

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *HABIT* TERHADAP *DECISION TO USE QRIS* BANK SYARIAH DENGAN *KNOWLEDGE* SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**(STUDI PADA KONSUMEN UMKM DI KOTA MALANG)**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**M. ARFAN ARIFIANDI**

**210503110006**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH (S1)  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2025**

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *HABIT* TERHADAP *DECISION TO USE* QRIS BANK SYARIAH DENGAN *KNOWLEDGE* SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
(STUDI PADA KONSUMEN UMKM DI KOTA MALANG)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada :  
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



**Oleh :**

**M. ARFAN ARIFIANDI**

**210503110006**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH (S1)  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE*  
DAN *HABIT* TERHADAP *DECISION TO USE QRIS* BANK SYARIAH  
DENGAN *KNOWLEDGE* SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
(STUDI PADA KONSUMEN UMKM DI KOTA MALANG)

**SKRIPSI**

Oleh

**M. Arfan Arifiandi**

NIM : 210503110006

Telah Disetujui Pada Tanggal 23 April 2025

**Dosen Pembimbing,**



**Titis Miranti, M.Si**

**NIP. 199201302023212032**

**LEMBAR PENGESAHAN**

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE*  
DAN *HABIT* TERHADAP *DECISION TO USE QRIS* BANK SYARIAH  
DENGAN *KNOWLEDGE* SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
(STUDI PADA KONSUMEN UMKM DI KOTA MALANG)

**SKRIPSI**

Oleh

**M. ARFAN ARIFIANDI**

NIM : 210503110006

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E.)  
Pada 2 Mei 2025

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

**Esy Nur Aisyah, M.M**

NIP. 198609092019032014

2 Anggota Penguji

**Ahmad Tibrizi Soni Wicaksono, M.E**

NIP. 199007132019031013

3 Sekretaris Penguji

**Titis Miranti, M.Si**

NIP. 199201302023212032

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



**Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M**

NIP. 197708262008012011

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda-tangan dibawah ini:

Nama : M. Arfan Arifiandi

NIM : 210503110006

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

***Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Dan Habit Terhadap Decision to Use QRIS Bank Syariah Dengan Knowledge Sebagai Variabel Moderasi ( Studi pada konsumen UMKM di Kota Malang)***

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan ”duplikasi” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila dikemudian 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 dibuat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 14 april 2025

Hormat saya,



M. Arfan Arifiandi

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah. Segala puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan saya kekuatan dan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir sampai selesai.

Karya skripsi ini saya persembahkan untuk Kedua orang tua, Ayah Agus Muntaha dan Ibu Atik Ma'rifatul Haliyah yang telah mendidik dan membesarkan saya, yang telah memperjuangkan pendidikan saya untuk bisa merasakan nikmatnya sampai bangku perkuliahan ini sehingga saya mendapatkan pengetahuan yang lebih luas lagi. Tak lupa saya persembahkan pada adik saya M. Adhwa Arishandi dan semoga dapat menjadi lebih baik dari kakaknya suatu saat nanti.

Skripsi ini juga dipersembahkan untuk Keluarga Bani Wahab yang selalu mendukung saya dan mengandalkan saya yang duduk dibangku kuliah ini. Seluruh Dosen, Tenaga Pendidik Fakultas Ekonomi UIN Malang, seluruh teman dan sahabat dekat yang telah menjadi rumah kedua saya selama menjalani perkuliahan di UIN Malang. Semoga Allah SWT selalu menyertakan Rahmat, keberkahan, dan Kesehatan pada mereka semua.

## **MOTTO**

*“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul "Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Habit* Terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah dengan *Knowledge* sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Konsumen UMKM di Kota Malang)" ini dengan baik. Proposal ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi kelengkapan akademik pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Penyelesaian proposal ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Yayuk Sri Rahayu, MM selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Titis Miranti M,Si selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan, serta saran yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh bapak dan ibu dosen Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah berbagi ilmu serta pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.

6. Orang tua dan keluarga tercinta atas doa, motivasi, dan dukungannya yang tiada henti.
7. Seseorang yang bertemu di ospek dan sampai sekarang membantu penulis dalam penyusunan skripsi.
8. Keluarga Teater Merak Cabang Malang yang selalu mendukung penulis dalam penyusunan skripsi
9. Rekan-rekan mahasiswa terutama Mabna Alfarazi, Jama'ah Sarapan serta semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Malang, 8 Januari 2025

Penulis

M. Arfan Arifiandi

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
خلاصة.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	11
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Kajian Teori.....	16
2.2.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	16

2.2.2	Difusi Inovasi .....	17
2.2.3	QRIS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.4	<i>Mobile Banking</i> Syariah.....	18
2.2.5	UMKM.....	20
2.2.6	<i>Knowledge</i> .....	21
2.2.7	<i>Perceived Usefulness</i> .....	23
2.2.8	<i>Perceived Ease of Use</i> .....	23
2.2.9	<i>Habit</i> .....	24
2.2.10	<i>Decision to Use</i> .....	24
2.3	Hubungan Antar Variabel.....	25
2.3.1.	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Decision to Use</i> .....	25
2.3.2.	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Decision to Use</i> .....	25
2.3.3.	Pengaruh <i>Habit</i> terhadap <i>Decision to Use</i> .....	26
2.3.4.	<i>Knowledge</i> Memoderasi pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Decision to Use</i> QRIS Bank Syariah Pada Konsumen UMKM di Kota Malang.....	27
2.3.5.	<i>Knowledge</i> memoderasi pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Decision to Use</i> QRIS Bank Syariah Pada Konsumen UMKM di Kota Malang.....	27
2.3.6.	<i>Knowledge</i> memoderasi pengaruh <i>Habit</i> Terhadap <i>Decision to Use</i> QRIS Bank Syariah Pada Konsumen UMKM di Kota Malang.....	28

2.4	Kerangka Konseptual .....	28
BAB III METODE PENELITIAN .....		31
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	31
3.2	Lokasi Penelitian .....	31
3.3	Populasi dan Sampel.....	31
3.4	Data dan Jenis Data .....	33
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.6	Definisi Operasional Variabel .....	34
3.7	Skala Pengukuran .....	37
3.8	Analisis Data .....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		41
4.1.	Hasil Penelitian .....	41
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	41
4.1.2.	Deskriptif Karakteristik Data Responden .....	42
4.1.3.	Uji Instrumen Data .....	45
4.1.4.	Uji Hipotesis .....	51
4.2.	Pembahasan.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....		64
5.1.	Kesimpulan .....	64
5.2.	Saran .....	65
DAFTAR PUSTAKA.....		66

Lampiran.....	71
---------------	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 .....	12
Tabel 3. 1 .....	34
Tabel 3. 2 .....	37
Tabel 3. 3 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 1 .....	43
Tabel 4. 2 .....	44
Tabel 4. 3 .....	44
Tabel 4. 4 .....	46
Tabel 4. 5 .....	48
Tabel 4. 6 .....	48
Tabel 4. 7 .....	49
Tabel 4. 8 .....	50
Tabel 4. 9 .....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 .....	1
Gambar 1. 2 .....	2
Gambar 1. 3 .....	4
Gambar 2. 1 .....	28

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	71
Lampiran 2 Data Kuesioner .....	75
Lampiran 3 Hasil olah Smart-PLS.....	75
Lampiran 4 Biodata Peneliti.....	83

## ABSTRAK

M. Arfan Arifiandi, 2025, Skripsi. Judul: Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Habit* Terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah Dengan *Knowledge* Sebagai Variabel Moderasi

Pembimbing: Titis Miranti, M. Si

Kata Kunci: QRIS, Bank Syariah, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Habit*, *Knowledge*, UMKM, *Decision to Use*

---

Perkembangan teknologi digital telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sistem pembayaran. Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) hadir sebagai solusi pembayaran digital yang cepat dan efisien, dan kini telah diadopsi oleh banyak lembaga, termasuk perbankan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Habit* terhadap *Decision to Use* QRIS pada konsumen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Malang, serta mengevaluasi peran *Knowledge* sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner kepada 384 responden yang merupakan pengguna QRIS Bank Syariah. Analisis data dilakukan dengan metode Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Habit* berpengaruh signifikan terhadap *Decision to Use* QRIS. Selain itu, *Knowledge* terbukti memoderasi secara signifikan seluruh hubungan antara *Perceived Usefulness*, dan *Habit* terhadap *Decision to Use*. Sedangkan *Knowledge* tidak memoderasi pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah.

Penelitian ini memberikan implikasi bagi perbankan syariah dan pelaku UMKM untuk meningkatkan pemahaman konsumen terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan QRIS, serta mengetahui kebiasaan dalam adopsi teknologi keuangan berbasis syariah.

**Kata Kunci:** QRIS, Bank Syariah, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Habit*, *Knowledge*, UMKM, *Decision to Use*

## **ABSTRACT**

M. Arfan Arifiandi, 2025, *Thesis*. Title: *The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Habit on the Decision to Use QRIS of Islamic Banks with Knowledge as a Moderating Variable*

Supervisor: Titis Miranti, M. Si

Keywords: QRIS, Islamic Banks, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Habit, Knowledge, MSMEs, Decision to Use

---

*The development of digital technology has influenced various aspects of life, including the payment system. The Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) is present as a fast and efficient digital payment solution, and has now been adopted by many institutions, including Islamic banking. This study aims to analyze the influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Habit on the Decision to Use QRIS on Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) consumers in Malang City, and to evaluate the role of Knowledge as a moderating variable in this relationship.*

*This study uses a quantitative approach with data collection techniques through questionnaires to 384 respondents who are users of QRIS of Islamic Banks. Data analysis was conducted using the Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) method. The results of the study showed that Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Habit had a significant effect on the Decision to Use QRIS. In addition, Knowledge was proven to significantly moderate the entire relationship between Perceived Usefulness, and Habit on the Decision to Use. Meanwhile, Knowledge did not moderate the influence of Perceived Ease of Use on the Decision to Use QRIS Islamic Banks.*

*This study provides implications for Islamic banking and MSME actors to improve consumer understanding of the benefits and ease of use of QRIS, as well as to know the Habits in adopting Islamic-based financial technology.*

**Keywords:** QRIS, Islamic Bank, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Habit, Knowledge, MSMEs, Decision to Use

## خلاصة

محمد عرفان العريفندي، 2025، أطروحة. العنوان: تأثير الفائدة المتصورة، وسهولة الاستخدام المتصورة، والعادة على قرار استخدام أنظمة تقييم الجودة وتحسينها في البنوك الإسلامية مع المعرفة كمتغير مُعدل M.Si، المشرف: تيتيس ميرانتي  
الكلمات المفتاحية: نظام تقييم الجودة، البنك الشرعي، الفائدة المتصورة، سهولة الاستخدام المتصورة،

العادة، المعرفة، المؤسسات

يُعد الدفع نظام ذلك في بما، الحياة من مختلفة جوانب على الرقمية التكنولوجيا تطوير أثر تم وقد، الرقمي للدفع وفعالاً سريعاً حلاً (QRIS) الإندونيسي السريعة الاستجابة رمز معيار تهدف. الإسلامية المصرفية الخدمات ذلك في بما، المؤسسات من العديد قبل من الآن اعتماده على والعادة المتصورة الاستخدام وسهولة المتصورة الفائدة تأثير تحليل إلى الدراسة هذه جداً والصغيرة والمتوسطة الصغيرة الشركات مستهلكي على QRIS استخدام قرار هذه تستخدم. العلاقة في مُعدل كمتغير المعرفة دور وتقييم، مالانج مدينة في (MSMEs) من مستجيباً 384 لـ استبيانات خلال من البيانات جمع تقنيات مع كميّاً نهجاً الدراسة نمذجة طريقة باستخدام البيانات تحليل إجراء تم. QRIS Bank Syariah مستخدمي أن الدراسة نتائج أظهرت. (SEM-PLS) الجزئية الصغرى المربعات - الهيكلية المعادلات استخدام قرار على كبير تأثير لها كان والعادة المتصورة الاستخدام وسهولة المتصورة الفائدة بين العلاقة على كبير بشكل تُؤثر المعرفة أن الدراسة أظهرت، ذلك إلى بالإضافة QRIS. سهولة تأثير على المعرفة تُؤثر لا، المقابل في. الاستخدام قرار في والعادة المتصورة الفائدة البنوك في (QRIS) والتحسين الجودة تقييم أنظمة استخدام قرار في المتصورة الاستخدام في الفاعلة والجهات الإسلامية البنوك على تداعيات الدراسة هذه تُقَم. الإسلامية أنظمة لفوائد المستهلكين فهم لتحسين والمتوسطة والصغيرة الصغر متناهية المشروعات التكنولوجيا تبني عادات معرفة إلى بالإضافة، استخدامها وسهولة والتحسين الجودة تقييم الإسلامية الشريعة مع المتوافقة المالية

# BAB I

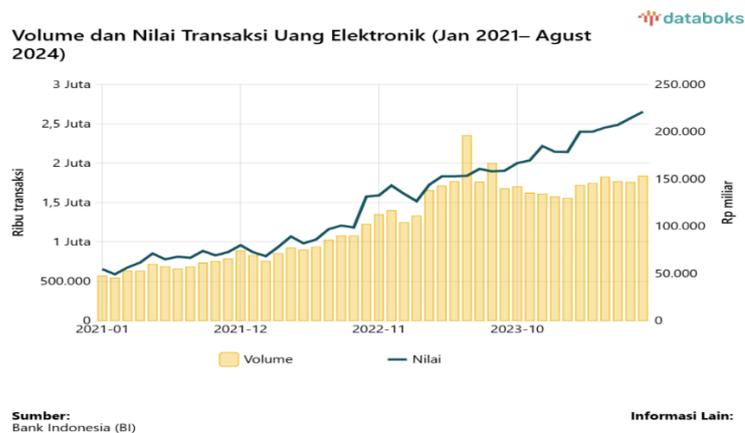
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi sudah sangat melekat pada kehidupan manusia sehingga membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan termasuk dalam sektor keuangan (Lathifah, 2022). Salah satu inovasi teknologi yang muncul pada sektor keuangan adalah sistem pembayaran digital atau *e-money* yang semakin populer di kalangan masyarakat, terutama di kalangan pelaku UMKM (Lu, 2022). Di Indonesia, penggunaan QR Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai metode pembayaran digital telah diperkenalkan untuk memudahkan transaksi keuangan, termasuk di sektor perbankan syariah. Pada sekarang ini sistem pembayaran QRIS banyak diadaptasi oleh para fintech bahkan perbankan di Indonesia terutama perbankan syariah (Raharjo & Riyadi, 2022).

Gambar 1. 1

### Volume Nilai Transaksi Uang Elektronik

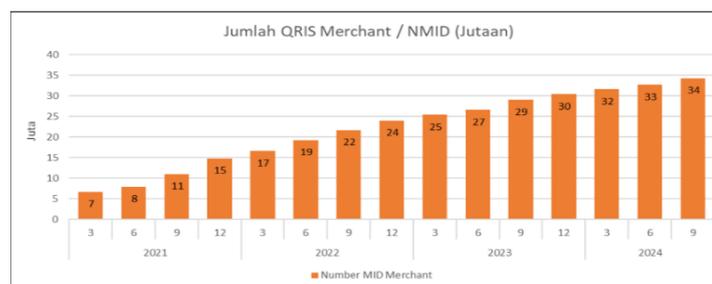


Sumber: [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id)

Dilihat dari Gambar 1.1, databoks.katadata.id menyatakan Bank Indonesia (BI) melaporkan bahwa volume transaksi Uang Elektronik (*e-money*) sebanyak 1,84 miliar transaksi pada Agustus 2024. Demikian pula nilai transaksi uang elektronik sebesar Rp220,87 triliun pada Agustus 2024 Sedangkan nilai transaksi uang elektronik secara akumulasi periode Januari-Agustus tahun ini menjadi Rp1,6 kuadriliun.

Alasan mengapa uang elektronik semakin menguat adalah tidak lain karena pandemi Covid-19 yang saat itu terjadi pada awal 2020 (Rivani & Rio, 2021). Pada pandemi ini tidak sedikit para pelaku UMKM yang tutup usaha atau berganti bisnis pada sektor lain. Banyak pelaku UMKM harus beradaptasi dengan cara baru dalam menjalankan usaha agar tetap bertahan di tengah kondisi yang tidak menentu. Meskipun dapat rata-rata transaksi terjadi peningkatan, akan tetapi diketahui bahwa transaksi pada 2023 Juli menurun dibandingkan dengan transaksi pada bulan Juni. Menurut Rakhmayanti,(2025) pada CNBC Indonesia, Penurunan transaksi QRIS dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk penurunan daya beli masyarakat yang mengalihkan pengeluaran ke kebutuhan dasar. Selain itu, isu terkait biaya transaksi QRIS, terutama bagi merchant, juga bisa menjadi alasan mengapa beberapa pedagang enggan mengadopsi QRIS.

**Gambar 1. 2**  
**Grafik Merchant QRIS di Indonesia**

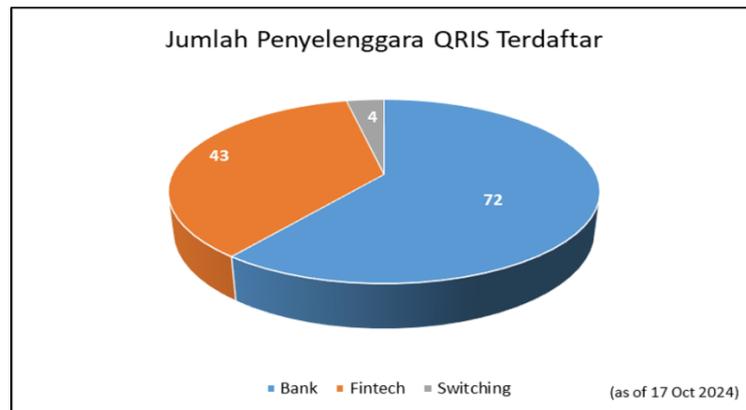


**Sumber: (ASPI, 2024)**

Pada gambar 1.2 menunjukkan bahwa jumlah QRIS Merchant di Indonesia pada saat ini diketahui sementara mencapai kurang lebih 34 juta sejak bulan September tahun 2024. Hal ini menunjukkan bahwa banyaknya para UMKM menggunakan pembayaran berbasis QRIS setelah adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan para pelaku UMKM berinovasi menyediakan pembayaran digital berbasis QRIS. Para pelaku UMKM menyediakan layanan tersebut didukung oleh perusahaan fintech atau perbankan dan perbankan syariah.

Bank syariah sebagai lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan UMKM. UMKM adalah sektor usaha yang memiliki potensi besar mendukung perkembangan ekonomi secara makro, tapi memiliki kendala dari sisi internal maupun eksternal. Persoalan yang dihadapi UMKM pada berbagai daerah seragam terkait keterbatasan modal kerja, rendahnya kualitas SDM, kualitas produk dan produktivitas serta terbatasnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi (Setiawan, 2021). Pada saat ini pada sektor UMKM terbantu dengan adanya pembayaran melalui sistem QRIS yang disediakan oleh bank Indonesia. Dengan adanya metode pembayaran QRIS, diharapkan pelaku UMKM dapat lebih mudah melakukan transaksi, meningkatkan efisiensi, dan memperluas jangkauan pasar mereka. Namun, meskipun potensi manfaatnya besar, adopsi QRIS di kalangan konsumen masih menghadapi berbagai tantangan (Ramadan, 2021).

**Gambar 1. 3**  
**Penyelenggara QRIS Terdaftar**



Sumber: (ASPI, 2024)

Berdasarkan gambar 1.3 dapat diketahui bahwa penyelenggara QRIS yang terdaftar yang terbaru pada 17 oktober 2024 terdapat 119 perusahaan penyelenggara QRIS dan 72 diantaranya adalah dari perusahaan perbankan. Pada Penelitian ini, peneliti memilih bank Umum Syariah yang terdaftar dalam OJK menurut data terbaru.

Pada Penelitian ini, peneliti mengetahui bahwa metode QRIS sangat penting diadopsi dalam perusahaan. Hal tersebut dikarenakan pada saat ini terjadi kemajuan pada bidang teknologi (Setiawan, 2021). Namun ditengah kemajuan yang terjadi, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan menurut peneliti sangat penting untuk di perhatikan dalam penggunaan QRIS Bank Syariah sehingga *Knowledge* menjadi aspek penting yang harus diketahui dengan baik. Hasanah & Nafidzi, (2023) menyatakan bahwa pengetahuan (*Knowledge*) adalah hasil dari tahu dan ini terjadi setelah seseorang melakukan pengamatan terhadap suatu objek.

Peneliti memilih objek penelitian konsumen UMKM bidang kuliner dengan data pada UMKM di Kota Malang saat ini terdapat beberapa bidang UMKM yang

diketahui dan tersedia pada web informasi mengenai UMKM di kota malang. Pada data yang diketahui peneliti bahwa bidang kuliner pada UMKM di Kota Malang sangat banyak. Hal ini dapat dikarenakan kuliner merupakan kebutuhan setiap hari Masyarakat atau konsumen. Berikut adalah data UMKM yang tersedia dalam Badan Pusat Statistik di Kota Malang:

**Gambar 1. 4**

**Data UMKM Berdasarkan Bidang di Kota Malang 2023**

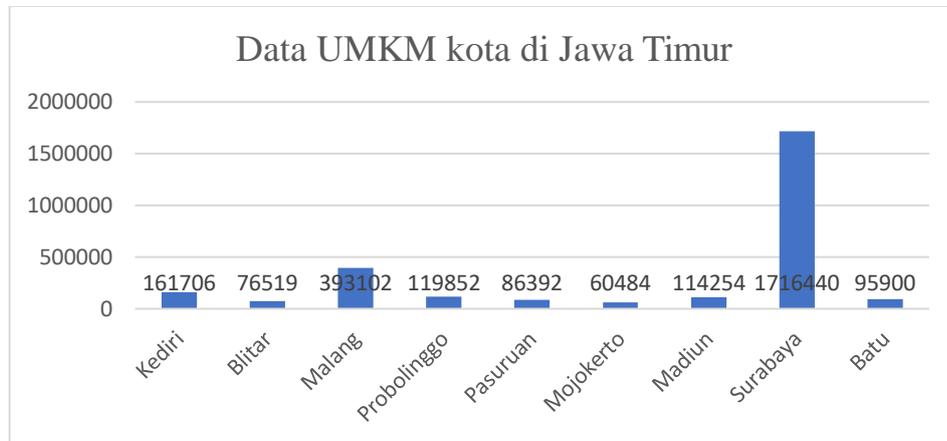


Sumber: Diolah Peneliti

Data tersebut membuktikan bahwa UMKM pada bidang kuliner di Kota Malang sangat banyak. Terdapat 16.417 UMKM yang ada pada bidang kuliner, 1.315 UMKM pada bidang Fashion, 266 di bidang otomotif, 52 di bidang pertanian dan 35 di bidang pendidikan. Selain itu peneliti juga memberikan alasan peneliti memilih kota malang sebagai tempat penelitian. Karena kota malang termasuk kota kedua terbanyak UMKM setelah Kota Surabaya Hal tersebut dapat dilihat dari gambar berikut ini.

**Gambar 1. 5**

**Data Jumlah UMKM di Jawa Timur**



Sumber: Diolah dengan Ms Excel

Pada penelitian ini peneliti mengetahui bahwa peningkatan transaksi QRIS pada grafik sebelumnya telah terhambat atau menurun pada belakangan ini. Tidak hanya itu, alasan para konsumen saat ini masih banyak yang jarang menggunakan QRIS adalah karena kekhawatiran kebocoran data pribadi maupun penipuan, bahkan tidak tau cara menggunakan QRIS dan jaringan sering error (Sashikirana & Dewi, 2024). Maka Peneliti ingin meneliti apakah penurunan tersebut disebabkan oleh variabel yang akan diteliti pada penelitian ini.

Terdapat beberapa penelitian yang telah membahas tentang variabel pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Habit* terhadap *Decision to Use*. Peneliti menemukan hasil yang berbeda pada penelitian terdahulu mengenai *Perceived Usefulness*. Pada penelitian Annisa et al., (2023) persepsi manfaat tidak mempengaruhi Keputusan penggunaan. Sedangkan pada penelitian Fauziah et al., (2024) menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap penggunaan. Peneliti juga menemukan hasil yang menyatakan bahwa Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap penggunaan pada penelitian (Alfani &

Ariani, 2023). Sedangkan Peneliti menemukan hasil yang berbeda pada penelitian Pontoh et al., (2022) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan. Berdasarkan kajian-kajian tersebut, ketiga faktor ini telah dibahas oleh beberapa peneliti sebelumnya, namun masih terdapat hasil yang belum diketahui bahwa penelitian yang menganalisis ketiga faktor tersebut terhadap *Decision to Use* yang dimoderasi oleh *Knowledge*.

Disisi lain, hasil dari penelitian sebelumnya yaitu Fietroh, (2023) menyatakan bahwa *Habit* tidak berpengaruh terhadap Keputusan penggunaan. Sedangkan menurut penelitian Fajar et al., (2024) menyatakan bahwa *Habit* berpengaruh terhadap Keputusan penggunaan. Peneliti-penelitian tersebut menunjukkan hasil yang berbeda. Hal ini mungkin saja terjadi karena adanya perbedaan karakter responden dalam kedua penelitian.

Pada Variabel *Knowledge*, peneliti belum menemukan penelitian yang membahas bahwa *Knowledge* memoderasi Persepsi manfaat, kemudahan dan *Habit*. Peneliti hanya merujuk pada penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa *Knowledge* tidak berpengaruh terhadap Keputusan penggunaan (Alfikaromah & Nurhidayati, 2023). Sedangkan pada penelitian lain menyatakan bahwa *Knowledge* berpengaruh terhadap Keputusan penggunaan (Hasanah & Nafidzi, 2023).

Dengan adanya perbedaan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, perlu dilakukan penelitian ulang mengenai *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Habit*. Terlebih lagi, perbedaan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap Keputusan Penggunaan QRIS tidak dapat dengan pasti ditentukan apakah bersifat positif atau negatif. Selain itu perbedaan lokasi dan objek penelitian serta

penambahan variabel perlu dilakukan agar memberikan karakter yang berbeda bagi penelitian ini.

Peneliti menyertakan Variabel Moderasi pada penelitian ini yaitu variable *Knowledge*. Peneliti ingin mengetahui apakah *Knowledge* memperlemah atau memperkuat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. *Knowledge* dapat mempengaruhi *Decision to Use* apabila dilihat dari hasil penelitian sebelumnya (Hasanah & Nafidzi, 2023). Tidak hanya itu, peneliti memakai *Knowledge* sebagai variabel moderasi karena peneliti sangat penting untuk mengukur pengetahuan responden pada penelitian ini. Harapannya, hasil dari penelitian ini memiliki kontribusi meningkatkan kesadaran dan edukasi mengenai teknologi QRIS Bank Syariah dan menjawab tantangan konsumen yang memiliki bermacam kebiasaan. Sehingga perlu dilakukan pembuktian secara empiris mengenai variabel *Knowledge* yang memoderasi variabel lainnya. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Habit* Terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah dengan *Knowledge* Sebagai Variabel Moderasi.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah pada konsumen UMKM di Kota Malang?
2. Apakah ada pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah pada konsumen UMKM di Kota Malang?
3. Apakah ada pengaruh *Habit* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah pada konsumen UMKM di Kota Malang?

4. Apakah *Knowledge* dapat memoderasi Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah pada konsumen UMKM di Kota Malang?
5. Apakah *Knowledge* dapat memoderasi pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah pada konsumen UMKM di Kota Malang?
6. Apakah *Knowledge* dapat memoderasi pengaruh *Habit* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah pada konsumen UMKM di Kota Malang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah pada konsumen UMKM di Kota Malang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah pada konsumen UMKM di Kota Malang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Habit* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah pada konsumen UMKM di Kota Malang.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah pada konsumen UMKM di Kota Malang dengan *Knowledge* sebagai variabel moderasi.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah pada konsumen UMKM di Kota Malang dengan *Knowledge* sebagai variabel moderasi.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Habit* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah pada konsumen UMKM di Kota Malang dengan *Knowledge* sebagai variabel moderasi.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Bank Syariah, Memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen UMKM dalam menggunakan QRIS, sehingga bank dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif. Membantu pengembangan layanan QRIS agar lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen, terutama pada aspek ease of use dan *Perceived Usefulness*.
2. Bagi UMKM, Mendorong peningkatan pemahaman UMKM tentang manfaat dan kemudahan QRIS, sehingga dapat meningkatkan adopsi teknologi keuangan yang mendukung efisiensi transaksi.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu yang dikaitkan dengan penelitian ini menurut Hasanah dan Nafidzi, (2023) menunjukkan bahwa secara Parsial variabel pengetahuan, berpengaruh terhadap keputusan menggunakan QRIS di kalangan mahasiswa Universitas Mahasiswa Banjarmasin. Menurut Syarifuddin et al., (2021) menunjukkan bahwa variabel pengetahuan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Menurut Zikri & Jannah, (2023) menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS di Swalayan Kota Langsa. Sunardi & Siregar, (2023) menunjukkan bahwa pengetahuan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan QRIS. Menurut Alfikaromah & Nurhidayati, (2023) menunjukkan bahwa variabel pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan penggunaan.

Menurut Fauziah et al., (2024) menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap penggunaan secara signifikan. Menurut Annisa et al., (2023) menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap variabel Keputusan penggunaan. Menurut Alfani & Ariani, (2023) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh negatif terhadap keputusan menggunakan uang elektronik QRIS pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta jurusan akuntansi. Menurut Ramdhani et al., (2024)

menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Menurut Fietroh, (2023) menyatakan bahwa variabel Kebiasaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS. Menurut Fajar et al., (2024) menyatakan bahwa variabel *Habit* berpengaruh terhadap Keputusan penggunaa QRIS.

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama, Tahun Penelitian, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode penelitian	Hasil Penelitian
1.	Hasanah & Nafidzi, 2023 “Pengaruh Pengetahuan, kemudahan, dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Menggunakan QRIS di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Banjarmasin	X : Pengetahuan, Kemudahan, kemanfaatan  Y : Keputusan Penggunaan	Kuantitatif dengan sampel berjumlah 80 responden dan olah data menggunakan <i>software</i> SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara Parsial variabel pengetahuan, berpengaruh terhadap keputusan menggunakan QRIS di kalangan mahasiswa Universitas Mahasiswa Banjarmasin.
2.	Syarifuddin et al., (2021) “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar”.	X : Pengetahuan, Kualitas Produk, Promosi  Y : Keputusan Menabung	Kuantitatif dengan sampel berjumlah 100 responden	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.

3.	Zikri & Jannah, (2023) “Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Quick Response Indonesian Standart(QRIS)”	X : Pengetahuan, Kemudahan, Risiko  Y : Keputusan Penggunaan	Kuantitatif dengan sampel 96 responden	. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS di Swalayan Kota Langsa.
4.	Sunardi & Siregar, (2023) “The Influence of <i>Knowledge</i> , Benefit and Risk on Customer Interest in Using The BSI QRIS Electronic Payment System at BSI KCP Indrapura”	X : <i>Knowledge</i> , Benefit, Risk  Y : Minat Menggunakan	Kuantitatif dengan sampel 90 responden dan olah data menggunakan <i>Software</i> SPSS	Hasil dari Penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan QRIS.
5.	Meliza et al., (2024) “The Influence Of <i>Knowledge</i> , Benefit And Convenience On Users Of Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) At Bank Syariah Indonesia (BSI) Mobile”	X : <i>Knowledge</i> , Benefit, Convenience  Y : Penggunaan	Kuantitatif dengan sampel 150 responden dan olah data menggunakan <i>software</i> SPSS	Penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh parsial secara signifikan terhadap Keputusan penggunaa
6.	Alfikaromah & Nurhidayati, (2023) “Pengaruh pengetahuan, kebutuhan dan Promosi terhadap	X : Pengetahuan, Kebutuhan, Promosi	Kuantitatif dengan sampel berjumlah 75 responden dan olah data	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan tidak berpengaruh

	Keputusan Nasabah menggunakan Produk murabahah mikro di BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo”	Y : Penggunaan	menggunakan <i>Softwere</i> SPSS	secara signifikan terhadap Keputusan penggunaan
7.	Fauziah et al., (2024) “The Influence of Perceived Convenience, <i>Perceived Usefulness</i> , and Perceived Risk on the Use of QRIS to Increase MSMEs Income”	X : Perceived Convenience, <i>Perceived Usefulness</i> , Perceived Risk  Y : Use QRIS	Kuantitatif dengan sampel 100 responden dan olah data menggunakan softwere SPSS	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Perceived Usefulness</i> berpengaruh terhadap penggunaan secara signifikan
8.	Setyaningsih, (2023) “Analysis of <i>Perceived Usefulness</i> , Perceived Security, and Perceived Easy of Use on Intention to Use QRIS Through Trust as Mediation in DKI Jakarta”	X : <i>Perceived Usefulness</i> , Perceived Security, <i>Perceived Ease of Use</i>  Y : Intention to Use	Kuantitatif dengan sampel 200 responden dan analisis data menggunakan Smart-PLS	Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Percived usefulness terhadap penggunaan.
9.	Annisa et al., (2023) “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Risiko terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik berbasis Quick Response Code Indonesian Standard”	X : Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Risiko  Y : Keputusan Penggunaan	Kuantitatif dengan sampel 80 responden dan olah data menggunakan SPSS	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap variabel Keputusan penggunaan
10.	A. Rahmawati, (2023) “Pengaruh Persepsi Manfaat dan persepsi Kemudahan Penggunaan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa Akuntansi”	X : Persepsi Manfaat dan persepsi Kemudahan  Y : Penggunaan	Kuantitatif dengan 60 responden dan olah data menggunakan SPSS	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan QRIS.

11.	Bangsa & Khumaeroh, (2023) “The Effect of Perceived Benefits and Ease of Use on the <i>Decision to Use</i> ShopeePAY QRIS on Digital Business Students of Ngudi Waluyo University”	X : Perceived Benefits and Ease of Use  Y : <i>Decision to Use</i>	Kuantitatif dan olah data menggunakan SPSS	Hasil penelitian dinyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan ShopeePAY QRIS.
12.	Auliya Akhyar & Sisilia, (2023) “The Influence Of Perceptions Of Usefulness And Perceptions Of Convenience On The <i>Decision to Use</i> Digital Quick Response Code Payment Indonesian Standard (QRIS)”	X : Perceptions Of Usefulness And Perceptions Of Convenience  Y : <i>Decision to Use</i>	Kuantitatif menggunakan 103 responden dan olah data menggunakan SPSS	Hasil dari penelitian persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital QRIS
13.	Ramadhan et al., (2023) “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda”	X : Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital  Y : Keputusan Penggunaan	Kuantitatif dengan 115 responden dan olah data menggunakan SPSS	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan QRIS.
14.	Alfani & Ariani, (2023) “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan terhadap Keputusan menggunakan Uang Elektronik (QRIS)”	X : Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan  Y : Keputusan penggunaan	Kuantitatif dengan sampel 96 responden dan olah data menggunakan SPSS	Hasil penelitian dinyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh negatif terhadap keputusan menggunakan uang elektronik QRIS pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta

				jurusan akuntansi
15.	Ramdhani et al., (2024) “The Influence Of <i>Perceived Ease of Use</i> And <i>Perceived Usefulness</i> On The Decision to Use Of QRIS As A Digital Payment In Generation Z In The City Of Bandung”	X : <i>Perceived Ease of Use</i> And <i>Perceived Usefulness</i>  Y : <i>Decision to Use</i>	Kuantitatif dengan sampel 385 responden dan olah data menggunakan SPSS	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS
16.	Fietroh, (2023) “Menganalisis Penyebab Keputusan Pedagang UMKM Kota Sumbawa Dalam Penggunaan QRIS Sebagai Media Transaksi Keuangan”	X : Pengaruh Sosial, Motivasi Hedonisme, Kebiasaan, Ekspektasi Usaha	Kuantitatif dengan sampel 100 responden dan olah data menggunakan SPSS	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel Kebiasaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS.
17.	Fajar et al., (2024) “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Menggunakan QRIS”	X : Ekspektansi Kerja, Lingkungan Sosial, Nilai Harga, Kebiasaan	Kuantitatif dengan sampel 100 responden dan olah data menggunakan SPSS	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel <i>Habit</i> berpengaruh terhadap Keputusan penggunaa QRIS.

## 2.2 Kajian Teori

### 2.2.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan suatu model yang dibangun untuk menganalisa dan memahami, faktor–faktor mempengaruhi

diterimanya suatu penggunaan teknologi. Model ini diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1986. TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*Acceptance*) pengguna terhadap suatu teknologi, TAM merupakan suatu model yang dianggap sangat berpengaruh dan pada umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap sistem teknologi (Fahlevi & Dewi, 2020). Pada penelitian ini peneliti mengaitkan teori TAM sebagai grand Theory dikarenakan variabel yang diteliti tidak lain memiliki pengaruh terhadap penerimaan seseorang menggunakan suatu teknologi.

### **2.2.2 Difusi Inovasi**

Menurut Rogers, (2003) dalam penelitian (Nareswari, 2025) Difusi Inovasi menjelaskan bagaimana inovasi disebarkan dalam suatu populasi. Pengetahuan tentang inovasi sangat penting untuk adopsi. Dalam konteks penelitian ini, pengetahuan tentang inovasi sebuah teknologi pembayaran yang biasa disebut QRIS dapat membantu dalam kemudahan dan efisiensi pembayaran. Inovasi adalah sebuah gagasan, tindakan atau barang yang dianggap baru oleh seseorang. Kebaruan inovasi diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menangkapnya. Teori ini mengaitkan antara pengetahuan dapat memperkuat ataupun memperlemah suatu kebiasaan terhadap adopsi suatu inovasi teknologi yang baru. Adopsi adalah Keputusan untuk menggunakan sepenuhnya ide baru sebagai cara bertindak baik. Difusi inovasi terkait QRIS menunjukkan bagaimana pengetahuan fitur baru dapat mempengaruhi kebiasaan pengguna. Inovasi seperti QRIS dapat memperkuat ataupun memperlemah kebiasaan pengguna.

### 2.2.3 QRIS

Kode QR adalah suatu jenis kode matriks atau kode batang dua dimensi yang dikembangkan oleh Denso Wave, sebuah divisi Denso Corporation yang merupakan sebuah perusahaan Jepang dan dipublikasikan pada tahun 1994 dengan fungsionalitas utama yaitu dapat dengan mudah dibaca oleh alat pemindai. QR merupakan singkatan dari Quick Response atau respon cepat, yang sesuai dengan tujuannya adalah untuk menyampaikan informasi dengan cepat dan mendapatkan respons yang cepat pula. Berbeda dengan kode batang, yang hanya menyimpan informasi secara horizontal, kode QR mampu menyimpan informasi secara horizontal dan vertikal, oleh karena itu secara otomatis kode QR dapat menampung informasi yang lebih banyak. Ketika melakukan transaksi pembayaran, kode QR memuat beberapa data dan informasi pengguna, nominal pembayaran, serta mata uang yang dapat dibaca dengan alat tertentu (Azzahroo & Estiningrum, 2021). *Quick Response Code Indonesian Standard* atau biasa disingkat QRIS adalah penyatuan berbagai jenis QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang menggunakan QR Code. QRIS diciptakan Bank Indonesia sehingga interaksi pertukaran dengan QR Code dapat lebih sederhana, lebih cepat, dan aman (Hutagalung et al., 2021).

### 2.2.4 *Mobile Banking* Syariah

Mobile banking adalah fasilitas layanan dalam pemberian kemudahan akses maupun kecepatan dalam memperoleh informasi terkini

dan transaksi financial secara real time. Mobile banking dapat diakses oleh nasabah perorangan melalui ponsel yang memiliki teknologi GPRS. Produk layanan mobile banking adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi GPRS dengan dengan sarana telfon seluler (ponsel). Perkembangan teknologi informasi yang sedemikian pesat mendukung dalam kecepatan dan kemudahan layanan transaksi perbankan terhadap nasabah (Iriani, 2018). QRIS *Mobile Banking* Syariah adalah QRIS yang ada dalam aplikasi *Mobile Banking* Bank Syariah.

Terdapat beberapa fitur yang dapat ditemukan di mobile banking yaitu fitur transfer antar rekening, serta pembayaran pendidikan, tagihan , listrik, dan terdapat informasi mengenai akun rekening (Sari et al., 2021). Menurut Sari et al., (2021) keunggulan dalam menggunakan *mobile banking* adalah sebagai berikut:

1. Dapat diakses dengan mudah
2. Jangkauan jaringannya lebih luas dibandingkan dengan internet banking.
3. Fitur yang diberikan sekarang lebih mudah dipahami dan lebih sederhana.
4. Biaya yang dikenakan relatif lebih rendah jika dibandingkan dengan menggunakan *internet banking*.
5. Aman dan meminimalkan risiko penipuan.
6. Membuat perbankan lebih mudah diakses oleh nasabah.
7. Tersedia 24 jam sehari.

Selain memiliki keunggulan, mobile banking menurut Sari et al., (2021) juga memiliki kelemahan yaitu sebagai berikut :

1. Rentan terhadap penipuan ("smishing"). Smishing adalah kejahatan yang melibatkan pencurian informasi pribadi dalam cara berbeda untuk mendapatkan akses ke rekening bank seseorang dan mencuri sejumlah besar uang.
2. Apabila ponsel nasabah dicuri, maka fitur keamanan koneksi terenkripsi dapat diretas.

### **2.2.5 UMKM**

Menurut Adi. M Kwartono UMKM merupakan kegiatan ekonomi dengan kekayaan tidak lebih dari 200 juta bersih, terlepas dari aset tanah serta bangunan untuk usaha. Disamping itu, UMKM juga didefinisikan UMKM sebagai usaha yang dikendalikan warga negara atau masyarakat dengan pendapatan tahunan tidak lebih dari 1 miliar (Dharma et al., 2022). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun (2008), kriteria yang digunakan untuk menjelaskan UMKM adalah laba bersih, aset yang tidak disebutkan dalam kategori tanah, bangunan tempat usaha, dan pendapatan tahunan yang diperoleh selama (S. Rahmawati & Arfiansyah, 2024)

UMKM terbagi menjadi tiga jenis yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Usaha mikro adalah jenis usaha yang menghasilkan laba hingga Rp. 50.000.000 dengan penghasilan atas penjualan hingga Rp. 300.000.000, dan untuk usaha kecil menghasilkan laba sebanyak Rp.

50.000.000 hingga Rp. 500.000.000 dengan penghasilan atas penjualan sebanyak Rp. 300.000.000 hingga Rp. 2.500.000.000, sedangkan usaha menengah merupakan jenis usaha yang menghasilkan laba lebih dari Rp.500.000.000 hingga Rp.10.000.000.000 dengan penghasilan atas penjualan diatas Rp. 2.500.000.000 hingga Rp.50.000.000.000 (S. Rahmawati & Arfiansyah, 2024)

Menurut Suryanti et al., (2021) ciri-ciri usaha kecil dan menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

1. komoditi atau barang yang dijual tidak tetap atau dapat berubah sewaktu-waktu
2. lokasi operasinya dapat berubah sewaktu-waktu
3. Usahanya belum menerapkan administrasi, bahkan keuangan pribadi dan usaha tetap bersatu.
4. Tidak ada semangat kewirausahaan dalam sumber daya manusianya.
5. Staf sumber daya manusia biasanya memiliki tingkat pendidikan yang rendah.
6. Sebagian besar tidak memiliki surat izin usaha atau legalitas untuk NPWP.

### **2.2.6 Knowledge**

Hasanah & Nafidzi, (2023) menyatakan bahwa pengetahuan (*Knowledge*) adalah hasil dari tahu dan ini terjadi setelah seseorang melakukan pengamatan terhadap suatu objek. Pengetahuan (*Knowledge*)

memang seringkali dipahami sebagai hasil dari proses pengamatan atau pengalaman terhadap suatu objek atau fenomena. Proses ini melibatkan penerimaan informasi melalui panca indera dan pemrosesan kognitif untuk memahami dan memberikan makna pada informasi tersebut. Dalam konteks ini, pengetahuan dapat berupa fakta, konsep, atau pemahaman yang didapat dari pengalaman atau pengamatan yang dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Dengan kata lain, pengetahuan merupakan hasil dari interaksi antara individu dan dunia sekitarnya.

Menurut Paul Peter dan Jerry C. Olso dalam penelitian Mikroskil, (2011) pengetahuan terbagi menjadi tiga kategori: 1. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk atau jasa; 2. Pengetahuan tentang manfaat produk atau jasa; dan 3. Pengetahuan tentang kepuasan konsumen yang diberikan produk atau jasa.

Pengetahuan dalam Islam yang tertuang dalam Al-Quran Surah Al-Mujadalah ayat 11:

فَأَفْسَحُوا الْمَجَالِسَ فِي تَفْسَحُوا لَكُمْ قِيلَ إِذَا ءَامَنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا  
ءَامَنُوا الَّذِينَ اللَّهُ يَرْفَعُ فَاَنْشُرُوا أَنْشُرُوا قِيلَ وَإِذَا ۖ لَكُمْ اللَّهُ يَفْسَحُ  
خَبِيرٌ تَعْمَلُونَ بِمَا وَاللَّهُ ۖ دَرَجَاتٍ الْعِلْمَ أُوتُوا وَالَّذِينَ مِنْكُمْ

Artinya: “Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: “Berlapang-lapanglah dalam majlis”, maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Menurut Wawan dan dewi dalam penelitian (Rahman & Supriyanto, 2022) Tingkatan pengetahuan seseorang terhadap sebuah objek dapat

dikategorikan menjadi 6 tingkat yaitu : a) Tahu; b) Memahami; c) Aplikasi; d) Analisis; e) Sintesis; f) Evaluasi.

### 2.2.7 *Perceived Usefulness*

Menurut persepsi kegunaan merupakan menurut jogiyanto dalam penelitian Rahmawati & Yuliana, (2020) yang dimaksud dengan persepsi manfaat adalah seseorang percaya bahwa sejauh mana kinerja meningkatkan pekerjaan dengan menggunakan suatu teknologi tertentu. Persepsi manfaat merupakan pengguna yang memanfaatkan program tertentu untuk mempercepat penyelesaian tugasnya. Performa dapat memberikan hasil lebih cepat dan memuaskan daripada tanpa menggunakan teknologi secara fisik maupun nonfisik (A. Rahmawati, 2023). Hal tersebut sesuai dengan ayat Al-quran Q.S. As-shad Ayat 27 sebagai berikut :

الَّذِينَ ظَنُّوا أَنَّهُمْ بَاطِلٌ مِّمَّا بَيْنَ يَدَيْهِمْ وَمَا خَلَقْنَا وَمَا  
النَّارِ مِنَ كَفْرٍ لِّلَّذِينَ كَفَرُوا ﴿٢٧﴾

Artinya : “Kami tidak menciptakan langit dan bumi serta apa yang ada di antara keduanya secara sia-sia. Itulah anggapan orang-orang yang kufur. Maka, celakalah orang-orang yang kufur karena (mereka akan masuk) neraka.”

Menurut Davis, (1989) Indikator *Perceived Usefulness* ada 4 yaitu :

- a) *Work More Quickly*, yaitu mempercepat suatu pekerjaan
- b) *Makes Job Easier*, yaitu mempermudah suatu pekerjaan
- c) *Job Performance*, yaitu meningkatnya kinerja pekerjaan
- d) *Increase Productivity*, yaitu meningkatnya produktifitas

### 2.2.8 *Perceived Ease of Use*

Kemudahan berarti perihai mudah. Kemudahan yang berarti perihai mudah. Pengguna yang menganggap sistem mudah digunakan akan memanfaatkannya, maka kemudahan berarti harapan tidak akan ada banyak pekerjaan yang diperlukan untuk menggunakan sistem atas namanya (A. Rahmawati, 2023). Menurut Davis, (1989) indikator *Perceived Ease of Use* ada 5 yaitu : a) *Easy to learn*; a) *Controllable*; c) *Flexible*; d) *Ease to use*; e) *Clear and understandable*

### **2.2.9 Habit**

Hsu et al., (2015) mendefisikan *Habit* sebagai suatu reaksi perilaku otomatis yang dirangsang oleh suatu kondisi / lingkungan yang disebabkan tanpa adanya pikiran sadar atau proses mental akibat akumulasi pengalaman masalalu. Kebiasaan sering kali dipicu oleh isyarat dari lingkungan, seperti tempat, waktu, atau suasana tertentu. Ketika isyarat ini muncul, tindakan yang sesuai dengan kebiasaan akan terpicu. Dengan kebiasaan konsumen pada sekarang ini, hampir semuanya serba menggunakan teknologi digital. Menurut Verplanken & Orbell, (2003) indikator *Habit* ada 4 yaitu : a) *Frequently*; b) *Automatically*; c) *Routine*; d) *Doing For Long Time*

### **2.2.10 Decision to Use**

Landasan teori variabel Keputusan penggunaan pada penelitian ini disamakan dengan teori mengenai Keputusan pembelian. Menurut East, (2001) berpendapat mendefinisikan keputusan sebagai pilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seseorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif. Suatu keputusan tanpa

pilihan disebut pilihan Hobson. Sedangkan menurut Rahmad Surgawan & Susila, 2024) keputusan penggunaan merupakan kondisi saat calon pembeli telah membuat dan ingin menggunakan suatu produk, dan ingin menggunakan suatu produk. Inti dari pengambilan Keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya (Suryani, 2008). Menurut Kotler et al., (2015) indikator Keputusan Penggunaan ada 5 yaitu : a) *Recognition of needs*; b) *Information Search*; c) *Alternative Evaluation*; d) *Usage Decision*; e) *Post Use Behavior*.

## **2.3 Hubungan Antar Variabel**

### **2.3.1. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Decision to Use***

Menurut A. Rahmawati, (2023) “Pengaruh Persepsi Manfaat dan persepsi Kemudahan Penggunaan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa Akuntansi”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan QRIS. Dari hasil tersebut dapat dituliskan hipotesis yaitu :

**H1 : *Perceived Usefulness* (X1) berpengaruh signifikan terhadap *Decision to Use* QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM di Kota Malang**

### **2.3.2. Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Decision to Use***

Menurut Ramdhani et al., (2024) “The Influence Of *Perceived Ease of Use* And *Perceived Usefulness* On The *Decision to Use* Of QRIS As A Digital Payment In Generation Z In The City Of Bandung”. Populasi dari penelitian ini adalah individu Generasi Z di Kota Bandung yang memanfaatkan QRIS untuk transaksi pembayaran digital. Penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Dari hasil tersebut dapat dituliskan hipotesis sebagai berikut :

**H2 : *Perceived Ease of Use* (X2) berpengaruh signifikan terhadap *Decision to Use* QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM di Kota Malang**

### **2.3.3. Pengaruh *Habit* terhadap *Decision to Use***

Menurut Fajar et al., (2024) “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Menggunakan QRIS”. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Ibnu Chaldun. Penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel *Habit* berpengaruh terhadap Keputusan penggunaa QRIS. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

**H3 : *Habit* (X3) berpengaruh signifikan terhadap *Decision to Use* QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM di Kota Malang**

#### **2.3.4. *Knowledge* Memoderasi pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah Pada Konsumen UMKM di Kota Malang**

Konsumen yang kurang berpengetahuan akan cenderung percaya pada penggunaan praktis dalam pengambilan keputusan penggunaan, mengabaikan faktor lain – seperti fakta sebenarnya tentang produk. Dalam Penelitian Aji et al., (2019) menyatakan bahwa *Knowledge* memoderasi *Perceived Usefulness* terhadap intention to use. Penelitian ini dihipotesiskan bahwa pengetahuan pengguna memiliki kemungkinan untuk mengubah keinginan pelanggan dalam menggunakan QRIS Bank Syariah. Dengan demikian peneliti membuat hipotesis sebagai berikut.

**H4 : *Knowledge* Memoderasi secara signifikan pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah Pada Konsumen UMKM di Kota Malang**

#### **2.3.5. *Knowledge* memoderasi pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah Pada Konsumen UMKM di Kota Malang**

Dalam Penelitian Aji et al., (2019) menyatakan bahwa *Knowledge* memoderasi variabel *Perceived Ease of Use* terhadap Intensi penggunaan. dalam penelitian ini, peneliti mengambil kesimpulan dari hasil peneliti sebelumnya dan mengambil sebagai hipotesis penelitian sebagai berikut:

**H5 : *Knowledge* Memoderasi secara signifikan *Perceived Ease of Use* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah Pada Konsumen UMKM di Kota Malang**

**2.3.6. *Knowledge* memoderasi pengaruh *Habit* Terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah Pada Konsumen UMKM di Kota Malang**

Pada penelitian ini, peneliti belum menemukan pengaruh variabel *Habit* terhadap *Decision to Use* yang dimoderasi oleh *Knowledge*. Sehingga peneliti menggunakan teori yang dinyatakan oleh para ahli yaitu teori Difusi Inovasi. Menurut Rogers, (2003) dalam penelitian (Nareswari, 2025) Difusi Inovasi menjelaskan bagaimana inovasi disebarkan dalam suatu populasi. Pengetahuan tentang inovasi sangat penting untuk adopsi.

Alasan peneliti memakai teori ini karena pengetahuan tentang sebuah inovasi dapat diadopsi dan dapat dijadikan kebiasaan baru oleh sebuah individu. Sehingga peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H6 : *Knowledge* Memoderasi secara signifikan pengaruh *Habit* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah Pada Konsumen UMKM di Kota Malang**

**2.4 Kerangka Konseptual**

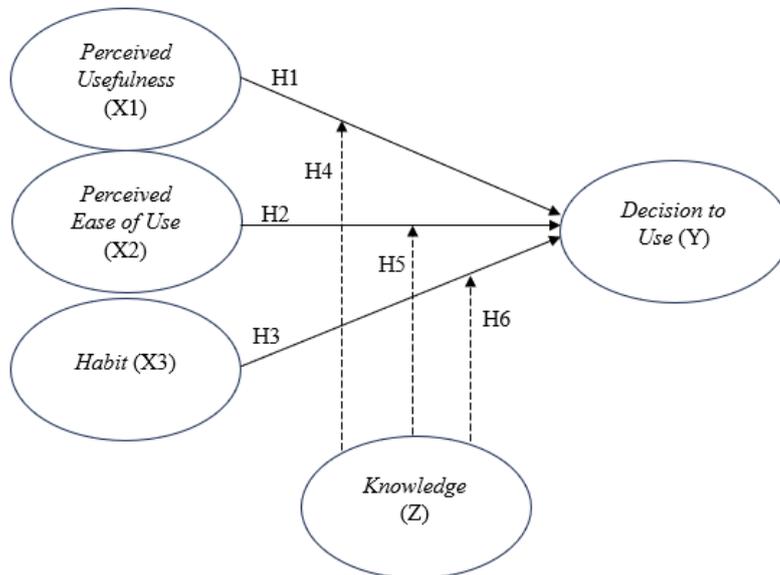
Adapun kerangka konseptual yang digunakan sebagai fondasi dalam penelitian ini yang terdiri dari *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Habit* sebagai variabel Independen dan Variabel dependen *Decision to Use* serta

*Knowledge* sebagai variabel moderasinya. Sehingga dapat digambarkan kerangka konseptual sebagai berikut:

**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Konseptual**

Garis Penuh: Pengaruh parsial

Garis Putus-putus: pengaruh moderasi



H1: *Perceived Usefulness* (X1) berpengaruh signifikan terhadap *Decision to Use* QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM di Kota Malang

H2: *Perceived Ease of Use* (X2) berpengaruh signifikan terhadap *Decision to Use* QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM di Kota Malang

H3: *Habit* (X3) berpengaruh signifikan terhadap *Decision to Use* QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM di Kota Malang

H4: Knowledge Memoderasi secara signifikan pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah Pada Konsumen UMKM di Kota Malang

H5: Knowledge Memoderasi secara signifikan *Perceived Ease of Use* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah Pada Konsumen UMKM di Kota Malang

H6: Knowledge Memoderasi secara signifikan pengaruh *Habit* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah Pada Konsumen UMKM di Kota Malang

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan Penelitian Kuantitatif. Data yang diperoleh dari penelitian ini nantinya dihitung dan diolah secara statistik untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Habit* terhadap *Decision to Use* dengan *Knowledge* sebagai variabel Moderasi. Alasan peneliti menggunakan metode kuantitatif adalah karena peneliti membatasi area penelitian sesuai dengan keinginan peneliti.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kota Malang. Karena banyaknya UMKM di Kota Malang dan banyaknya konsumen UMKM yang ada Kota Malang. Karena menurut data dari Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur, Kota Malang merupakan Kota ke-2 di Jawa Timur yang memiliki UMKM terbanyak.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna QRIS Bank Syariah.

##### **3.3.2 Sampel**

Sampel merupakan bagian dari populasi yang digunakan untuk penelitian. Menurut Sugiyono, (2020) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini,

peneliti menggunakan rumus sampel Lameshow. Rumus Lameshow digunakan pada penelitian ini ketika ukuran populasi yang belum diketahui pasti dengan rumus sebagai berikut :

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

n = Jumlah sampel yang dibutuhkan

Z = nilai Z pada Tingkat kepercayaan (1,96)

P = Proporsi Populasi

d = Margin of Error yang ditoleransi

Hasil yang didapatkan pada rumus tersebut adalah 384 responden.

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, ada beberapa teknik sampling yang digunakan (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. Dalam Teknik ini digunakan metode *Purposive sampling*. Alasan peneliti memilih sampling tersebut karena yakni pengambilan sampel ini dilakukan dengan memperhatikan karakteristik spesifik yang dimiliki oleh populasi atau objek penelitian, sehingga sampel yang dipilih relevan dengan tujuan penelitian :

1. Domisili Kota Malang.
2. Mempunyai Rekening mobile banking Bank Syariah.
3. Pernah bertransaksi menggunakan QRIS pada Mobile Banking Bank Syariah dengan UMKM di Kota Malang.

### 3.4 Data dan Jenis Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan ada dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder.

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data ke peneliti. Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama, yang dikumpulkan peneliti untuk menjawab masalah yang ditemukan dalam penelitian yang didapat secara langsung dari narasumber baik wawancara maupun melalui angket (Sugiyono, 2020). Data primer dari penelitian ini informasi tentang *Knowledge*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Habit*, dan Keputusan penggunaan yang diperoleh melalui sebar kuesioner secara online.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari dokumen perusahaan (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan data sekunder dari jurnal atau buku yang membahas tentang *Knowledge*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Habit*, dan Keputusan penggunaan.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik untuk memperoleh informasi yang dianalisis atau diolah untuk menarik kesimpulan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui penyebaran kuesioner,

didalamnya berisi daftar pertanyaan yang diisi oleh responden. Penyebaran kuesioner menggunakan wawancara dan google form yang dibagi melalui aplikasi WhatsApp dan Instagram di status maupun dibagikan secara personal dan grup kepada responden yang memenuhi kriteria. Data yang telah dikumpulkan dari kuesioner selanjutnya akan diukur dengan pengukuran berdasarkan skala likert.

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel yang akan dianalisis, yaitu variabel independent, variabel dependen dan Moderasi. Variabel bebas, atau yang sering disebut sebagai variabel independen, adalah variabel yang memiliki pengaruh terhadap atau menjadi penyebab munculnya serta perubahan pada variabel dependen, yaitu variabel terikat. Adapun variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini ialah *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Habit*. Variabel terikat, atau dependen, adalah variabel yang dipengaruhi oleh atau merupakan akibat dari variabel bebas, yang juga dikenal sebagai variabel independen. Adapun variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini ialah *Decision to Use*. Sedangkan Variabel yang memoderasi adalah *Knowledge*. Adapun Tabel 3.1 menunjukkan definisi operasional variabel dan dilanjutkan pada lampiran yang menunjukkan item-item setiap variabel secara det

**Tabel 3. 1**

**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Indikator	Item	Sumber
----	----------	-----------	------	--------

1.	<i>Knowledge</i>	Tahu (know)	1. konsumen memahami QRIS secara dasar	Engko et al., 2023
		Memahami	2. konsumen dapat menjelaskan tentang QRIS	
		Application	3. Konsumen dapat mengoperasikan QRIS	
		Analysis	4. Konsumen paham terhadap komponen-komponen yang ada dalam QRIS	
		Evaluasi	5. Konsumen memberikan nilai tanggapan pada QRIS	
2.	<i>Perceived Usefulness</i>	Work More Quickly	6. Konsumen merasa proses pembayaran lebih cepat	Davis, 1989
		Makes Job Easier	7. Konsumen merasa mudah dalam melakukan pembayaran	
		Job Performance	8. Konsumen merasa bahwa QRIS menyebabkan kinerja meningkat	
		Increase Productivity	9. Konsumen merasa bahwa QRIS membuat lebih produktif	
3.	<i>Perceived Ease To Use</i>	Easy to learn	10. Konsumen percaya bahwa QRIS mudah dipelajari	Davis, 1989
		Controllable	11. Konsumen percaya bahwa QRIS dapat dengan mudah dikontrol	
		Flexible	12. Konsumen percaya bahwa QRIS dapat	

			digunakan dalam waktu dan tempat secara bebas	
		Ease to use	13. Konsumen percaya bahwa QRIS mudah digunakan	
		Clear and understandable	14. Konsumen percaya bahwa QRIS mudah dimengerti	
4.	<i>Habit</i>	Frequently	15. Konsumen Sering menggunakan QRIS	Verplanken & Orbell, 2003
		Automatically	16. Konsumen akan otomatis menggunakan QRIS ketika berbelanja	
		Routine	17. Penggunaan QRIS menjadi rutinitas	
		Doing For Long time	18. Konsumen telah menggunakan QRIS dalam waktu yang lama	
5.	<i>Decision to Use</i>	Recognition of needs	19. Konsumen merasa butuh	(Kotler et al., 2015)
		Information search	20. konsumen menggali informasi agar kebutuhannya terpenuhi	
		Alternative evaluation	21. konsumen menemukan Solusi	
		Usage decision	22. konsumen memutuskan untuk menggunakan	
		Post Use Behavior	23. konsumen merasa nyaman ataupun tidak	

### 3.7 Skala Pengukuran

Pada penelitian ini skala yang digunakan adalah skala likert. Menurut (Ibrahim et al., 2024) skala Likert adalah alat penelitian yang digunakan untuk melengkapi kuesioner, di mana responden diminta untuk menunjukkan tingkat persetujuan mereka terhadap sejumlah pertanyaan. Pendekatan ini dirancang untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi individu atau kelompok terkait dengan fenomena sosial yang menjadi fokus penelitian. Penelitian ini menggunakan kerangka berikut untuk pengukuran skala Likert:

**Tabel 3. 2**

#### **Skala Likert**

<b>Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Ibrahim et al., 2024)

### 3.8 Analisis Data

Analisis data melibatkan pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, pembuatan tabulasi berdasarkan semua responden, serta menampilkan data untuk setiap variabel yang diteliti dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan alat ukur analisis data SEM-PLS dan diuji menggunakan program SmartPLS.

#### a. Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Outer model digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas model.

Uji validitas mengukur keyakinan bahwa instrumen penelitian dapat

mengukur objek yang diteliti, sedangkan uji reliabilitas mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur konsep serta konsistensi responden dalam menanggapi instrumen penelitian.

1. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Dilakukan dengan menghitung korelasi antara konstruk dan variabel laten. Loading factor masing-masing indikator konstruk digunakan untuk menguji validitas konvergen. Idealnya, nilai loading factor harus lebih besar dari 0,7 untuk menunjukkan kevalidan indikator. Nilai di atas 0,5 masih dapat diterima dalam penelitian empiris (Niehaves & Ortbach, 2016).

2. Validitas Deskriminan (*Discriminant Validity*)

Ditunjukkan oleh cross-loading antara indikator dan konstruk. Konstruk memperkirakan indikator pada blok mereka dengan lebih baik jika korelasi konstruk dengan indikatornya lebih tinggi daripada korelasi konstruk dengan indikator blok lainnya. Nilai cross-loading untuk setiap variabel harus lebih dari 0,7 (Niehaves & Ortbach, 2016).

3. Uji Reliabilitas (*Construct Reliability*)

Pada uji reliabilitas merupakan uji untuk mengukur suatu alat ukur yang menjadi indikator dari variabel atau konstruk. Alat ukur atau instrument dapat dikatakan konstan atau stabil, jika alat ukur tersebut dapat diandalkan atau reliabel. Reliabilitas dalam pengukuran penelitian diuji menggunakan composite reliability dan Cronbach's Alpha. nilai composite reliability yang dihasilkan semua

konstruk sangat baik jika  $> 0,70$  sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator konstruk adalah reliabel atau memenuhi uji reliabilitas. Sedangkan nilai Cronbach's Alpha dapat dikatakan konstruk reliabel jika nilai  $>0,6$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki reliabilitas yang baik (Niehaves & Ortbach, 2016).

b. Analisis Model Structural (*Inner Model*)

Inner model memberikan gambaran hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substantif.

1. R-Square ( $R^2$ )

Nilai R-Square digunakan untuk menentukan kekuatan model. Nilai R-Square yang tinggi menunjukkan model yang kuat. Nilai 0,75 menandakan model yang sangat kuat, 0,50 untuk model moderat, dan 0,25 untuk model yang lemah (Wong, 2013).

2. Estimasi Path Coefficient

Pengukuran evaluasi selanjutnya adalah uji koefisien jalur yang bertujuan untuk menguji apakah suatu variabel memiliki hubungan positif atau negative dengan variabel lain (Sugiyono, 2007). Terdapat batasan nilai pada pengujian Path Coefficient, yaitu jika nilai Path Coefficient  $> 0$ , maka variabel memiliki arah hubungan yang positif terhadap variabel lainnya. Sebaliknya, jika Path Coefficient  $< 0$ , maka variabel memiliki arah hubungan yang negatif terhadap variabel lainnya (Wong, 2013).

3. Uji Hipotesis

Hipotesis dijadikan arah dalam menetapkan variabel, mengumpulkan data, mengolah data dan mengambil kesimpulan. Tujuan dalam melakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh signifikan antara konstruk penelitian. Pengujian hipotesis menggunakan nilai-nilai dalam t- tabel dengan t-statistik yang dihasilkan dari prosedur bootstrapping pada software smartPLS. Karena pengujian hipotesis dapat terbukti dengan melihat nilai t-statistik lebih besar dari nilai t-tabel, kesimpulan hasil tersebut terbukti memiliki hubungan signifikan antara variabel penelitian. Dalam pengujian hipotesis, jika nilai t- statistik  $\leq 1,65$  maka disimpulkan hasil tersebut signifikan, namun nilai t-statistik  $> 1,65$  disimpulkan pengujian tersebut tidak signifikan. Dengan nilai P value 10%.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Hasil Penelitian**

##### **4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian**

Konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Malang merupakan kelompok masyarakat yang memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah, khususnya di bidang makanan dan minuman. Kota Malang, yang dikenal sebagai salah satu kota pendidikan dan pariwisata di Jawa Timur, memiliki keragaman penduduk yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Hal ini menjadikan karakteristik konsumen kuliner di kota ini sangat beragam, baik dari segi usia, latar belakang sosial, hingga preferensi konsumsi.

Secara demografis, konsumen UMKM kuliner di Kota Malang didominasi oleh kelompok usia produktif, terutama mahasiswa, pekerja muda, dan keluarga muda. Banyaknya perguruan tinggi dan sekolah menengah atas membuat populasi mahasiswa menjadi segmen pasar yang sangat potensial bagi pelaku UMKM kuliner. Konsumen dari segmen ini cenderung mencari makanan dengan harga terjangkau, praktis, dan memiliki cita rasa yang sesuai dengan selera anak muda. Mereka juga relatif aktif di media sosial, sehingga memiliki pengaruh besar dalam menyebarkan informasi tentang produk kuliner secara digital.

Di sisi lain, konsumen dari kalangan pekerja dan keluarga muda lebih mengutamakan kenyamanan, kebersihan, serta keandalan dalam layanan. Mereka cenderung menjadi pelanggan setia terhadap produk-produk kuliner yang konsisten dalam kualitas dan memiliki nilai tambah seperti kemasan menarik atau layanan pesan antar.

Preferensi kuliner masyarakat Malang juga dipengaruhi oleh kekayaan budaya lokal. Banyak konsumen yang memiliki ketertarikan terhadap makanan tradisional, baik yang berasal dari Jawa Timur maupun daerah lainnya, sehingga pelaku UMKM yang mampu menghadirkan menu-menu lokal dengan sentuhan modern cenderung mendapatkan perhatian lebih. Selain itu, meningkatnya kesadaran akan gaya hidup sehat juga mendorong permintaan terhadap produk kuliner sehat, seperti makanan organik, rendah gula, atau tanpa bahan pengawet.

Perilaku konsumsi juga mengalami perubahan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, terutama setelah pandemi COVID-19. Konsumen kini lebih selektif dalam memilih tempat makan dan lebih mengandalkan layanan daring seperti pemesanan makanan melalui aplikasi (GoFood, GrabFood, ShopeeFood, dsb). Hal ini mendorong pelaku UMKM untuk meningkatkan kehadiran digital mereka serta memperbaiki kualitas pelayanan.

#### **4.1.2. Deskriptif Karakteristik Data Responden**

Responden dalam Penelitian ini merupakan Konsumen UMKM dalam bidang kuliner di Kota Malang, dalam penelitian ini diambil 384

responden yang mana telah menggunakan fitur QRIS dalam mobile banking syariah untuk melakukan pembayaran pada UMKM kuliner di Kota Malang.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Gender

Karakteristik responden berdasarkan gender dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini :

**Tabel 4. 1**

**Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Gender</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase (%)</b>
Laki-laki	155	40%
Perempuan	229	60%

Sumber: Data diolah dengan Ms Excel

Berdasarkan data yang telah terkumpul (Tabel 4.1) diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah perempuan yaitu sebanyak 229 orang dengan presentase 60%. Sedangkan responden laki-laki sebanyak 155 orang dengan presentase 40%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Karakteristik responden berdasarkan domisili dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini :

**Tabel 4. 2****Karakteristik Berdasarkan Domisili**

<b>Domisili</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Kec. Lowokwaru	90	23%
Kec. Blimbing	101	26%
Kec. Sukun	83	22%
Kec. Kedungkandang	35	9%
Kec. Klojen	75	20%

Sumber: Data diolah dengan Ms Excel

Berdasarkan data yang terkumpul pada (Tabel 4.2) diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang menjawab berdomisili Kec. Blimbing dengan 59 responden dan Kec. Lowokwaru dengan jumlah 53 responden lalu kec. Sukun dengan jumlah 49 responden dan kec. Klojen dengan 47 responden dan yang terakhir adalah kec. Kedungkandang dengan jumlah 23 responden.

c. Deskripsi berdasarkan Variabel

**Tabel 4. 3****Deskripsi Berdasarkan Deskripsi Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>	<b>Modus</b>	<b>Mean</b>
			<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>		
Perceived Usefulness	Work More Quickly	<b>X1.1</b>	186	170	27	1	4	3,40
	Makes Job Easier	<b>X1.2</b>	154	203	26	1	3	3,32
	Job Performance	<b>X1.3</b>	165	195	21	3	3	3,35
	Increase Productivity	<b>X1.4</b>	169	190	21	4	3	3,36
Perceived Ease of USE	Easy to learn	<b>X2.1</b>	165	185	32	2	3	3,33
	Controllable	<b>X2.2</b>	170	183	29	2	3	3,35
	Flexible	<b>X2.3</b>	144	216	19	5	3	3,29
	Ease to use	<b>X2.4</b>	160	194	22	8	3	3,31

	Clear and understandable	<b>X2.5</b>	149	201	25	9	3	3,27
Habit	Frequently	<b>X3.1</b>	183	176	20	5	4	3,39
	Automatically	<b>X3.2</b>	165	185	31	3	3	3,33
	Routine	<b>X3.3</b>	138	216	25	5	3	3,26
	Doing For Long time	<b>X3.4</b>	152	198	29	5	3	3,29
Decision to Use	Recognition of needs	<b>Y.1</b>	162	188	31	3	3	3,32
	Information search	<b>Y.2</b>	143	200	38	3	3	3,25
	Alternative evaluation	<b>Y.3</b>	162	181	38	3	3	3,30
	Usage decision	<b>Y.4</b>	159	192	30	3	3	3,32
	Post Use Behavior	<b>Y.5</b>	171	183	23	7	3	3,34
Knowledge	Tahu (know)	<b>Z.1</b>	151	197	31	5	3	3,28
	Memahami	<b>Z.2</b>	153	188	42	1	3	3,28
	Application	<b>Z.3</b>	141	207	31	5	3	3,26
	Analysis	<b>Z.4</b>	132	206	41	5	3	3,21
	Evaluasi	<b>Z.5</b>	136	205	36	7	3	3,22

Sumber: Diolah dengan Ms Excel

Keterangan: SS: Sangat Setuju, S: Setuju, TS: Tidak Setuju, STS: Sangat Tidak Setuju

#### 4.1.3. Uji Instrumen Data

##### 1. Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Analisis model pengukuran (*outer model*) digunakan untuk mengevaluasi validitas konvergen (*convergent validity*), validitas diskriminan (*discriminant validity*) dan composite reliability setiap variabel penelitian. Penelitian ini menggunakan 5 Variabel dengan 23 indikator Pengukuran variabel. *Perceived Usefulness* diukur dengan 4 indikator, *Perceived Ease of Use* diukur dengan 5 indikator, Variabel *Habit* diukur dengan 4 Indikator, Variabel *Decision to Use* diukur dengan 5 Indikator, dan variabel *Knowledge* diukur dengan 5 Indikator.

a. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen terjadi apabila skor yang diperoleh dari pengukur konstruk memiliki korelasi yang tinggi. Parameter uji validitas konvergen dilihat berdasarkan loading factor yang memiliki nilai diatas 0,7.

**Tabel 4. 4**

**Hasil *Outer Loading***

Variabel	Indikator	Nilai <i>Loading Factor</i>	Hasil
<i>Perceived Usefulness</i>	X1.1	0,769	Valid
	X1.2	0,702	Valid
	X1.3	0,713	Valid
	X1.4	0,793	Valid
<i>Perceived Ease of Use</i>	X2.1	0,707	Valid
	X2.2	0,701	Valid
	X2.3	0,706	Valid
	X2.4	0,773	Valid
	X2.5	0,700	Valid
<i>Habit</i>	X3.1	0,811	Valid
	X3.2	0,725	Valid
	X3.3	0,778	Valid
	X3.4	0,750	Valid
<i>Decision to Use</i>	Y.1	0,760	Valid
	Y.2	0,705	Valid
	Y.3	0,744	Valid
	Y.4	0,763	Valid
	Y.5	0,713	Valid

<i>Knowledge</i>	Z.1	0,793	Valid
	Z.2	0,727	Valid
	Z.3	0,784	Valid
	Z.4	0,802	Valid
	Z.5	0,788	Valid

Sumber: diolah dengan Ms Excel

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa nilai Loading factor setiap indikator variabel yang telah dianalisis lebih dari 0,7 meskipun ada beberapa yang memiliki nilai dibawah 0,7 akan tetapi masih dapat diterima apabila nilai loading factor masih diatas 0,5 jadi setiap indikator dinyatakan lolos uji validitas konvergen.

Dari Hasil Outer Loading tersebut dapat diketahui bahwa indikator mana saja yang paling mengukur variabel tersebut. Pada Variabel *Perceived Usefulness* (X1) indikator ke empat "*Increase Productivity*" memiliki nilai outer loading paling besar dibandingkan yang lain. Pada Variabel *Perceived Ease of Use* (X2) dapat disimpulkan bahwa indikator "*Job Performance*" memiliki nilai outer loading paling besar. Indikator "*Frequently*" memiliki nilai *Outer Loading* paling besar dibandingkan indikator yang lain pada variabel tersebut. Pada Variabel *Decision to Use* (Y) indikator *Usage decision* memiliki nilai *outer loading* paling besar dan indikator yang memiliki nilai *Outer loading* paling besar pada variabel *Knowledge* adalah indikator "*Analysis*". Semua indikator tersebut adalah indikator yang paling mengukur masing-masing variabelnya.

b. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

**Tabel 4. 5**

**Nilai *Fornell-Larcker Criterion***

	H (X3)	DTU (Y)	K (Z)	PEU (X2)	PU (X1)
PU (X1)	0.745				
PEU (X2)	0.506	0.718			
H (X3)	0.701	0.645	0.767		
DTU (Y)	0.650	0.642	0.734	0.737	
K (Z)	0.600	0.606	0.724	0.721	0.779

Sumber: Diolah dengan Ms Excel

Berdasarkan pengujian nilai Fornell-Larcker Criterion untuk mengetahui validitas instrument dengan discriminant validity pada tabel di atas sudah menunjukkan bahwa pengukur dari variabel latent yang berupa akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) lebih besar dari korelasi variabel latent lainnya.

**Tabel 4. 6**

**Hasil Nilai *Cross Loading***

	PU (X1)	PU (X2)	H(X3)	DTU (Y)	K (Z)
X1.1	0.769	0.373	0.563	0.518	0.492
X1.2	0.702	0.372	0.474	0.469	0.42
X1.3	0.713	0.341	0.47	0.450	0.422
X1.4	0.793	0.419	0.573	0.497	0.452
X2.1	0.288	0.707	0.433	0.450	0.375
X2.2	0.408	0.701	0.494	0.493	0.485
X2.3	0.341	0.706	0.459	0.406	0.405
X2.4	0.397	0.773	0.488	0.525	0.492
X2.5	0.374	0.700	0.440	0.411	0.401
X3.1	0.615	0.518	0.811	0.581	0.556
X3.2	0.519	0.515	0.725	0.560	0.523
X3.3	0.499	0.499	0.778	0.579	0.556
X3.4	0.513	0.446	0.750	0.562	0.582
Y.1	0.514	0.461	0.601	0.760	0.555

<b>Y.2</b>	0.423	0.504	0.517	0.705	0.541
<b>Y.3</b>	0.491	0.530	0.564	0.744	0.553
<b>Y.4</b>	0.507	0.470	0.571	0.763	0.533
<b>Y.5</b>	0.458	0.392	0.484	0.713	0.472
<b>Z.1</b>	0.494	0.493	0.581	0.546	0.793
<b>Z.2</b>	0.440	0.443	0.556	0.541	0.727
<b>Z.3</b>	0.477	0.463	0.532	0.595	0.784
<b>Z.4</b>	0.467	0.506	0.576	0.576	0.802
<b>Z.5</b>	0.461	0.453	0.577	0.549	0.788

c. Uji Reabilitas (*Construct Reability*)

Uji reliabilitas digunakan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan alat ukur dalam melakukan pengukuran. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan dua metode, yaitu Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Cronbach's Alpha digunakan untuk mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk, sedangkan Composite Reliability digunakan untuk mengukur nilai sesungguhnya dari reliabilitas suatu konstruk. Nilai Cronbach's Alpha adalah  $> 0,6$ , dan nilai dari Composite Reliability adalah  $> 0,7$ . Hasil uji reliabilitas variabel disajikan pada tabel berikut ini :

**Tabel 4. 7**

**Nilai *Construct Reliability***

Variabel	Nilai <i>Compisite Reability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Hasil
PU (X1)	0.833	0.732	Reliabel
PEU (X2)	0.842	0.765	Reliabel
H (X3)	0.851	0.765	Reliabel
DTU (Y)	0.856	0.790	Reliabel
K (Z)	0.885	0.838	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan Ms Excel

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang ditunjukkan pada tabel menunjukkan bahwa variabel laten memiliki nilai yang baik.

Pada nilai composite reliability dengan variabel *Perceived Usefulness* sebesar 0.833, variabel *Perceived Ease of Use* memiliki nilai sebesar 0.842, variabel *Habit* dengan nilai 0.8511, variabel *Decision to Use* dengan nilai 0.856 dan Variabel *Knowledge* memiliki nilai 0.885. Hasil nilai composite reliability tersebut menunjukkan nilai lebih besar dari 0.7, yang hal ini menyatakan bahwa indikator dari pengukur variabel laten dinyatakan reliabel.

## 2. Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

### a. R-Square ( $R^2$ )

Nilai R-Square merupakan nilai koefisiensi determinan dimana nilai tersebut akan menggambarkan kekuatan prediksi variable endogen dari model struktural. Jika nilai sebesar 0,75 modelnya adalah substansial (baik), nilai sebesar 0,50 modelnya adalah moderat (sedang), dan nilai Rsquare sebesar 0,25 modelnya adalah lemah (buruk). Hasil nilai disajikan pada tabel berikut ini :

**Tabel 4. 8**

#### Nilai *R-Square*

<b>Variabel</b>	<b><i>R-Square</i></b>	<b><i>R-Square Adjusted</i></b>
<i>Decision to Use</i>	0.688	0.682

Sumber: Data diolah dengan Ms Excel

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen yang meliputi *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Habit* berpengaruh terhadap *Decision to Use*. Hal ini disebabkan karena

nilai R Square Adjusted yang didapatkan sebesar 0.682 yang artinya terletak diantara 0 dan 1 ( $0 < R^2 < 1$ ), Sehingga dapat diartikan bahwa seluruh variabel independent dalam penelitian dapat menjelaskan adanya variabel dependen penelitian.

#### 4.1.4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai path coefficient yang didapatkan melalui proses bootstrapping. Kriteria pengujian menyatakan bahwa nilai dari t-statistic  $\geq$  t-tabel (1,281) atau nilai dari probability  $\leq$  level of significance ( $\alpha = 10\%$ ) maka hubungan tersebut dinyatakan ada pengaruh signifikan antara variabel eksogen terhadap variabel endogen. Berikut gambar dan juga hasil dari pengujian hipotesis yang dilakukan :

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Pengujian Signifikansi**

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T-statistics ((O/STDEV))</i>	<i>P values</i>
<i>Perceived Usefulness (X1) -&gt; Decision to Use (Y)</i>	0,237	0,238	0,053	4,487	0,000
<i>Perceived Ease of Use (X2) -&gt; Decision to Use (Y)</i>	0,101	0,109	0,05	2,044	0,042

<i>Habit (X3) - &gt; Decision to Use (Y)</i>	0,235	0,235	0,062	3,805	0,000
<i>Knowledge x Perceived Usefulness -&gt; Decision to Use (Y)</i>	0,217	0,189	0,071	3,036	0,003
<i>Knowledge x Perceived Ease of Use - &gt; Decision to Use (Y)</i>	-0,074	-0,071	0,05	1,463	0,144
<i>Knowledge x Habit -&gt; Decision to Use (Y)</i>	-0,220	-0,198	0,082	2,683	0,008

Sumber: Data diolah menggunakan Ms Excel

Berdasarkan Berdasarkan data pada tabel 4.8 diatas, maka dapat diuraikan keterangan sebagai berikut :

1. *Perceived Usefulness (X1)* berpengaruh terhadap *Decision to Use* QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Malang

Hasil pengujian pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap *Decision to Use* yang disajikan pada tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien parameter sebesar 0,237 nilai *t-statistics* sebesar 4,487 dengan *p value* sebesar 0.000. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa ada pengaruh positif sebesar 23,7% serta menunjukkan nilai *t-statistic*  $\geq 1,645$  dan *p value*  $\leq 0.1$ , sehingga ada pengaruh signifikan *Perceived Usefulness* terhadap *Decision to Use*. Dengan demikian,

**Hipotesis 1 *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *Decision to Use* QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Malang diterima.**

2. *Perceived Ease of Use* (X2) berpengaruh terhadap *Decision to Use* QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Malang

Hasil pengujian pengaruh antara *Perceived Ease of Use* terhadap *Decision to Use* yang disajikan pada tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien parameter sebesar 0.101 (10,1%), nilai *t-statistics* sebesar 2,044 dengan *p value* sebesar 0.042. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa ada pengaruh positif sebesar 11,4% serta menunjukkan nilai *t-statistic*  $\geq 1,645$  dan *p value*  $\leq 0.1$ , sehingga ada pengaruh signifikan *Perceived Ease of Use* terhadap *Decision to Use*. Dengan demikian,

**Hipotesis 2 *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Decision to Use* QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Malang diterima.**

3. *Habit* (X3) berpengaruh terhadap *Decision to Use* QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Malang

Hasil pengujian pengaruh antara *Habit* terhadap *Decision to Use* yang disajikan pada tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien parameter sebesar 0.235 (23,5%), nilai *t-statistics* sebesar 3,805 dengan *p value* sebesar 0.000. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa ada pengaruh positif sebesar 23,5% serta menunjukkan nilai *t-statistic*  $\geq 1,645$  dan *p value*  $\leq 0.1$ ,

sehingga ada pengaruh signifikan *Habit* terhadap *Decision to Use*. Dengan demikian,

**Hipotesis 3 *Habit* berpengaruh signifikan terhadap *Decision to Use* QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Malang diterima.**

4. *Knowledge* Memoderasi pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah Pada Konsumen UMKM di Kota Malang

Berdasarkan uji statistik yang telah diselesaikan dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat berpengaruh positif dan signifikan, *Knowledge* memperkuat pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Decision to Use*, karena didukung secara koefisien parameter sebesar 0.217, nilai *t-statistics* sebesar 3,036 dengan *p value* sebesar 0.003 Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa ada berpengaruh positif dan signifikan, *Knowledge* memperkuat pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Decision to Use* karena koefisien *Perceived Usefulness* terhadap *Decision to Use* adalah positif. Selanjutnya ketika *Perceived Usefulness* diinteraksikan dengan *knowledge* dan diregresikan terhadap *decision to use* juga menghasilkan koefisien yang positif. Dengan demikian,

**Hipotesis 4 *Knowledge* Memoderasi *Perceived Usefulness* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah Pada Konsumen UMKM di Kota Malang diterima.**

5. *Knowledge* Memoderasi pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah Pada Konsumen UMKM di Kota Malang

Berdasarkan uji statistik yang telah diselesaikan dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima berpengaruh negatif dan signifikan, *Knowledge* memperlemah pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Decision to Use*, karena tidak didukung secara koefisien parameter sebesar -0.074, nilai *t-statistics* sebesar 1,463 dengan *p value* sebesar 0.144. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa tidak berpengaruh tidak signifikan, *Knowledge* tidak memperlemah maupun memperkuat pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Decision to Use*. Dengan demikian

**Hipotesis 5 *Knowledge* Memoderasi pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah Pada Konsumen UMKM di Kota Malang ditolak**

6. *Knowledge* Memoderasi pengaruh *Habit* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah Pada Konsumen UMKM di Kota Malang

Berdasarkan uji statistik yang telah diselesaikan dapat disimpulkan bahwa hipotesis keenam berpengaruh positif dan signifikan, *Knowledge* memperlemah pengaruh *Habit* terhadap *Decision to Use*, karena didukung secara koefisien parameter sebesar -0.220, nilai *t-statistics* sebesar 2.683 dengan *p value* sebesar 0.008. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa *Knowledge* memperlemah pengaruh *Habit* terhadap *Decision to Use* karena koefisien *Habit* terhadap *Decision to Use* adalah positif. Akan tetapi, ketika *Habit* diinteraksikan dengan *knowledge* dan diregresikan terhadap *decision to use* menghasilkan koefisien yang negatif. Dengan demikian,

**Hipotesis 6 Knowledge Memoderasi pengaruh *Habit* terhadap *Decision to Use QRIS Bank Syariah Pada Konsumen UMKM di Kota Malang* diterima**

**4.2. Pembahasan**

- a. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Decision to Use QRIS Bank syariah* pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Malang

Berdasarkan hasil analisis Inner Model sebelumnya dapat dijelaskan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap *Decision to Use use QRIS Bank syariah* pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Malang. Dapat diketahui bahwa koefisien dari *Perceived Usefulness* adalah positif artinya adalah ketika *Perceived Usefulness* semakin naik maka *Decision to Use* juga semakin naik. Semakin tinggi Tingkat kemanfaatan suatu produk semakin tinggi juga konsumen yang menggunakan produk tersebut. Dalam Teori *Technology Acceptance Model (TAM)* menyatakan bahwa *Perceived Usefulness* (Persepsi Kegunaan) menyatakan bahwa seseorang cenderung menggunakan suatu teknologi jika mereka percaya teknologi tersebut berguna dan akan membantu mereka dalam mengerjakan atau melakukan sesuatu. Seseorang merasakan manfaat QRIS seperti transaksi lebih cepat, praktis dan cashless. Hal tersebut sangat sesuai dengan hasil dari analisis yang tertera pada uji hipotesis yang dilakukan oleh peneliti. Hasil kuesioner yang paling dominan adalah pada variabel ini adalah indikator *Increase Productivity* yang membuat para nasabah makin produktif ketika menggunakan QRIS. Oleh karena itu, Bank Syariah perlu lebih menekankan pada promosi manfaat nyata dari QRIS,

seperti kemudahan transaksi berbasis syariah, efisiensi waktu, dan keamanan bertransaksi. Selain itu, pengembangan fitur tambahan yang relevan dengan kebutuhan transaksi syariah juga perlu diprioritaskan untuk meningkatkan tingkat adopsi QRIS di kalangan nasabah Bank Syariah. Hal ini menandakan bahwa hasil dari penelitian sejalan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Fauziah et al., (2024) yaitu *Perceived Usefulness* berpengaruh secara signifikan terhadap *Decision to Use QRIS*.

- b. Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Decision to Use QRIS* Bank syariah pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Malang

Berdasarkan hasil analisis Inner Model sebelumnya dapat dijelaskan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Decision to Use* use QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Malang. Hal tersebut menandakan bahwa konsumen memang menggunakan QRIS tidak lain karena mudah digunakan fiturnya. Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) menyatakan bahwa kemudahan suatu produk mempengaruhi seseorang untuk selalu menggunakan produk tersebut dikarenakan seseorang cenderung selalu memilih sesuatu yang mudah dan efisien. Pada variabel ini, karakter jawaban dari responden cenderung paling dominan adalah pada indikator *Controllable* yang berarti bahwa nasabah menggunakan QRIS karena mudah dikontrol. Hal tersebut sesuai dengan ayat Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 185 :

الْعُسْرُ بِكُمْ يُرِيدُ وَلَا الْيُسْرَ بِكُمْ اللَّهُ يُرِيدُ

Artinya : “Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran.”

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah menjamin kemudahan dalam melaksanakan Islam beserta syariat-syariatNya, karena tidak menghendaki kesulitan sedikitpun bagi hambanya. Sehingga jika dikaitkan dengan kemudahan dalam bertransaksi menggunakan QRIS maka dapat dipahami bahwa kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi dan mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga dalam menggunakan suatu sistem, sehingga diharapkan kemudahan yang diberikan dapat mempermudah pengguna dalam pemenuhan kebutuhannya. Oleh karena itu, Bank Syariah perlu lebih menekankan penyediaan aplikasi QRIS yang sederhana, intuitif, dan mudah dioperasikan oleh berbagai lapisan masyarakat. Strategi edukasi dan pendampingan pengguna baru menjadi kunci untuk mempercepat adopsi QRIS berbasis prinsip syariah. Hal ini sejalan dengan penelitian Ramdhani et al., (2024) yaitu *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan QRIS.

c. Pengaruh *Habit* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Malang

Berdasarkan hasil analisis Inner Model sebelumnya dapat dijelaskan bahwa *Habit* berpengaruh signifikan terhadap *Decision to Use* use QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Malang. Ketika koefisien hasilnya positif maka dapat diartikan bahwa ketika *Habit* naik maka *Decision to use* juga akan naik. Hal tersebut menandakan bahwa konsumen memang menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran sesuai dengan kebiasaannya. *Habit* hanya berlaku pada wilayah atau domisili tertentu. Sebagai contoh bahwa kebiasaan tidak bisa dibawa kemana saja. Dengan domisili yang

berbeda, seseorang dapat memiliki kebiasaan yang berbeda (De et al., 2024). Kebiasaan sering kali dipicu oleh isyarat dari lingkungan, seperti tempat, waktu, atau suasana tertentu (Hsu et al., 2015). Ketika isyarat ini muncul, tindakan yang sesuai dengan kebiasaan akan terpicu. Dengan kebiasaan konsumen pada sekarang ini, hampir semuanya serba menggunakan teknologi digital. Dalam teori Difusi Inovasi, Rogers (2003) menjelaskan bahwa adopsi inovasi tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik inovasi itu sendiri, tetapi juga oleh faktor individu, termasuk kebiasaan (*Habit*). Kebiasaan dalam menggunakan teknologi baru mempercepat penerimaan dan memperkuat keputusan untuk terus menggunakan inovasi tersebut, karena perilaku berulang menciptakan rasa familiaritas dan kenyamanan terhadap inovasi. Oleh karena itu, Bank Syariah perlu fokus pada pembuatan pengalaman transaksi yang membuat pengguna menjadi terbiasa dengan QRIS. Langkah-langkah seperti menyediakan insentif, memudahkan integrasi QRIS dengan transaksi harian, dan meningkatkan edukasi tentang penggunaan QRIS akan membantu menjadikan QRIS sebagai kebiasaan yang berkelanjutan di kalangan nasabah (Maharani, 2023). Hasil ini menunjukkan berjalan sesuai dengan penelitian (Fajar et al., 2024) dengan hasil *Habit* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan penggunaan.

- d. *Knowledge* Memoderasi pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah Pada Konsumen UMKM di Kota Malang

Berdasarkan hasil analisis Inner Model sebelumnya dapat dijelaskan bahwa *Knowledge* memperkuat secara signifikan pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Decision to Use* use QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM

sektor kuliner di Kota Malang. Secara teori, *Perceived Usefulness* memang diharapkan memengaruhi keputusan penggunaan QRIS karena individu cenderung memilih teknologi yang mereka anggap bermanfaat. Variabel *Knowledge* diasumsikan dapat memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut. Menurut Davis (1989), *Technology Acceptance Model (TAM)* menyatakan bahwa keputusan individu dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh *Perceived Usefulness* (persepsi kegunaan). Semakin tinggi pengetahuan seseorang terhadap teknologi, maka semakin besar pula kemampuannya untuk memahami manfaat teknologi tersebut, sehingga memperkuat persepsi kegunaan yang akhirnya berdampak pada keputusan penggunaan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan pengguna tentang manfaat QRIS, semakin besar kemungkinan mereka untuk mengadopsi teknologi tersebut. Oleh karena itu, Bank Syariah perlu meningkatkan program edukasi dan penyuluhan tentang manfaat QRIS, baik dari sisi kemudahan maupun fungsionalitasnya, untuk memperkuat persepsi kegunaan di mata pengguna dan mendorong adopsi yang lebih luas. Selain itu, pengguna yang lebih terinformasi dapat berperan dalam mempercepat inklusi keuangan syariah melalui penggunaan QRIS yang lebih luas.

- e. *Knowledge* Memoderasi pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah Pada Konsumen UMKM di Kota Malang.

Berdasarkan hasil analisis Inner Model sebelumnya dapat dijelaskan bahwa *Knowledge* memperlemah secara tidak signifikan pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Decision to Use* use QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM

sektor kuliner di Kota Malang. Yang berarti adalah semakin tinggi pengetahuan seseorang maka pengaruh persepsi kemudahan terhadap Keputusan penggunaan semakin rendah. Jawaban responden yang diandalkan dapat mengukur variabel *Knowledge* adalah tahu dan memahami sesuatu adalah tanda bahwa seseorang itu tahu. Secara konseptual, *Perceived Ease of Use* merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan bebas dari usaha yang berarti. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan QRIS bank syariah sudah cukup kuat memengaruhi keputusan penggunaan secara langsung, tanpa tergantung pada tingkat pengetahuan konsumen mengenai QRIS atau prinsip keuangan syariah. Dalam konteks ini, meskipun konsumen memiliki pengetahuan rendah tentang fitur atau nilai-nilai syariah dalam QRIS, selama mereka merasa sistem tersebut mudah digunakan, mereka tetap akan memutuskan untuk menggunakannya.

Penjelasan ini selaras dengan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), yang menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* merupakan salah satu determinan utama dalam penerimaan teknologi. Ketika sistem dirasa mudah diakses dan digunakan, maka kemungkinan untuk diterima oleh pengguna meningkat secara langsung, tanpa perlu melalui filter pengetahuan atau literasi yang mendalam. responden cenderung mengadopsi QRIS secara praktis berdasarkan kemudahan dan efisiensi transaksi, bukan karena alasan prinsip syariah atau pemahaman terhadap perbedaan antara QRIS bank konvensional dan syariah. Ini berarti, meskipun QRIS bank syariah menawarkan nilai-nilai berbasis syariah,

pengetahuan tentang aspek tersebut tidak menjadi pertimbangan utama saat konsumen merasa sistemnya mudah digunakan.

f. *Knowledge* Memoderasi pengaruh *Habit* terhadap *Decision to Use QRIS Bank Syariah* Pada Konsumen UMKM di Kota Malang

Berdasarkan hasil analisis Inner Model sebelumnya dapat dijelaskan bahwa *Knowledge* memperlemah secara signifikan pengaruh *Habit* terhadap *Decision to Use* use QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Malang. Secara teori, *Habit* mengacu pada kecenderungan seseorang untuk secara otomatis menggunakan suatu teknologi berdasarkan kebiasaan atau rutinitas yang terbentuk dari penggunaan sebelumnya. Dalam konteks QRIS, seseorang yang telah terbiasa menggunakan sistem pembayaran digital cenderung lebih cepat memutuskan untuk menggunakannya kembali, tanpa banyak pertimbangan rasional. Sementara itu, *Knowledge* diasumsikan dapat memperlemah hubungan ini, dengan anggapan bahwa semakin tinggi pengetahuan seseorang, maka seseorang akan meninggalkan kebiasaannya dalam menggunakan sesuatu. Hal tersebut dapat diakibatkan karena apabila seseorang terbiasa dengan transaksi terlepas dari pengetahuan tersebut. Hal tersebut juga dapat diakibatkan karena dorongan faktor luar yang lebih dominan seperti kebijakan tertentu yang menguntungkan dibandingkan pengetahuan. Hal tersebut sama dengan teori yang dinyatakan oleh Daniel Kahneman, konsep pemikiran Sistem 1 dan Sistem 2 telah menjadi sangat berpengaruh dalam studi pengambilan keputusan manusia. Pelajari tentang dasar historis model proses ganda dan bagaimana Kahneman mengembangkan ide-ide awal ini untuk mempopulerkan perbedaan antara proses berpikir

otomatis dan sadar. *Habit* berfikiran seperti sistem yang berfikir otomatis dan *Knowledge* memiliki sistem yang berfikir secara sadar. Hal tersebut dapat menimbulkan suatu evaluasi yang tidak konsisten dalam memutuskan sesuatu hal (Warje, 2021). Oleh karena itu, Bank Syariah perlu memperkuat program edukasi tentang keuntungan QRIS dan memfokuskan pada peningkatan literasi digital, untuk mengurangi ketergantungan pada kebiasaan lama dan mendorong adopsi QRIS yang lebih luas.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Habit* Terhadap *Decision to Use* QRIS Bank Syariah dengan *Knowledge* sebagai Variabel Moderasi, sampel dalam penelitian ini adalah 230 responden yang Domisili Kota Malang, Mempunyai Rekening mobile banking Bank Syariah, Pernah bertransaksi menggunakan QRIS pada Mobile Banking Bank Syariah dengan UMKM di Kota Malang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis PLS-SEM. Berdasarkan pemaparan dan pembahasan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *Decision to Use* QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Malang.
- b. *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Decision to Use* QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Malang.
- c. *Habit* berpengaruh signifikan terhadap *Decision to Use* QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Malang
- d. *Knowledge* memoderasi pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Malang

- e. *Knowledge* tidak memoderasi pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Malang
- f. *Knowledge* memoderasi pengaruh *Habit* terhadap *Decision to Use* QRIS Bank syariah pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Malang

## 5.2. Saran

Berdasarkan temuan, pembahasan, dan kesimpulan diatas terdapat beberapa saran untuk lembaga dan orang-orang yang berkaitan dalam penelitian ini yang mungkin bisa membantu agar lebih baik kedepannya. Berikut beberapa saran penelitian:

1. Bagi Bank Syariah : bank Perlu meningkatkan edukasi kepada konsumen agar penggunaan QRIS makin optimal
2. Bagi UMKM dan pemerintah daerah : perlu dorong strategi literasi keuangan digital yang lebih masif melalui pelatihan atau kerja sama dengan bank.
3. Bagi peneliti selanjutnya :
  - a. Gunakan pendekatan *longitudinal* untuk melihat perubahan perilaku penggunaan QRIS dari waktu ke waktu.
  - b. Pertimbangkan variabel tambahan seperti *trust*, *digital literacy*, atau *perceived risk* untuk memperkuat model.
  - c. Bandingkan antara bank syariah dan konvensional untuk melihat perbedaan pendekatan dalam implementasi QRIS.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, H. M., Berakon, I., & Kholid, M. N. (2019). The Moderating Role of Knowledge about Riba on Intention to Use E-Money: Findings from Indonesia. *2019 IEEE 6th International Conference on Industrial Engineering and Applications (ICIEA)*, 588–593.
- Alfani, R., & Ariani, K. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (Qris). *Edunomika*, 08(01), 1–8. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/11256>
- Alfikaromah, L., & Nurhidayati, M. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Kebutuhan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Murabahah Mikro Di BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 3(2), 161–174. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v3i2.2217>
- Annisa, A., Syarifuddin, S., & Rura, Y. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Risiko terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Quick Response Code Indonesian Standard. *Akrual: Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Kontemporer*, 16(2), 133–144. <https://doi.org/10.26487/akrual.v16i2.25714>
- ASPI. (2024). *ASPI*. Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia.
- Auliya Akhyar, R., & Sisilia, K. (2023). The Influence Of Perceptions Of Usefulness And Perceptions Of Convenience On The Decision To Use Digital Quick Response Code Payment Indonesian Standard (QRIS) Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digit. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3944–3953. <http://journal.yrpiaku.com/index.php/msej>
- Azzahroo, R. A., & Estiningrum, S. D. (2021). Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Teknologi Pembayaran. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17(1), 10. <https://doi.org/10.29406/jmm.v17i1.2800>
- Bangsa, J. R., & Khumaeroh, L. L. (2023). The Effect of Perceived Benefits and Ease of Use on the Decision to Use Shopeepay QRIS on Digital Business Students of Ngudi Waluyo University. *Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 62–67. <http://jibaku.unw.ac.id>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use,. *DMIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- De, M. D. B., Wahyuningsi, T. E., & Hidayah, S. I. (2024). *Komunikasi Interpersonal antar Mahasiswa Berbeda Budaya*. 1, 12–24.
- Dharma, B., Hasibuan, R., & Wiranti, W. (2022). Analisis Penerapan Pencatatan Laporan Keuangan Pada UMKM (Studi Kasus: Emir Roti). *Jurnal Manajemen*

*Akuntansi (JUMSI)*, 2(3), 700–706.

- East, R. (2001). *Consumer Behaviour* | *Consumer Behaviour*, Leon Schiffman, David Bednall, Elizabeth Cowley, Aron O. Cass, Judith Watson, Leslie Kanuk, Prentice Hall, Australia (2001). No longer published by Elsevier.
- Engko, C., Limba, F. B., & Achmad, A. P. (2023). Menggunakan Layanan Qris Dengan Technology Acceptance Model ( Tam ) Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Revenue Jurnal Akuntansi*, 4(1), 386–397. <https://revenue.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/view/274>
- Fahlevi, P., & Dewi, A. O. P. (2020). Analisis Aplikasi Ijateng Dengan Menggunakan Teori Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(2), 103–111.
- Fajar, A., Salama, H., Nurfahira, M. T., & Suwarni, I. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Menggunakan QRIS. *Emanasi: Jurnal Ilmu Keislaman Dan Sosial*, 7(1).
- Fauziah, I., Yuliyanti, D., Maula, N. S., & Destiana, R. (2024). The influence of perceived convenience, perceived usefulness, and perceived risk on the use of QRIS to increase MSMEs income. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(2), 1689–1701.
- Fietroh, M. N. (2023). Menganalisis Penyebab Keputusan Pedagang Umkm Kota Sumbawa Dalam Menggunakan Qris Sebagai Media Transaksi Keuangan. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 11(3), 352–360. <https://doi.org/10.58406/jeb.v11i3.1366>
- Hasanah, I., & Nafidzi, E. (2023). PENGARUH PENGETAHUAN, KEMUDAHAN, DAN KEMANFAATAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN QRIS DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BANJARMASIN. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(2), 817–827.
- Hsu, M.-H., Chang, C.-M., & Chuang, L.-W. (2015). Understanding the determinants of online repeat purchase intention and moderating role of habit: The case of online group-buying in Taiwan. *International Journal of Information Management*, 35(1), 45–56.
- Hutagalung, R. A., Nainggolan, P., & Panjaitan, P. D. (2021). Analisis Perbandingan Keberhasilan UMKM Sebelum Dan Saat Menggunakan Quick Response Indonesia Standard (QRIS) Di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Ekuilnomi*, 3(2), 94–103.
- Ibrahim, K., Bempah, I., & Saleh, Y. (2024). PERILAKU PETANI DALAM PENGGUNAAN MESIN PERONTOK PADI (Combine Harvester) DESA BONGOMEME KECAMATAN DUNGALIYO KABUPATEN GORONTALO. *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 230–238. <https://doi.org/10.37046/agr.v0i0.25066>
- Iriani, A. F. (2018). Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *DINAMIS- Journal of Islamic*

*Management and Bussines*, 2(2), 4.

- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). *Marketing*. Pearson Higher Education AU.
- Lathifah, S. U. (2022). Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia | kumparan.com. *Kompasiana.Com*, 1–7. [https://www.kompasiana.com/muhammad75161/63272f356e14f10616141444/perkembangan-teknologi-informasi-di-indonesia?lgn\\_method=google](https://www.kompasiana.com/muhammad75161/63272f356e14f10616141444/perkembangan-teknologi-informasi-di-indonesia?lgn_method=google)
- Lu, C. (2022). Sosialisasi Pengenalan E-money kepada UMKM di Kota Bandung. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 3(1), 133–140. <https://doi.org/10.36908/akm.v3i1.474>
- Maharani, K. R. (2023). *Implementasi Kerjasama Cross Border Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Indonesia–Thailand dalam Perspektif Hukum Internasional*. Universitas Islam Indonesia.
- Meliza, M., Ismuadi, I., & Mulia, R. (2024). THE INFLUENCE OF KNOWLEDGE, BENEFITS AND CONVENIENCE ON USERS OF QUICK RESPONSE CODE INDONESIA STANDARD (QRIS) AT BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) MOBILE. *International Journal of Kita Kreatif*, 1(3).
- Mikroskil, P. M. (2011). *Jurnal 3 (Eko Yuliawan*. 1(April), 21–30.
- Nareswari, A. Z. (2025). Integrasi Teknologi Informasi Dalam Kurikulum Pendidikan Agama Islam di Indonesia; Pendekatan Teori Difusi Inovasi M. Rogers. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 3(1), 129–137.
- Niehaves, B., & Ortbach, K. (2016). The inner and the outer model in explanatory design theory: the case of designing electronic feedback systems. *European Journal of Information Systems*, 25(4), 303–316.
- Pontoh, M. A. H., Worang, F. G., & Tumewu, F. J. (2022). The Influence of Perceived Ease of Use, Perceived Risk and Consumer Trust towards Merchant Intention in using QRIS as a Digital Payment Method. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 904. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42664>
- Raharjo, D. H., & Riyadi, S. (2022). Bank Indonesia bersama Perbankan Syariah Membantu Digitalisasi UMKM Dengan Manfaatkan Teknologi Quick Response Code Indonesia Standard QRIS. *KRESNA: Jurnal Riset Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 59–66. <https://doi.org/10.36080/jk.v2i2.46>
- Rahmad Surgawan, R., & Susila, I. (2024). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 18(3), 918–936. <https://doi.org/10.32534/jv.v18i3.5000>
- Rahman, A. F. S. K., & Supriyanto, S. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Qris Sebagai Metode Pembayaran Pada Masa Pandemi. *Indonesian Scientific Journal of Islamic Finance*, 1(1), 1–21.

- Rahmawati, A. (2023). Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1247–1256.
- Rahmawati, S., & Arfiansyah, M. A. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan QRIS Pada UMKM Kota Surakarta. *Mbia*, 22(3), 435–449. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i3.2663>
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168. <https://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id/jurnal/index.php/econbank/article/view/215>
- Rakhmayanti, I. (n.d.). *Bukti Kelas Menengah RI Makin Susah Tampak Nyata di QRIS*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20250513070759-17-632957/bukti-kelas-menengah-ri-makin-susah-tampak-nyata-di-qris>
- Ramadan, M. R. (2021). Merger Bank Syariah dan Pengembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(06), 830–842.
- Ramadhan, D., Asri, H. R., Gisijanto, H. A., Hartanti, N. D., & Setyarini, E. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 1(04), 162–170. <https://doi.org/10.59422/lbm.v1i04.168>
- Ramdhani, A., Syafitri, S., Rizki Amalia, D., Lanfadilan, K., & Padillah Ahmad, A. (2024). the Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on the Decision To Use of Qris As a Digital Payment in Generation Z in the City of Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 2(3), 371–389. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v2i3.44>
- Rivani, E., & Rio, E. (2021). Penggunaan Uang Elektronik Pada Masa Pandemi Covid-19: Telaah Pustaka. *Jurnal Kajian*, 26(1), 75–89. <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/kajian/article/viewFile/3910/1127>
- Sari, D. M., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Fitur-Fitur Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 170.
- Sashikirana, A., & Dewi, K. (2024). *Masih Banyak Orang Enggan Pakai QRIS, BI Ungkap Tantangan Transaksi Digital*. Kompas.Com. <https://umkm.kompas.com/read/2024/06/15/103000883/masih-banyak-orang-enggan-pakai-qris-bi-ungkap-tantangan-transaksi-digital?page=all#:~:text=Tentu saja%2C ini tidak lepas,cara menjaga keamanan data pribadi.>
- Setiawan, I. (2021). Pembiayaan Umkm, Kinerja Bank Syariah Dan Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(2), 263–278.

- Setyaningsih, A. W. (2023). Analysis of Perceived Usefulness, Perceived Security, and Perceived Easy of Use on Intention to Use QRIS Through Trust as Mediation in DKI Jakarta. *International Journal of Current Economics & Business Ventures*, 3(1).
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sunardi, S., & Siregar, P. A. (2023). The Influence of Knowledge, Benefit and Risk on Customer Interest in Using The BSI Qris Electronic Payment System at BSI KCP Indrapura. *JURNAL EKONOMI SYARIAH*, 8(1), 64–75.
- Suryani, T. (2008). Perilaku konsumen: implikasi pada strategi pemasaran. *Yogyakarta: Graha Ilmu*, 118, 162.
- Suryanti, E., Lesmana, H., & Mubarak, H. (2021). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 13(1), 60–72. <https://doi.org/10.24905/permana.v13i1.117>
- Syarifuddin, M. A. F., Gani, N., & Rahman, M. A. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar. *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 1(2).
- Verplanken, B., & Orbell, S. (2003). Reflections on Past Behavior: A Self-Report Index of Habit Strength. *Journal of Applied Social Psychology*, 33(6), 1313–1330. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2003.tb01951.x>
- Warje, K. (2021). *No Title*. The Decision Labs. <https://thedecisionlab.com/thinkers/economics/daniel-kahneman>
- Wong, K. K.-K. (2013). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) techniques using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1–32.
- Zikri, Z. U., & Jannah, M. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Quick Response Indonesian Standart (QRIS). *Journal Research of Economic and Bussiness*, 2(01), 9–20.

## Lampiran

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh.  
Responden yang terhormat,

Saya M. Arfan Arifiandi mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas skripsi dengan judul "*Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Habit Terhadap Decision to Use QRIS Bank Syariah dengan Knowledge Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada konsumen UMKM Di Kota Malang)*". Kami sangat mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/saudara(i) untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan sesuai dengan kondisi yang ada. Data-data yang diberikan nantinya insyaallah sangat bermanfaat dalam membantu penelitian ini. Data saudara-saudara insyaallah terjaga kerahasiaannya. Terimakasih

Wassalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Saya pernah bertransaksi menggunakan QRIS Bank syariah pada UMKM di Kota Malang

- Ya
- Tidak

#### Biodata Narasumber Penelitian

Nama

Jenis Kelamin

- Laki-laki
- Perempuan

Email

Domisili Malang

- Kec. Lowokwaru
- Kec. Blimbing
- Kec. Sukun
- Kec. Klojen
- Kec. Kedungkandang.

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
<b>Knowledge</b>					
1	Saya merasa memahami dasar penggunaan QRIS pada <i>Mobile Banking Syariah</i>				
2	Saya merasa mampu menjelaskan apa itu QRIS kepada orang lain				
3	Saya merasa dapat mengoperasikan QRIS pada <i>Mobile Banking Syariah</i> untuk kebutuhan transaksi				
4	Saya merasa memahami komponen-komponen yang terdapat dalam QRIS pada <i>Mobile Banking Syariah</i>				
5	Saya merasa dapat memberikan penilaian terhadap manfaat QRIS pada <i>Mobile Banking Syariah</i>				
<b>Perceived Usefulness</b>					
6	Saya merasa proses pembayaran menjadi lebih cepat dengan menggunakan QRIS pada <i>Mobile Banking Syariah</i> .				
7	Saya merasa QRIS membuat transaksi saya lebih mudah dilakukan.				
8	Saya merasa QRIS meningkatkan efisiensi pekerjaan saya.				
9	Saya merasa QRIS membuat bisnis saya lebih produktif				
<b>Perceived Ease of Use</b>					

10	Saya merasa QRIS mudah untuk dipelajari				
11	Saya merasa penggunaan QRIS dapat saya kontrol dengan baik				
12	Saya merasa QRIS fleksibel untuk digunakan kapan saja dan di mana saja				
13	Saya merasa QRIS mudah untuk digunakan dalam berbagai transaksi.				
14	Saya merasa instruksi atau petunjuk QRIS mudah dimengerti				
<b>Habit</b>					
15	Saya merasa sering menggunakan QRIS untuk berbagai transaksi				
16	Saya merasa secara otomatis memilih QRIS saat bertransaksi				
17	Saya merasa penggunaan QRIS sudah menjadi kebiasaan sehari-hari				
18	Saya merasa telah menggunakan QRIS dalam waktu yang cukup lama.				
<b>Decision to Use</b>					
19	Saya merasa membutuhkan QRIS untuk memenuhi kebutuhan transaksi saya				
20	Saya merasa mencari informasi terlebih dahulu sebelum menggunakan QRIS				

21	Saya merasa membandingkan QRIS dengan metode pembayaran lain sebelum memutuskan untuk menggunakannya				
22	Saya merasa yakin dengan keputusan saya untuk menggunakan QRIS.				
23	Saya merasa puas dengan pengalaman saya menggunakan QRIS				

## Lampiran 2 Data Kuesioner

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4
4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3
8	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3
9	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2
10	2	2	2	1	4	4	4	3	4	1	2	1	1	2	3	3	2	1	3	3	3	2	1
11	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
13	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3
18	2	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2
19	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
21	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4
22	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
23	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
29	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
32	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3
33	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35	4	3	4	3	2	3	2	3	4	3	2	3	4	2	3	4	4	3	2	3	4	4
36	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
37	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4
38	3	2	3	4	2	3	2	3	4	3	2	3	4	2	3	4	3	3	2	3	3	4
39	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3
42	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	2	2	3	2	2	2	3	3	4	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2
44	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
45	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4
46	2	3	4	3	3	3	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4	3
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2
48	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
49	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
50	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3

52	2	3	3	2	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
54	2	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
55	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	2	3	3	2	3	2	1	1	1	3	2	1	1	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3
57	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
58	3	3	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
59	4	4	3	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
60	2	3	2	3	2	2	2	1	1	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3
61	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
62	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
63	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
64	3	2	3	2	2	3	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
65	2	3	3	2	3	3	2	1	1	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
66	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3
67	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
68	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4
69	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4
70	4	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3
71	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
72	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
73	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
74	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2
75	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3
76	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4
77	4	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3
78	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3

79	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	
80	4	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	
83	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3
86	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	3	2	
87	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1
88	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	3	2	2	3	4	4	3	3	4	3	4	1	
89	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	
90	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
92	3	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	
93	4	4	4	4	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
96	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	
97	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
99	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	
100	3	3	2	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	2	3	
....																								
384	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	

### Lampiran 3 Hasil olah Smart-PLS

#### Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Nilai <i>Loading Factor</i>	Hasil
<i>Perceived Usefulness</i>	X1.1	0,769	Valid
	X1.2	0,702	Valid
	X1.3	0,713	Valid
	X1.4	0,793	Valid
<i>Perceived Ease of Use</i>	X2.1	0,707	Valid
	X2.2	0,701	Valid
	X2.3	0,706	Valid
	X2.4	0,773	Valid
	X2.5	0,700	Valid
<i>Habit</i>	X3.1	0,811	Valid
	X3.2	0,725	Valid
	X3.3	0,778	Valid
	X3.4	0,750	Valid
<i>Decision to Use</i>	Y.1	0,760	Valid
	Y.2	0,705	Valid
	Y.3	0,744	Valid
	Y.4	0,763	Valid
	Y.5	0,713	Valid
<i>Knowledge</i>	Z.1	0,793	Valid
	Z.2	0,727	Valid
	Z.3	0,784	Valid
	Z.4	0,802	Valid
	Z.5	0,788	Valid

#### Validitas Diskriminan

	H (X3)	DTU (Y)	K (Z)	PEU (X2)	PU (X1)
PU (X1)	0.745				
PEU (X2)	0.506	0.718			
H (X3)	0.701	0.645	0.767		
DTU (Y)	0.650	0.642	0.734	0.737	
K (Z)	0.600	0.606	0.724	0.721	0.779

	PU (X1)	PU (X2)	H(X3)	DTU (Y)	K (Z)
<b>X1.1</b>	0.769	0.373	0.563	0.518	0.492
<b>X1.2</b>	0.702	0.372	0.474	0.469	0.42
<b>X1.3</b>	0.713	0.341	0.47	0.450	0.422
<b>X1.4</b>	0.793	0.419	0.573	0.497	0.452
<b>X2.1</b>	0.288	0.707	0.433	0.450	0.375
<b>X2.2</b>	0.408	0.701	0.494	0.493	0.485
<b>X2.3</b>	0.341	0.706	0.459	0.406	0.405
<b>X2.4</b>	0.397	0.773	0.488	0.525	0.492
<b>X2.5</b>	0.374	0.700	0.440	0.411	0.401
<b>X3.1</b>	0.615	0.518	0.811	0.581	0.556
<b>X3.2</b>	0.519	0.515	0.725	0.560	0.523
<b>X3.3</b>	0.499	0.499	0.778	0.579	0.556
<b>X3.4</b>	0.513	0.446	0.750	0.562	0.582
<b>Y.1</b>	0.514	0.461	0.601	0.760	0.555
<b>Y.2</b>	0.423	0.504	0.517	0.705	0.541
<b>Y.3</b>	0.491	0.530	0.564	0.744	0.553
<b>Y.4</b>	0.507	0.470	0.571	0.763	0.533
<b>Y.5</b>	0.458	0.392	0.484	0.713	0.472
<b>Z.1</b>	0.494	0.493	0.581	0.546	0.793
<b>Z.2</b>	0.440	0.443	0.556	0.541	0.727
<b>Z.3</b>	0.477	0.463	0.532	0.595	0.784
<b>Z.4</b>	0.467	0.506	0.576	0.576	0.802
<b>Z.5</b>	0.461	0.453	0.577	0.549	0.788

Reliability

Variabel	Nilai <i>Compisite Reability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Hasil
PU (X1)	0.833	0.732	Valid
PEU (X2)	0.842	0.765	Valid
H (X3)	0.851	0.765	Valid
DTU (Y)	0.856	0.790	Valid
K (Z)	0.885	0.838	Valid

R-Square

<b>Variabel</b>	<b>R-Square</b>	<b>R-Square Adjusted</b>
<i>Decision to Use</i>	0.688	0.682

Pengujian Signifikansi

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-statistics ( O/STDEV )	P values
<i>Perceived Usefulness (X1) -&gt; Decision to Use (Y)</i>	0,237	0,238	0,053	4,487	0,000
<i>Perceived Ease of Use (X2) -&gt; Decision to Use (Y)</i>	0,101	0,109	0,05	2,044	0,042
<i>Habit (X3) -&gt; Decision to Use (Y)</i>	0,235	0,235	0,062	3,805	0,000
<i>Knowledge x Perceived Usefulness -&gt; Decision to Use (Y)</i>	0,217	0,189	0,071	3,036	0,003
<i>Knowledge x Perceived Ease of Use -&gt; Decision to Use (Y)</i>	-0,074	-0,071	0,05	1,463	0,144
<i>Knowledge x Habit -&gt; Decision to Use (Y)</i>	-0,220	-0,198	0,082	2,683	0,008



## Lampiran 4 Biodata Peneliti



### BIODATA PENELITI

#### Identitas Pribadi

Nama Lengkap : M. Arfan Arifiandi

Tempat Tanggal Lahir: Kediri, 02 juli 2004

Alamat Asal : Jl. Hasanudin, Babadan, Tenggerlor, Kunjang, Kediri

Telepon: 082140823660

Email : arfanarifiandi1@gmail.com

#### Pendidikan Formal

2008-2010 : TK Kusuma Mulia

2010-2016 : MI An-Nidzom

2016-2018 : MTsN 1 Kediri

2018-2021 : MAN 3 Jombang

2021-2025 : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang jurusan S1 Perbankan Syariah

#### Pendidikan Non-Formal

2016-2018 : Madrasah Diniyah Pondok Pesantren Modern Trisula Al-Mustamar

2018-2021 : Madrasah Diniyah As-Salam Tambakberas Jombang

2021-2022 : Ma'had Sunan Ampel Al-Aly Malang

2021-2022: Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

2022-2023 : *English Language Center (ELC)* UIN Malang

## Lampiran 5 Jurnal Bimbingan

4/24/25, 7:05 PM

Print Jurnal Bimbingan Skripsi



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 : 210503110006  
Nama : M. Arfan Arifiandi  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Dosen Pembimbing : Titis Miranti, M.Si  
Judul Skripsi : PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *HABIT* TERHADAP *DECISION TO USE QRIS* BANK SYARIAH DENGAN *KNOWLEDGE* SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI PADA KONSUMEN UMKM DI KOTA MALANG)

#### JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	13 September 2024	Pertama kali bimbingan untuk melakukan konfirmasi terhadap dosen pembimbing terkait judul skripsi yang digunakan	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
2	18 September 2024	Berdiskusi dengan dosen pembimbing mengenai latar belakang masalah topik penelitian keuangan yang berkaitan dengan judul yang sesuai dengan konsentrasi entrepreneur	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
3	11 November 2024	Berdiskusi terkait objek penelitian, data variabel" yang digunakan dalam skripsi	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
4	18 November 2024	Konsultasi terkait dengan proposal penelitian. Dosen pembimbing memberikan arahan untuk mengerjakan proposal beserta pengefikan objek penelitian yang digunakan	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
5	1 Januari 2025	Konsultasi terkait pengerjaan proposal penelitian (bab 1 dan bab 2) dan konsultasi terkait alat analisis data Bab 3	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
6	3 Januari 2025	Diskusi dan pemberian arahan terkait Bab 3	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
7	7 Januari 2025	Konsultasi keseluruhan bab 1 s.d. 3 dan revisi mengenai perubahan variabel	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi

8	13 Januari 2025	Konsultasi keseluruhan bab 1 s.d. 3 serta revisi terkait proposal skripsi	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
9	26 Februari 2025	memulai konsultasi pengukuran untuk isi gform	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
10	28 Februari 2025	gform siap di bagikan	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
11	19 Maret 2025	konsultasi terkait data yang didapat	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
12	21 April 2025	merevisi hal-hal yang kurang pas dalam file skripsi	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi

Malang, 21 April 2025

Dosen Pembimbing



Titis Miranti, M.Si