3EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Badan Pusat Statistik Kota Malang. (2022). *Banyaknya Tempat Usaha dan Pedagang Menurut Kecamatan di Kota Malang 2020-2022*. https://malangkota.bps.go.id/indicator/33/122/1/jumlah-tempat-usaha-dan-pedagang-di-kota-malang.html

Bank Indonesia. (2020a). *Kanal dan Layanan*. https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx#:~:text=QRIS%20pertama%20diluncurkan%20oleh%20Bank,lambat%20tanggal%2031%20Desember%202019.

Bank Indonesia. (2020b). *QR Code Indonesian Standard (QRIS)*.

Bank Indonesia. (2023). *Atas Kontribusinya Akselerasi Digitalisasi Di Masyarakat, Qris Raih Penghargaan Internasional Siaran Pers*.

https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2521123.aspx

Binus University School of Information System. (2016). *Penggunaan TAM (Technology Acceptance Model) Untuk Keperluan Kepenelitian*. BINUS UNIVERSITY School of Information System. https://sis.binus.ac.id/2016/12/13/penggunaan-tam-technology-acceptance-model-untuk-keperluan-penelitian/

Dan, I., Adam, K., Pada, D., Matematika, J., Sains, F., & Teknlogi, D. (2015). *Metode Partial Least Square (PLS) Dan Terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone)*.

Davis, F. (1987). *User Acceptance Of Information System The Technology Acceptance Model*.

Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, *8*(2), 99–113. https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982

Djaali. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Vol. 218). Bumi Aksara. https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/wY8fEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0&kptab=overview

Durman, T. Y., & Musdholifah, M. (2020). Integrasi Technology Acceptance Model Dan Theory Of Planned Behavior Terhadap Intention To Use Mobile Payment (Studi Pada Pengguna Ovo Di Surabaya). In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 8).

Dwiyanto, A. (2023). *Statistika Deskriptif: Pengertian, Fungsi dan Jenisnya*.

Engko, C., Benony Limba, F., & Achmad, A. P. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Dan Minta Bertransaksi Menggunakan Layanan QRIS Dengan Technology Acceptance model (TAM) Sebagai Variabel Mediasi*. https://doi.org/10.46306/rev.v4i1

Febbyola, R., Mardani, R. M., & Ramadhan, T. S. (2023). *Analisa Perceived Ease Of Use Dan Perceived Enjoyment Terhadap Behavior Intention Pada Digital Payment*.

Febrian, W. N., & Keni, K. (2022). Variabel yang Memprediksi Intention to Use Brand E-Payment di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, *4*(1), 263. https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17200

Galih Nur Jati, A., Puguh Margono, F., Arinta Ardiyono, T., Wulansari, A., Sistem Informasi, P., Ilmu Komputer, F., & Timur, J. (2023). Analisis Faktor Tingkat Kepercayaan Penggunaan Qris Pada Umkm Di Surabaya Menggunakan

Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Teknologi Informasi*, *4*(1). https://doi.org/10.46576/djtechno

Gefen, Karahanna, & Straub. (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*, *27*(1), 51. https://doi.org/10.2307/30036519

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro., 2015.

Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, *5*(1), 55. https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840

Hendro, H., & Keni, K. (2020). eWOM dan Trust sebagai Prediktor terhadap Purchase Intention: Brand Image sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Komunikasi*, *12*(2), 298. https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.7760

Hengki Wijaya. (2016). *Metodologi Penelitian Pendidikan Teologi* (H. Wijaya, Ed.). https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Pendidikan_Teologi/UMWDCwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Herdioko, J., Kadek, N., & Damayanti, D. (2023). Analisis Motivasi Penggunaan Dompet Digital OVO Pada Masyarakat Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *MODUS*, *35*(1), 133–153.

Ilham Kamaruddin, Deri Firmansah, Zulkifli, Ade Putra Ode Amane, Nasarudin, Moihammad Ardani, Samad, & Haerudin. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (D. Sari, Ed.; Vol. 155). Global Eksekutif Teknologi. https://www.google.co.id/books/edition/METODOLOGI_PENELITIAN_KUANTITATIF/ySzJEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

J Laloan, W. T., Wenas, R. S., & R Loindong, S. S. (2023). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Pengguna E-Payment Qris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado*.

Jama, J. (1990). *POPULASI DAN SAMPEL*.

Jocelyn, E., Ganna Henryanto, A., Kunci, K., Terhadap Penggunaan, S., Perilaku untuk Menggunakan, N., Penerimaan Teknologi, M., Kegunaan, P., & Kemudahan Penggunaan, P. (2022). *Behavioral Of Using Gopay As An Alternative Payment Method*.

Kamalul Ariffin, S., Mohan, T., & Goh, Y.-N. (2018). Influence of consumers' perceived risk on consumers' online purchase intention. *Journal of Research*

in Interactive Marketing, *12*(3), 309–327. https://doi.org/10.1108/JRIM-11-2017-0100

Khan, W. A., & Abideen, Z. U. (2023). Effects of behavioural intention on usage behaviour of digital wallet: the mediating role of perceived risk and moderating role of perceived service quality and perceived trust. *Future Business Journal*, *9*(1), 73. https://doi.org/10.1186/s43093-023-00242-z

Khurnia, W. (2023). *Pengaruh Trust, Kemudahan Penggunaan, Psikografis, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Bertransaksi Perspektif Konsumsi Islam*.

Latuheru, T., & Foenay, C. C. (2021). *Analysis of the Impact of E-Payment on Culinary Business Development in Kupang City*.

Lubis, R., Roro, R., Permesti, C. M., Leonardo, E., & Sari, E. N. (2023). *The Influence of Financial Technology and E-commerce on the Success of MSMEs: Literature Review*.

Lui, H. K., & Jamieson, R. (2003). *Integrating Trust and Risk Perceptions in Business-to-Consumer Electronic Commerce with the Technology Acceptance Model*.

M, N., & Warningsih, S. (2021). *Determining Factor of Digital Wallet Usage*.

Mahayana, D. (2023). *Fenomena QRIS, Digital Payment Dikuasai Pemain Nasional*. https://money.kompas.com/read/2023/01/06/113600226/fenomena-qris-digital-payment-dikuasai-pemain-nasional.

Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management Review*, *20*(3), 709. https://doi.org/10.2307/258792

Mei, Y. C., & Boon Aun, N. (2019). *Factors Influencing Consumers' Perceived Usefulness of M-Wallet in Klang Valley, Malaysia*. http://buscompress.com/journal-home.html

Mochammad Ronaldy Aji Saputra, Fitria Idham Chalid, & Heri Budianto. (2023). *Metode Ilmiah dan Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Kepustakaan (Bahan Ajar Madrasah Riset)*. Nizamia Learning Center. https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Ilmiah_dan_Penelitian_Kuantitatif/CRvTEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0&kptab=overview

Mubarak, M. R. (2022). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use, Perceived Risk, dan Perceived Compatibility Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BSI*.

Muhtarom, Z. A. (2022). *Pengaruh Financial Technology (Fintech) Terhadap Literasi Keuangan Pada Pelaku UMKM Di Kota Mataram* (Vol. 2).

Nisa, U. K., & Solekah, N. A. (2022). The Influence of TAM, Social influence, Security Relationship toward Intention to Use E Wallet through Attitude and Trust. *IQTISHODUNA*, *18*(1), 35–50. https://doi.org/10.18860/iq.v18i1.12916

Nurdiani, N. (2014). *Teknik Sampling Snowball Dalam Penelitian Lapangan* (Vol. 5, Issue 2).

Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Yuk mengenal FinTech! Keuangan Digital Yang Tengah Naik Daun*. https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10468

Permatasari, D., & Putri Aprilianti, A. (2023). *Proceeding ICONIES Faculty Of Economics Uin Maulana Malik Ibrahim Malang The Use Of Accounting Information: What Are Things That Influence It?*

Prasetyo, A., & Wardhani, A. M. N. (2022). Analisis Pengaruh Perceived Risk dan Trust terhadap Pengujian Behavioral Intention Mahasiswa Pengguna GoPay. *EXERO : Journal of Research in Business and Economics*, *5*(1), 36–63. https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5038

Pratama, D., Samri, Y., & Nasution, J. (2023). The Effect Of Understanding Of Financial Literacy And Ease Of Digital Payment On The Continuity Of MSMES In The Digitalization Era. In *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)* (Vol. 6, Issue 2).

Primadineska, R. W., & Jannah, S. M. (2021). Perceived Security and Trust in Electronic Payment Systems: How They Affect the Decision to Use EPS During the COVID-19 Pandemic. *Jurnal Manajemen Bisnis*, *12*(2). https://doi.org/10.18196/mb.v12i2.11456

Purboyo, Lamsah, & Vitria Aida. (2020). *Adopsi Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Perilaku Minat Generasi Milenial Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal*.

Qomariah, T. (2022). *Analisis Penerimaan Penguna Menggunakan Metode Tecnology Acceptance Model (TAM)*.

Sandy, M. A. (2020). *Implementasi E-Payment Qris Pada Sistem Informasi Pembayaran Biaya Pendidikan Di Smp Islam Terpadu Insan Mandiri Sukabumi*.

Saputri, U. M. (2022). *Analisis Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Minat UMKM Menggunakan Digital Payment Quick Response Indonesia Standard (Qris) Di Kota Surakarta*.

Shin, D.-H. (2010). Modeling the Interaction of Users and Mobile Payment System: Conceptual Framework. *International Journal of Human-Computer Interaction*, *26*(10), 917–940. https://doi.org/10.1080/10447318.2010.502098

Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Penerbit Andi.

Sinurat, E. M., & Sugiyanto, L. B. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Promosi Penjualan melalui Mediasi Attitude Toward Using dan Perceived Security terhadap Behavioral Intention to Use (Studi Empiris: Pengguna Mobile Wallet di Jakarta). *Business Management Journal*, *18*(1), 17. https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2820

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*.

Utami, M. K. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment Linkaja Dengan Kemudahan Sebagai Variable Mediasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, *9*(2), 111–120. https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i2.554

Ventre, I., & Kolbe, D. (2020). The Impact of Perceived Usefulness of Online Reviews, Trust and Perceived Risk on Online Purchase Intention in Emerging Markets: A Mexican Perspective. *Journal of International Consumer Marketing*, *32*(4), 287–299. https://doi.org/10.1080/08961530.2020.1712293

Wijaya, E., Susilawati, R., Akuntansi, J., & Bandung, P. N. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan (Trust) pada Adopsi Layanan Fintech (Studi Kasus pada Layanan Pembayaran Digital Gopay) The Influence of Perceived Risk and Trust in Adoption of Fintech Service (Case Study on GoPay Digital Payment Service Users). *Indonesian Accounting Literacy Journal*, *02*(01), 202–209.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Peneliti

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap	: Rifqi Dhiya Ulhaq
Tempat, tanggal lahir	: Jember, 12 Juli 2002
Alamat Asal	: Jl. Argopuro No. 45, Arjasa, Jember
Alamat Kos	: Jl. Tlogosari Barat No. 68B, Malang
Telepon/Hp	: 082132263313
E-mail	: rifqidhiyaulhaq1@gmail.com

Pendidikan Formal

2008-2014	: SDN Arjasa 1 Jember
2014-2017	: SMP Darul Ulum 1 Unggulan Jombang
2017-2020	: SMA Darul Ulum 1 Unggulan BPPT Jombang
2020-2024	: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non-Formal

2020-2021	: Ma'had Al Jami'ah Al-Aly UIN Malang
2020-2021	: Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab (PKPBA) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2020-2021	: Program Khusus Perkuliahan Bahasa Inggris (PKPBI) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Aktivitas dan Pelatihan

- Peserta National Taxation Workshop With The Theme "Exploring The Potential and Career Of Taxation to Kick Start a Professional Tax Consultant" organized by the UIN Malang Tax Center Tahun 2023

- Peserta Pelatihan Atlas dengan tema “Optimizing Your Accounting Skill to Make a Bright Future” Tahun 2023
- Peserta Pelatihan Accurate dengan tema “Improve The Quality of Accounting by Utilizing Accurate Software” Tahun 2023
- Panitia Seminar Bisnis dengan tema “PDKT dengan Dunia Investasi: Belajar Saham dengan Cermat, Cerdas, dan Aman”oleh Anggota Muda Ikatan Akuntan Indonesia Komisariat Malang Raya Tahun 2022
- Peserta Workshop Perpajakan : Penyusunan Laporan Keuangan Fiskal oleh Tax Center UIN Malang Tahun 2022
- Peserta Kegiatan Sekolah Pasar Modal Level Basic “Introduction to Capital Market” oleh Galeri Investasi Syariah UIN Malang Tahun 2022
- Peserta Webminar Nasional Economic Festival UIN Malang dengan tema “Membangun Stategi Ekonomi Kreatif di Masa Pandemi” Tahun 2020

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr.Wb, Dengan segala hormat, Saya Rifqi Dhiya Ulhaq selaku mahasiswa jurusan Akuntansi Tahun 2020 Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Dalam Rangka penyusunan Skripsi, saya memohon kesediaan saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Penelitian saya yang berjudul "Determinan Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan e-Payment (QRIS) Pada UMKM Di Kota Malang" Demi kelancaran proses penelitian ini saya mengharapkan kesediaan saudara/i untuk mengisi kuisoner di bawah ini. Data yang diperoleh nantinya akan digunakan untuk keperluan akademis dan akan dijaga kerahasiannya. Terima kasih. Wassalamuälaikum Wr.Wb

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :
4. Pendidikan Terakhir :
5. Nama Usaha :
6. Alamat Usaha :
7. Lama Usaha :
8. Jenis Sektor Usaha :

B. PENGISIAN KUESIONER

Pilihlah salah satu alternatif untuk setiap pernyataan berdasarkan pengetahuan yang anda miliki dengan mencentang (✓) keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	Perceived Usefulness (X1)					
1	Penggunaan QRIS mempercepat dalam transaksi karena tidak memerlukan pengembalian uang					
2	Penggunaan QRIS mempunyai potensi untuk meningkatkan penjualan					
3	Penggunaan QRIS dapat meningkatkan efektivitas					
4	Menggunakan QRIS membuat pekerjaan lebih efektif					
5	QRIS lebih praktis karena bisa menerima banyak alternatif pembayaran dari konsumen					
	Perceived Ease of Use (X2)					
1	QRIS mudah dipelajari					
2	QRIS menyediakan fitur yang mudah digunakan					
3	QRIS dapat dikontrol sewaktu- waktu dengan mudah					
4	QRIS digunakan sesuai kebutuhan transaksi pada masa sekarang					
5	QRIS mempermudah transaksi karena tercatat secara otomatis					
	Perceived Risk (X3)					

1	Saya yakin tidak akan kehilangan uang ketika menggunakan QRIS					
2	Saya yakin QRIS dapat berfungsi dengan baik					
3	Saya yakin menggunaan QRIS tidak akan terjadi penipuan					
	Trust (X4)					
1	QRIS aman untuk digunakan pengguna					
2	Saya percaya QRIS yang saya gunakan akan mempermudah transaksi saya					
3	QRIS memberikan jaminan sesuai dengan deskripsi pada produk tersebut					
4	Saya yakin QRIS dapat dipercaya keamanannya					
5	QRIS dapat menjamin saldo para costumernya					
	Behavioral Intention To Use (Z)					
1	Saya tertarik menggunakan QRIS karena syarat dan ketentuannya mudah					
2	Kebutuhan sehari-hari akan terpenuhi dengan QRIS					
3	Saya berniat dan tertarik menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran					
4	Saya akan merekomendasikan dan akan terus menggunakan QRIS					

	sebagai metode pembayaran					
	Actual System Use (Y)					
1	Saya menggunakan QRIS karena sesuai dengan kebutuhan saya					
2	Saya yakin menggunakan QRIS merupakan keputusan yang tepat					
3	Saya lebih memilih QRIS dibandingkan menggunakan e-Payment yang lainya					
4	Saya akan merekomendasikan QRIS kepada orang lain					
5	Saya merasa puas setelah menggunakan QRIS					

Lampiran 3. Surat Bebas Plagiarisme

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:
Nama : Rohmatulloh Salis, M.Pd
NIP : 198409302023211006
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :
Nama : Rifqi Dhiya Ulhaq
NIM : 200502110001
Konsentrasi : Sistem Informasi Akuntansi
Judul Skripsi : **DETERMINAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN *e-PAYMENT* (QRIS) PADA UMKM DI KOTA MALANG**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
25%	23%	13%	12%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

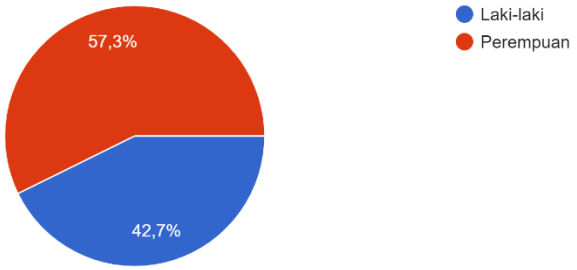
Malang, 20 Juni 2024
UP2M

Rohmatulloh Salis, M.Pd

Lampiran 4. Data Responden

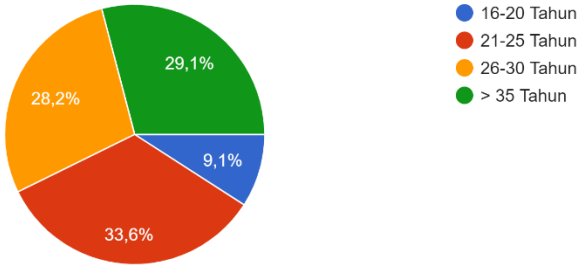
Jenis Kelamin

110 jawaban



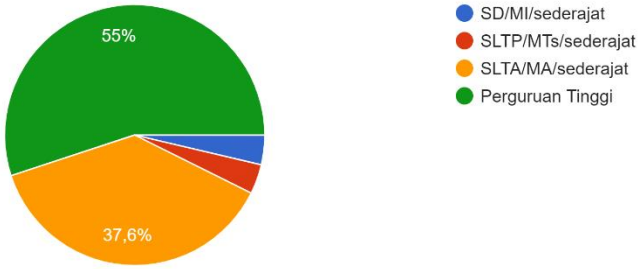
Umur

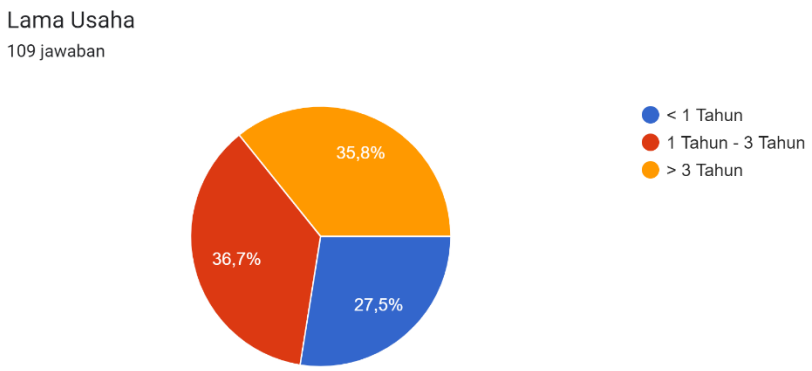
110 jawaban

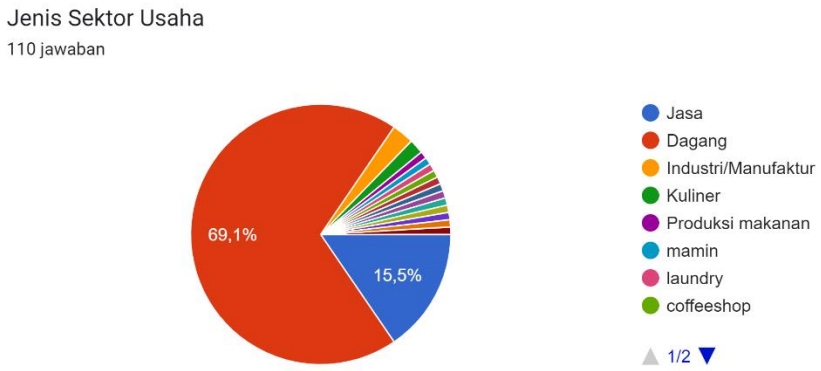


Pendidikan Terakhir

110 jawaban







Jawaban Responden (Valid)

Perceived Usefulness (X1)

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
1	4	3	4	5	5
2	5	5	5	5	5
3	5	3	4	5	4
4	5	5	5	4	5
5	5	4	4	5	5
6	5	5	5	5	5
7	5	4	4	4	5
8	5	4	5	4	4
9	4	3	5	4	4
10	3	4	4	4	4
11	5	4	4	4	4
12	4	3	4	3	3
13	5	4	4	4	5

14	5	3	4	4	4
15	4	4	4	3	5
16	5	5	5	4	5
17	4	3	3	3	3
18	5	3	4	5	5
19	5	5	5	4	5
20	5	5	5	5	5
21	5	4	4	4	4
22	5	4	5	4	4
23	5	5	4	5	5
24	5	5	5	5	5
25	4	5	5	5	5
26	3	3	3	3	3
27	5	5	5	5	5
28	4	3	4	5	5
29	5	4	3	5	4
30	5	5	5	5	5
31	5	5	5	5	5
32	4	4	3	3	5
33	5	5	5	5	5
34	5	5	3	5	5
35	5	5	4	5	4
36	4	4	5	4	5
37	4	5	5	4	5
38	5	3	5	5	5
39	4	5	2	5	5
40	4	4	4	5	5
41	4	5	4	5	5
42	4	5	4	2	2
43	5	4	5	5	5
44	5	5	5	5	5
45	4	4	5	5	5
46	5	4	5	5	5
47	5	5	5	5	5
48	4	4	5	5	5
49	4	5	4	4	4
50	5	5	5	5	5
51	5	5	5	5	5
52	5	5	5	5	5
53	5	5	5	5	5
54	4	4	3	5	5

55	5	5	5	5	5
56	5	5	3	5	5
57	5	5	5	5	5
58	5	5	5	5	5
59	3	4	4	4	4
60	5	5	5	5	5
61	5	3	4	5	5
62	5	5	5	5	5
63	3	3	3	4	4
64	5	5	5	5	5
65	5	5	4	2	5
66	5	5	5	5	5
67	5	5	5	5	5
68	4	3	4	4	4
69	5	5	5	5	5
70	5	4	5	5	5
71	5	4	5	5	5
72	5	1	5	5	5
73	5	5	5	5	5
74	5	5	5	5	5
75	5	5	5	5	5
76	5	5	5	5	5
77	5	3	5	3	5
78	5	5	5	5	5
79	5	3	5	5	4
80	5	4	4	4	4
81	5	4	5	5	5
82	5	5	4	4	4
83	5	5	5	5	5
84	5	4	5	4	5
85	4	4	4	4	5
86	5	5	5	5	5
87	5	5	5	5	5
88	5	4	5	4	5
89	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5
92	5	5	5	5	5
93	5	3	5	4	5
94	5	3	5	4	3
95	5	5	5	5	5

96	5	5	5	5	5
97	5	5	5	5	5
98	3	3	3	3	3
99	5	4	5	5	5
100	4	3	4	3	4
101	5	4	5	5	3
102	4	4	4	4	5
103	5	5	5	5	5
104	5	5	5	5	5
105	3	3	3	3	3
106	5	4	5	5	5
107	4	5	4	4	5
108	5	4	4	4	4
109	5	4	4	5	4
110	5	5	5	5	5

Perceived Ease of Use (X2)

No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
1	5	5	3	4	5
2	4	5	3	5	1
3	5	4	4	5	4
4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	4	5
6	5	5	5	5	5
7	4	4	5	5	5
8	5	5	4	4	5
9	4	5	4	5	4
10	4	4	3	4	4
11	5	5	4	5	5
12	5	4	3	4	3
13	5	5	4	4	5
14	5	4	3	4	3
15	4	5	5	5	5
16	4	4	5	5	5
17	3	3	3	3	4
18	3	4	4	5	5
19	4	4	3	4	3
20	5	5	5	5	5
21	5	5	4	3	3
22	4	4	3	4	4
23	5	5	5	5	5
24	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	4
26	3	3	3	3	3
27	5	5	5	5	5
28	3	3	1	4	5
29	4	4	5	5	5
30	5	5	5	3	5
31	4	4	4	5	5
32	3	3	3	4	4
33	5	5	5	5	5
34	5	5	3	5	5
35	4	5	4	4	4
36	5	4	4	4	4
37	4	4	5	5	4
38	4	4	4	5	5
39	4	4	1	3	1

40	4	4	4	4	4
41	5	5	5	5	3
42	5	2	2	2	2
43	5	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5
45	4	5	4	5	5
46	4	4	5	5	5
47	5	5	5	5	5
48	4	4	3	4	4
49	4	4	4	5	5
50	5	5	5	5	5
51	3	3	4	4	5
52	5	5	4	5	4
53	5	5	5	5	5
54	5	5	5	5	5
55	5	5	5	5	5
56	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	5
58	5	5	5	5	5
59	3	3	2	3	4
60	5	5	3	5	3
61	4	4	5	5	5
62	5	5	5	5	5
63	4	4	4	4	4
64	5	5	5	5	5
65	4	4	2	5	4
66	5	5	5	5	5
67	4	4	4	4	4
68	5	5	5	4	5
69	5	5	5	5	5
70	4	3	3	4	4
71	5	5	3	4	4
72	5	5	2	5	1
73	5	5	5	5	5
74	5	4	4	5	5
75	5	5	5	5	5
76	4	5	5	5	5
77	5	5	5	5	5
78	4	5	5	5	5
79	5	5	4	4	5
80	4	4	4	4	4

81	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5
84	5	4	4	4	4
85	3	4	3	4	4
86	5	5	5	5	5
87	5	4	5	5	5
88	5	5	4	5	5
89	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5
92	5	5	4	5	5
93	4	5	4	5	5
94	3	3	3	4	4
95	3	3	3	4	4
96	5	5	5	5	5
97	5	5	5	5	5
98	3	2	2	3	2
99	5	5	5	5	5
100	5	4	4	4	4
101	4	4	3	4	5
102	4	4	4	4	4
103	5	5	5	5	5
104	4	5	5	5	5
105	4	4	4	4	4
106	5	5	5	5	4
107	3	4	5	5	3
108	5	4	4	4	4
109	4	4	5	5	4
110	5	5	5	5	5

Perceived Risk (X3)

No.	X3.1	X3.2	X3.3
1	4	4	3
2	3	3	3
3	3	4	4
4	4	4	2
5	4	5	3
6	5	5	5
7	3	3	4
8	4	4	3
9	4	4	2
10	4	4	4
11	3	4	3
12	3	3	2
13	5	4	4
14	4	4	2
15	4	4	3
16	3	5	5
17	3	3	2
18	3	4	4
19	3	3	4
20	5	5	5
21	5	4	3
22	5	4	5
23	5	5	5
24	5	5	5
25	4	4	4
26	3	3	3
27	4	4	4
28	2	4	1
29	5	4	4
30	5	5	4
31	4	4	4
32	3	3	3
33	5	5	4
34	3	5	4
35	5	4	4
36	2	3	3
37	4	5	5
38	4	4	2
39	3	5	1

40	4	4	2
41	3	3	3
42	2	2	2
43	3	5	3
44	4	4	5
45	5	2	5
46	3	4	2
47	5	5	5
48	3	3	3
49	4	4	4
50	5	5	5
51	4	3	3
52	5	5	5
53	5	5	3
54	5	5	5
55	5	5	5
56	5	5	5
57	5	5	3
58	5	5	5
59	3	2	1
60	3	3	1
61	3	3	2
62	4	4	4
63	4	4	3
64	5	5	3
65	5	4	1
66	5	5	5
67	3	3	2
68	3	3	3
69	3	5	3
70	2	3	2
71	5	5	4
72	5	5	2
73	5	5	3
74	4	4	4
75	5	4	5
76	4	4	4
77	3	3	3
78	3	4	3
79	4	4	4
80	3	3	3

81	5	4	5
82	5	5	5
83	5	5	5
84	2	3	1
85	3	3	3
86	5	5	4
87	4	4	4
88	4	4	4
89	5	5	5
90	4	3	4
91	3	3	3
92	4	4	4
93	3	4	3
94	2	3	1
95	4	3	1
96	5	5	5
97	4	4	1
98	2	3	2
99	5	5	4
100	2	3	1
101	3	4	3
102	2	4	1
103	5	5	5
104	4	5	3
105	3	3	3
106	4	5	4
107	2	4	1
108	4	4	3
109	4	4	4
110	4	5	3

Trust (X4)

No.	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5
1	4	5	4	5	5
2	4	5	5	5	5
3	4	5	3	4	5
4	4	4	4	4	2
5	4	4	3	4	4
6	5	5	5	5	5
7	4	4	4	4	4
8	4	4	4	5	5
9	4	4	4	3	4
10	4	4	4	J 4	4
11	4	4	4	4	4
12	4	4	3	3	3
13	5	4	5	4	5
14	4	4	4	3	3
15	4	4	4	4	5
16	5	5	5	5	4
17	3	4	3	2	3
18	4	4	4	3	4
19	5	4	4	3	4
20	5	5	5	5	5
21	4	4	4	3	3
22	5	5	4	5	4
23	5	5	5	5	5
24	5	5	5	5	5
25	4	4	4	4	4
26	3	3	3	3	3
27	5	5	5	5	4
28	3	4	2	4	4
29	4	4	4	4	4
30	5	5	5	5	5
31	4	5	4	4	4
32	4	4	3	4	3
33	5	5	5	5	4
34	5	5	3	5	5
35	4	4	4	5	4
36	3	4	2	2	3
37	4	4	4	5	5
38	3	3	3	4	3
39	1	1	5	5	5

40	4	4	4	4	4
41	5	5	3	3	3
42	2	2	2	2	2
43	5	5	5	5	4
44	5	5	5	5	5
45	4	5	4	5	4
46	3	4	3	4	4
47	5	5	5	5	5
48	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4
50	5	5	5	5	5
51	5	5	4	4	4
52	5	5	5	5	4
53	5	5	5	5	5
54	5	5	5	5	5
55	5	5	5	5	5
56	5	5	5	2	5
57	5	5	5	5	5
58	5	5	5	5	5
59	3	3	2	2	2
60	3	3	3	3	3
61	3	4	3	3	3
62	4	4	4	4	4
63	3	4	3	3	3
64	5	5	4	4	4
65	5	5	2	5	5
66	5	5	5	5	5
67	3	4	4	4	4
68	4	4	3	4	4
69	5	5	4	4	3
70	3	4	4	3	3
71	4	5	4	4	4
72	5	5	5	5	5
73	4	5	4	4	4
74	5	5	4	4	4
75	3	3	3	3	3
76	4	5	5	4	4
77	5	5	5	3	3
78	5	5	3	4	5
79	5	5	5	5	5
80	3	4	4	3	3

81	5	5	5	5	5
82	5	5	4	5	5
83	5	5	4	4	4
84	3	4	3	4	3
85	4	4	4	3	3
86	5	5	5	5	5
87	4	4	3	4	4
88	5	4	4	4	3
89	5	5	5	5	5
90	4	4	4	4	4
91	3	4	3	3	3
92	5	5	5	5	5
93	4	5	5	5	5
94	3	4	3	2	3
95	3	3	3	3	3
96	5	5	5	5	5
97	4	5	3	4	4
98	3	3	3	3	2
99	4	4	4	4	4
100	3	4	2	2	3
101	4	5	3	4	4
102	3	4	3	2	2
103	5	5	5	5	5
104	5	5	5	5	5
105	3	3	3	3	3
106	5	5	5	5	4
107	4	5	5	3	4
108	4	4	3	4	4
109	4	5	4	5	5
110	4	5	5	5	5

Behavioral Intention To Use (Z)

No.	Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4
1	4	4	5	5
2	5	5	5	5
3	4	3	5	5
4	4	5	5	4
5	5	3	4	4
6	5	5	5	5
7	4	3	4	4
8	4	4	4	5
9	4	3	4	5
10	4	4	4	3
11	4	4	4	4
12	4	3	4	3
13	5	4	5	5
14	4	2	4	3
15	5	4	4	4
16	5	5	5	5
17	3	2	4	3
18	4	4	4	4
19	3	4	5	5
20	5	5	5	5
21	4	4	4	3
22	5	4	5	5
23	5	3	5	5
24	5	5	5	5
25	4	5	4	5
26	3	3	3	3
27	5	5	5	5
28	3	3	1	1
29	3	4	4	4
30	5	1	3	4
31	5	5	4	4
32	3	2	3	3
33	5	5	5	5
34	5	5	5	5
35	5	4	4	4
36	5	5	5	5
37	4	4	5	5
38	4	3	3	4
39	1	1	5	5

40	4	4	5	4
41	3	4	5	5
42	2	2	2	2
43	5	4	5	5
44	5	4	5	5
45	5	5	4	5
46	5	4	4	5
47	5	5	5	5
48	4	3	4	3
49	4	4	4	4
50	5	5	5	5
51	4	4	4	4
52	4	4	5	5
53	5	5	5	5
54	5	5	5	5
55	5	4	5	5
56	5	5	5	4
57	5	5	5	5
58	5	5	5	5
59	3	3	2	4
60	5	3	3	3
61	4	5	3	2
62	4	4	3	3
63	3	3	3	3
64	5	5	5	4
65	4	4	4	4
66	5	3	5	5
67	5	5	5	4
68	4	2	3	3
69	5	5	5	5
70	4	3	3	3
71	5	5	5	5
72	5	1	5	5
73	4	4	5	5
74	4	3	4	4
75	3	3	3	2
76	4	2	4	3
77	5	3	5	5
78	5	3	5	4
79	4	4	4	4
80	4	3	4	3

81	5	5	5	5
82	5	3	5	5
83	4	3	4	4
84	3	3	4	4
85	4	3	4	3
86	5	5	5	5
87	3	2	3	3
88	5	3	5	4
89	5	5	5	5
90	1	2	3	3
91	4	3	4	3
92	5	5	5	5
93	4	3	5	4
94	3	3	3	3
95	3	3	3	3
96	5	5	5	5
97	4	4	5	5
98	2	2	2	3
99	4	4	4	4
100	3	2	4	2
101	4	3	5	5
102	3	4	4	3
103	5	5	5	5
104	4	3	5	5
105	3	3	3	3
106	4	4	4	4
107	3	5	5	5
108	4	4	4	4
109	5	5	5	4
110	5	5	5	5

Actual System Use (Y)

No.	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5
1	4	4	5	4	4
2	5	5	3	3	5
3	5	4	3	5	4
4	5	5	5	5	4
5	4	4	5	4	5
6	5	5	5	5	5
7	4	4	4	4	5
8	4	4	5	4	4
9	4	4	2	3	4
10	3	3	3	3	3
11	4	3	4	3	4
12	4	4	2	3	4
13	4	5	5	4	4
14	4	4	5	4	4
15	4	4	4	4	4
16	5	5	5	5	5
17	3	3	3	4	4
18	5	4	4	5	4
19	5	5	3	4	3
20	5	5	4	5	5
21	3	3	3	3	4
22	4	5	4	5	5
23	5	5	4	5	5
24	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5
27	5	5	4	5	5
28	5	3	1	2	2
29	4	4	3	4	4
30	5	5	5	5	5
31	4	4	4	4	4
32	3	3	3	3	3
33	5	5	4	5	5
34	5	5	3	5	5
35	5	4	4	5	5
36	5	4	5	3	4
37	5	4	4	4	5
38	5	4	3	3	4
39	1	2	3	5	5

40	4	4	5	4	5
41	5	3	4	3	3
42	5	2	3	2	2
43	5	5	4	4	5
44	5	4	3	4	4
45	4	5	4	5	5
46	3	4	5	4	5
47	5	5	5	5	5
48	3	3	3	3	3
49	4	4	5	4	4
50	5	5	5	5	5
51	4	4	4	4	4
52	4	5	5	5	5
53	5	5	5	5	5
54	5	5	3	5	5
55	4	5	5	4	4
56	3	5	5	5	4
57	5	5	5	5	5
58	5	5	5	5	5
59	3	2	5	4	4
60	3	3	5	3	3
61	3	4	4	4	5
62	4	3	3	4	4
63	3	3	3	3	3
64	5	5	4	4	4
65	3	4	5	4	4
66	5	5	5	3	5
67	5	4	5	5	5
68	4	3	3	2	3
69	5	5	5	5	5
70	4	3	3	3	3
71	5	5	5	5	5
72	5	5	5	5	5
73	4	5	4	4	5
74	4	4	3	4	4
75	4	4	4	4	4
76	5	5	3	4	4
77	5	5	3	5	5
78	5	4	4	4	5
79	5	3	4	4	4
80	4	3	3	4	4

81	5	5	5	5	5
82	5	5	4	4	4
83	4	4	4	3	4
84	4	4	3	3	4
85	4	4	3	3	4
86	5	5	5	5	5
87	4	3	3	3	3
88	5	5	5	4	5
89	5	5	5	5	5
90	3	3	3	3	3
91	4	3	4	4	4
92	5	5	5	5	5
93	4	4	3	3	4
94	4	3	4	3	4
95	3	3	3	3	3
96	5	5	5	5	5
97	5	4	5	5	5
98	3	3	2	2	3
99	5	4	4	4	4
100	4	3	2	3	4
101	4	4	3	3	3
102	3	3	3	3	3
103	5	5	5	5	5
104	5	5	5	5	5
105	3	3	4	3	3
106	5	5	4	4	4
107	5	4	1	5	4
108	4	4	4	4	4
109	4	4	5	4	4
110	5	5	5	5	5

Lampiran 5. Hasil Running Data

Outer Loading

Variabel	ASU	BITU	PEoU	PR	PU	T
ASU 1	0.670					
ASU 2	0.888					
ASU 3	0.692					
ASU 4	0.868					
ASU 5	0.874					
BITU 1		0.819				
BITU 2		0.747				
BITU 3		0.885				
BITU 4		0.870				
PEoU 1			0.711			
PEoU 2			0.883			
PEoU 3			0.845			
PEoU 4			0.811			
PEoU 5			0.659			
PR 1				0.883		
PR 2				0.847		
PR 3				0.822		
PU 1					0.776	
PU 2					0.645	
PU 3					0.733	
PU 4					0.772	
PU 5					0.783	
T 1						0.874
T 2						0.836
T 3						0.807
T 4						0.836
T 5						0.841

Cross Loadings

Variabel	ASU	BITU	PEoU	PR	PU	T
ASU 1	**0.670**	0.543	0.462	0.394	0.416	0.529
ASU 2	**0.888**	0.777	0.592	0.678	0.512	0.748
ASU 3	**0.692**	0.543	0.390	0.470	0.383	0.388
ASU 4	**0.868**	0.680	0.439	0.573	0.435	0.588
ASU 5	**0.874**	0.701	0.487	0.526	0.431	0.574
BITU 1	0.721	**0.819**	0.607	0.566	0.512	0.675
BITU 2	0.564	**0.747**	0.455	0.409	0.427	0.467
BITU 3	0.694	**0.885**	0.548	0.538	0.464	0.697
BITU 4	0.717	**0.870**	0.498	0.554	0.455	0.705
PEoU 1	0.391	0.425	**0.711**	0.523	0.422	0.435
PEoU 2	0.572	0.628	**0.883**	0.656	0.586	0.681
PEoU 3	0.494	0.483	**0.845**	0.545	0.528	0.502
PEoU 4	0.491	0.565	**0.811**	0.505	0.634	0.593
PEoU 5	0.334	0.322	**0.659**	0.453	0.449	0.421
PR 1	0.572	0.500	0.569	**0.883**	0.451	0.650
PR 2	0.604	0.581	0.591	**0.847**	0.487	0.694
PR 3	0.519	0.510	0.590	**0.822**	0.397	0.662
PU 1	0.465	0.442	0.552	0.426	**0.776**	0.506
PU 2	0.333	0.373	0.389	0.407	**0.645**	0.351
PU 3	0.387	0.390	0.476	0.257	**0.733**	0.399
PU 4	0.400	0.413	0.525	0.484	**0.772**	0.485
PU 5	0.426	0.452	0.550	0.375	**0.783**	0.478
T 1	0.638	0.684	0.646	0.708	0.503	**0.874**
T 2	0.598	0.704	0.631	0.560	0.524	**0.836**
T 3	0.621	0.628	0.526	0.675	0.511	**0.807**
T 4	0.596	0.601	0.516	0.690	0.522	**0.836**
T 5	0.542	0.621	0.538	0.683	0.460	**0.841**

Average Variance Extracted

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
PU	0.553
PEoU	0.618
PR	0.724
T	0.704
BITU	0.692
ASU	0.646

Composite Realibility & Cronbachs Alpha

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
PU	0.796	0.801	0.860
PEoU	0.844	0.877	0.889
PR	0.810	0.813	0.887
T	0.895	0.897	0.922
BITU	0.851	0.862	0.900
ASU	0.859	0.880	0.900

R-square

Variabel	R-square	R-square adjusted
ASU	0.665	0.662
BITU	0.625	0.611

Path Coefficients

Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
PU -> BITU	0.079	0.084	0.080	0.991	0.322
PEoU -> BITU	0.170	0.167	0.111	1.528	0.126
PR -> BITU	-0.034	-0.022	0.095	0.355	0.723
T -> BITU	0.638	0.628	0.119	5.380	0.000
BITU -> ASU	0.816	0.818	0.044	18.662	0.000

Lampiran 6. Rekap Jurnal Bimbingan

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM	: 200502110001
Nama	: Rifqi Dhiya Ulhaq
Fakultas	: Ekonomi
Program Studi	: Akuntansi
Dosen Pembimbing	: Ditya Permatasari, M.S.A., Ak
Judul Skripsi	: DETERMINAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN *e-PAYMENT* (QRIS) PADA UMKM DI KOTA MALANG

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	5 Oktober 2023	Konsultasi Terkait Judul	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
2	10 Oktober 2023	Konsultasi Terkait Judul	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
3	27 Oktober 2023	Konsultasi Penyusunan BAB 1	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
4	6 November 2023	Revisi BAB 1 dan Konsultasi BAB 2&3	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
5	7 November 2023	Konsultasi BAB 1,2 dan 3	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
6	30 November 2023	Bimbingan revisi BAB 1,2, dan 3 dari Seminar Proposal	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
7	22 Desember 2023	Konsultasi terkait definisi operasional dan pertanyaa kuesioner penelitian	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
8	28 Mei 2024	Bimbingan terkait BAB 4	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi

9	10 Juni 2024	Konsultasi terkait proceedings artikel ICONIES	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
10	18 Juni 2024	Konsultasi terkait jurnal ICONIES	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
11	19 Juni 2024	Konsultasi BAB 4 dan 5	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi

Malang, 19 Juni 2024
Dosen Pembimbing

Ditya Permatasari, M.S.A., Ak