

Volume 10 Nomor 1 April 2025
E-ISSN 2541-0938 P-ISSN 2657-1528

JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI JURKAMI

JURKAMI

VOLUME 10
NOMOR 1

SINTANG
APRIL
2025

DOI
10.31932

E-ISSN
2541-0938
P-ISSN
2657-1528

DETERMINAN KEPUTUSAN PENGGUNA DENGAN MEDIASI VARIABEL
KEPERCAYAAN: STUDI KASUS PENGGUNA QRIS DI KOTA BOGOR

Ashur Harmadi¹, Guyub Nuryanto✉

Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, Indonesia¹²

✉ Corresponding Author Email: guyubdata@gmail.com

Author Email : ashur@staff.gunadarma.ac.id

Abstract:

The public chooses digital services based on factors considered when selecting a digital payment system. Due to the convenience offered, transaction services using the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) method have become increasingly popular. This study aims to analyze and identify the determinants of the decision to use QRIS, mediated by the trust variable among QRIS users in Bogor City. The analytical method used is primary data described from quantitative data obtained through online questionnaire distribution. This study employs a quantitative research approach with purposive sampling. Based on the predetermined criteria, 125 respondents were obtained, and data analysis was conducted using SmartPLS 4.0 software. The study's findings are as follows: Perceived ease of use influences the decision to use QRIS. Perceived usefulness influences the decision to use QRIS. Perceived ease of use does not influence trust. Perceived usefulness influences trust. Trust influences the decision to use QRIS. Perceived ease of use does not influence the decision to use QRIS through trust. Perceived usefulness influences the decision to use QRIS through trust. The variable with the strongest influence on the decision to use QRIS is perceived ease of use.

Abstrak:

Masyarakat memilih layanan digital berdasarkan faktor-faktor yang dipertimbangkan saat memilih sistem pembayaran digital. Karena kemudahan yang ditawarkan, layanan transaksi dengan metode *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) semakin populer. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui determinan keputusan penggunaan QRIS dengan mediasi variabel kepercayaan pada pengguna QRIS di Kota Bogor. Metode analisis yang digunakan adalah data primer yang dideskripsikan dari data kuantitatif yang didapatkan melalui sebaran kuesioner yang dilakukan secara online. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan diperoleh 125 responden dan analisis data menggunakan Software SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menyatakan Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS. Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap kepercayaan. Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS. Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS melalui kepercayaan. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS melalui kepercayaan; dan Variabel yang berpengaruh paling kuat terhadap keputusan penggunaan QRIS adalah persepsi kemudahan.

Article History:
Received: November
2024
Revision: January
2025
Accepted: January
2025
Published: April 2025

Keywords:
Determinants,
Perceived Ease of Use,
Perceived Usefulness,
Trust, Decision to Use

Sejarah Artikel
Diterima: November
2024
Direvisi: Januari 2025
Disetujui: Januari 2025
Diterbitkan: April 2025

Kata kunci:
Determinan,
Persepsi Kemudahan,
Persepsi Manfaat,
Kepercayaan,
Keputusan Penggunaan



How to Cite: Ashur Harmadi, Guyub Nuryanto. 2025. *Determinan Keputusan Pengguna Dengan Mediasi Variabel Kepercayaan: Studi Kasus Pengguna Qris di Kota Bogor*. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI), 10 (1), DOI : [10.31932/jpe.v10i1.4059](https://doi.org/10.31932/jpe.v10i1.4059)

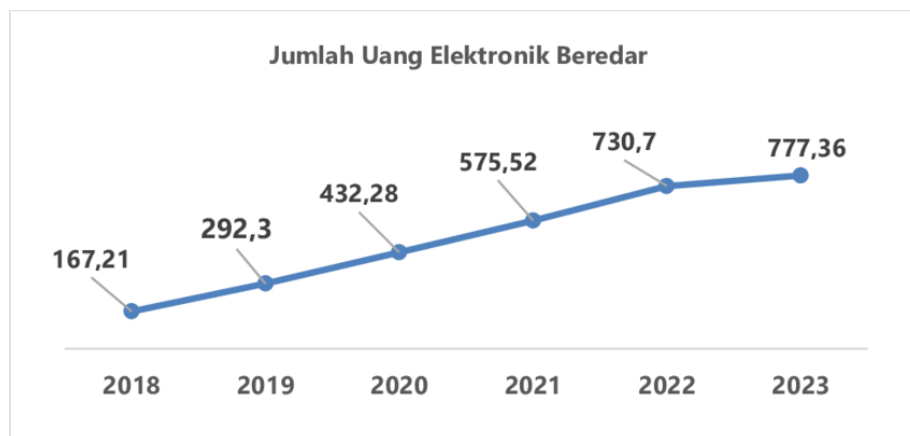


PENDAHULUAN

Pesatnya kemajuan teknologi dalam metode sistem pembayaran, mata uang digital sekarang dapat digunakan sebagai alat pembayaran selain uang tunai. Pada 14 Agustus 2014, Bank Indonesia (BI) telah mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dengan tujuan membangun sistem pembayaran yang aman, efisien, dan lancar. Pada gilirannya, ini akan membantu sistem keuangan nasional berjalan dengan baik. Dengan demikian, dapat meningkatkan efektivitas transaksi yaitu menghindari adanya kesalahan hitung atau human error. Pada gilirannya GNNT akan dapat mewujudkan ekosistem *cashless society*.

Menurut ketentuan peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2019 tentang uang elektronik pada pasal 1 ayat 3 Uang Elektronik merupakan alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit kemudian nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu

media misalnya server atau chip, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, dan nilai uang elektronik yang sudah disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan perbankan. Hasil Studi Visa merilis temuan dari *Consumer Payment Attitudes Study* (CPAS) menunjukkan perubahan dalam sistem transaksi nontunai di Indonesia. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa 67% masyarakat Indonesia bersedia meninggalkan uang tunai. Dari jumlah tersebut, Gen Z yang paling sering meninggalkan uang tunai untuk transaksi sehari-hari. Studi tersebut menunjukkan bahwa Gen Z sebesar 78%, Gen Y sebesar 74%, dan kalangan kaya sebesar 73% mencoba menggunakan pembayaran nontunai. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya jumlah uang elektronik yang beredar di Indonesia, seperti yang digambarkan pada Gambar 1



Gambar 1
Data Uang Elektronik Beredar di Indonesia

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, Indonesia (2024)

Di Indonesia sendiri beberapa contoh uang elektronik atau uang digital yang tersedia menurut Otoritas Jasa Keuangan

(OJK) diantaranya; (1) e-wallet, merupakan jenis uang digital yang paling populer di Indonesia contohnya OVO, GoPay, Dana, LinkAja, (2) Cryptocurrency, masih

tergolong baru dan belum diatur secara resmi oleh pemerintah contohnya yaitu Bitcoin, (3) QR Code Payment, merupakan metode pembayaran yang menggunakan QR untuk melakukan transaksi pembayaran melalui aplikasi e-wallet atau mobile banking, (4) Mobile Banking, layanan ini bisa digunakan untuk transfer uang, pembayaran tagihan dan lain-lain, (5) Prepaid Card, merupakan kartu Prabayar yang bisa digunakan untuk melakukan transaksi di merchant atau toko online contohnya Flazz Card, BRI ePay. Bentuk uang digital pengguna *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) yang bertumbuh signifikan, hal ini membuat QRIS menjadi salah satu metode pembayaran digital yang populer. Bank Indonesia telah mempublikasikan prosedur *Quick Respons Indonesia Standard* (QRIS). QRIS adalah kode dua dimensi yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia (BI) dan terstandarisasi sehingga bisa digunakan di seluruh aplikasi pembayaran berbasis QR code seperti OVO, GoPay, Dana, ShopeePay, dan m-banking. Sistem pembayaran QRIS pertama kali diluncurkan oleh Bank Indonesia (BI) pada 17 Agustus 2019. Peluncuran QRIS ini merupakan salah satu implementasi dari visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025 yang dirancang oleh BI pada Mei 2019. Hal ini sejalan dengan program pemerintah yakni Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) adalah Upaya Bank Indonesia untuk mewujudkan masyarakat yang tidak menggunakan uang tunai. Bank Indonesia menerbitkan Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia (BSPI) 2025 yang merupakan salah satu cara Bank Indonesia (BI) mendorong GNNT.

Masyarakat memilih layanan digital berdasarkan faktor-faktor yang

dipertimbangkan saat memilih sistem pembayaran digital. Karena kemudahan yang ditawarkan, layanan transaksi dengan metode *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) semakin populer. Menurut Jogiyanto (2019), persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan seseorang bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah dan tidak membutuhkan banyak usaha, tetapi harus mudah digunakan dan dioperasikan. Untuk melakukan pembayaran dengan QRIS, konsumen hanya perlu memindai *barcode* yang ditampilkan oleh pedagang atau penyedia layanan menggunakan handphonenya dan transaksi pun dapat dilakukan. Setiap kali masuk ke aplikasi, pengguna diminta untuk memasukkan PIN untuk memverifikasi bahwa tidak ada orang lain yang menyalahgunakan aplikasi tersebut. Salah satu hal yang diperhatikan oleh seseorang saat menggunakan sistem pembayaran digital adalah seberapa mudah digunakan. Persepsi tentang kemudahan penggunaan juga berperan dalam menentukan apakah teknologi tersebut diterima atau tidak oleh masyarakat.

Berdasarkan penelitian (Rismalia & Sugiyanto, 2022), menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Sedangkan penelitian (Rahmawati & Murtanto, 2023), menyatakan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan QRIS. Keberadaan QRIS memungkinkan konsumen untuk melakukan pembayaran kapanpun mereka membutuhkannya, memberikan fleksibilitas yang luar biasa. Jika QRIS dapat dirasakan manfaatnya oleh pengguna, maka pengguna akan terus menggunakan QRIS. Dalam menggunakan teknologi, faktor kepercayaan sangatlah penting. Menurut Rusminah et al.,(2024) kepercayaan merupakan



keyakinan yang memungkinkan individu untuk secara sukarela menjadi pelanggan penyedia layanan setelah mempertimbangkan karakteristik penyedia layanan tersebut. Kepercayaan ini menjadi tanggung jawab operator QRIS, yaitu dengan memberikan jaminan keamanan dan kerahasiaan transaksi, pengguna dapat memercayainya. Kepercayaan konsumen sangat penting ketika mereka memutuskan untuk melakukan transaksi keuangan karena mereka membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang aktivitas dan perubahan perilaku sehari-hari.

Persepsi manfaat adalah faktor kunci yang mempengaruhi kepercayaan pengguna dalam menggunakan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). Jika pengguna merasa bahwa QRIS memungkinkan transaksi yang lebih cepat dan efisien dibandingkan metode pembayaran lainnya, mereka akan lebih percaya dan cenderung menggunakannya. Manfaat ini membuat QRIS menjadi alat pembayaran yang serba guna. Menurut model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*, TAM), persepsi manfaat (*perceived usefulness*) adalah salah satu determinan utama yang mempengaruhi niat dan kepercayaan pengguna dalam mengadopsi teknologi baru (Ma'ula et al., 2024).

Persepsi bahwa QRIS membawa manfaat nyata dalam kehidupan sehari-hari pengguna akan meningkatkan kemungkinan mereka untuk mempercayai dan terus menggunakan QRIS. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan salah satu teori adaptasi dari TRA (*Theory of Reasoned Action*) yang sebelumnya telah diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980 dan diusulkan oleh Davis pada tahun 1989. Menurut Jogiyanto (2019) TAM atau model penerimaan teknologi merupakan salah satu teori tentang

penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi.

Keputusan penggunaan menurut Kotler & Armstrong (2016) merupakan bagaimana seseorang, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, dan menggunakan dan barang, jasa, ide atau pengalaman yang menjadi bagian perilaku konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan penggunaan adalah proses penggunaan yang mengacu pada hal yang konsisten, terutama yang berkaitan dengan kebutuhan sehari-hari. Keputusan ini dibuat dengan hati-hati dalam satu cara dan dapat dilakukan dengan cepat untuk memenuhi kebutuhan dan persyaratan konsumen melalui tahapan yang berbeda, seperti mengidentifikasi kebutuhan, mencari informasi, dan menilai opsi alternatif saat menggunakan (Wahyuni & Waloejo, 2020). Menurut (Kotler & Armstrong, 2018) faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan yaitu; 1) Faktor Budaya, budaya yang terdiri dari subbudaya dan kelas social; 2) Faktor Sosial, yang terdiri dari kelompok keluarga, peran dan status; 3) Faktor Pribadi, yang terdiri dari usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri; dan 4) Faktor Psikologis, yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan sikap.

METODE PENELITIAN

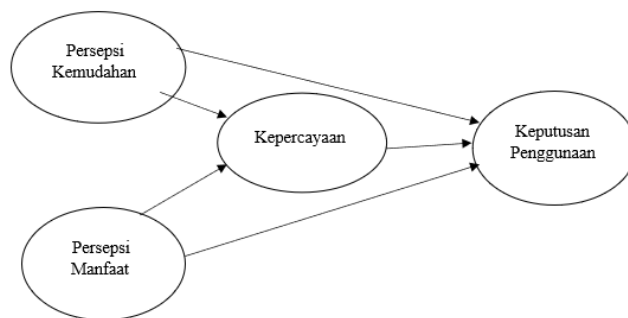
Subjek penelitian dapat dijelaskan sebagai responden atau pihak yang dijadikan sebagai sumber informasi tentang data yang dibutuhkan oleh peneliti untuk keberlangsungan proses dari penelitian yang sedang dilakukan, adapun subjek penelitian dalam penelitian ini adalah responden yang



merupakan konsumen pengguna QRIS. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer pada penelitian ini didapatkan dari hasil kuesioner online melalui *google form* dari para konsumen yang sudah merasakan manfaat penggunaan QRIS tersebut. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas yaitu Persepsi Kemudahan (X1) dan Persepsi Manfaat (X2), sedangkan variabel terikat yaitu Keputusan Penggunaan (Y) dan variabel mediasi (*intervening*) adalah Kepercayaan (M). Populasi adalah area yang terdiri dari objek dan subjek dengan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pengguna QRIS di Kota Bogor. Sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang diambil oleh peneliti untuk sumber data dan diharapkan dapat mewakili

seluruh populasi yang ada (Sugiyono, 2018). Metode pengambilan sampel adalah *Non-Probability Sampling* dengan *Teknik Purposive Sampling*. Karena populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan tidak dapat didata dengan pasti, maka diambil beberapa sampel untuk mewakili populasi tersebut. Maka penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Hair et al. (2017) yaitu dengan jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah jumlah indikator $15 \times 8 = 120$ orang. Namun agar penelitian ini menjadi lebih akurat dan valid, maka pada penelitian ini peneliti mengambil 125 responden yang menggunakan QRIS yang berdomisili di kota Bogor. Dalam mencari data dan mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini dilakukan dengan dua cara yaitu studi dokumentasi dan studi pustaka. Berikut adalah gambar model kerangka konseptual penelitian dibawah ini:



Gambar 2
Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan kerangka konseptual penelitian, maka dapat dijelaskan definisi operasional masing-masing variabel antara lain; Persepsi Kemudahan (X1), didefinisikan Persepsi kemudahan penggunaan merupakan ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas

digunakan dan tidak membutuhkan bayak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoprasikannya (Jugiyanto, 2019). Persepsi Manfaat (X2), menurut (Davis, 1989) dalam (Pratama & Suputra, 2019), Persepsi Manfaat (*Perceived usefulness*) sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana user

percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Keputusan Penggunaan (Y), menurut Kotler & Armstrong (2018) merupakan bagaimana seseorang, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, dan menggunakan dan barang, jasa, ide atau pengalaman yang menjadi bagian perilaku konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Kepercayaan (M), Menurut Kotler dan Keller, (2016) kepercayaan adalah kesediaan pihak Perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor interpersonal dan antarorganisasi, seperti kompetensi Perusahaan, integritas, kejujuran dan kebaikan. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu; melakukan pengujian instrumen yang digunakan untuk menguji alat-alat yang terdapat pada penelitian ini. Adapun uji alat yang digunakan adalah SEM-Smart PLS (*Partial Least Square*) atau dapat dikatakan sebagai model structural berbasis varians yang mampu menggambarkan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung dandiukur dengan indikator (variabel manifes). PLS juga dianggap sebagai metode analisis yang sangat efektif karena tidak memerlukan pengukuran data pada tingkat tertentu, sehingga memungkinkan penggunaan sampel yang lebih kecil (Ghozali & Latan, 2015). Teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) terdapat beberapa tahapan, yaitu; pertama, melakukan uji pengukuran model (*outer model*), dalam pengujian ini dilakukan pengujian uji validitas dan uji reliabilitas. Kedua, dilakukan pengujian terhadap model structural (*inner model*). Tujuan pengujian ini adalah mengidentifikasi hubungan antara konstrukstur, menghitung nilai *R-Square*

yang signifikan, dan menilai nilai SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap pertama dalam SmartPLS 4 adalah melakukan analisa model pengukuran (*outer model*). Analisis ini berfungsi untuk menguji validitas dan reliabilitas pada indikator dari setiap variable. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan menggunakan validitas diskriminan dengan melihat nilai *cross loading factor* dan nilai *average variance extracted* (AVE). Secara keseluruhan pengujian bahwa nilai *average variant extracted* (AVE) untuk variabel persepsi kemudahan sebesar 0.717 dimana nilai tersebut > 0.5, sehingga variabel tersebut dinyatakan valid. Variabel persepsi manfaat memiliki nilai *average variant extracted* (AVE) sebesar 0.701 dimana nilai tersebut > 0.5 dimana nilai tersebut dinyatakan valid. Variabel keputusan penggunaan sebesar 0.557 dimana nilai tersebut > 0.5 sehingga variabel tersebut dinyatakan valid. Variabel kepercayaan memiliki nilai *average variant extracted* (AVE) sebesar 0.666 dimana nilai tersebut > 0.5 yang berarti variabel tersebut dinyatakan valid. Oleh karena itu berdasarkan nilai AVE, bahwa seluruh variabel-variabel diatas dinyatakan valid dikarenakan memiliki nilai AVE > 0.5. Selanjutnya menguji nilai reliabilitas dengan menggunakan nilai *composite reliability*. Hasil menunjukkan bahwa, nilai pada *composite reliability* pada setiap variabel yaitu variabel persepsi kemudahan adalah sebesar 0.938, variabel persepsi manfaat sebesar 0.933 variabel keputusan penggunaan sebesar 0.883, dan variabel kepercayaan sebesar 0.923. Berdasarkan hasil nilai *composite reliability* dari masing-masing variabel diatas maka dapat dikatakan bahwa variabel-variabel tersebut dinyatakan



reliabel. Karena nilai pada *composite reliability* > 0.7 sehingga indikator pada penelitian ini dapat diuji lebih lanjut. Nilai *cronbach's alpha* yang sudah dilakukan pengujian sudah memenuhi syarat yang ditentukan dengan nilai dari *cronbach's alpha* pada setiap variabel melebihi 0.7, maka variabel tersebut sudah dapat dinyatakan reliabel.

Pengujian Struktural (*Inner Model*), Koefisien determinan (*R Square*) digunakan

Tabel 1. Nilai R Square

Variabel	R-square	Keterangan
Kepercayaan (Z)	0.566	Moderat
Keputusan _Penggunaan (Y)	0.753	Kuat

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 1, nilai *R square* menunjukkan bahwa besarnya variabel kepercayaan adalah sebesar 0,566 atau 56,6%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan dan persepsi manfaat mampu menjelaskan variabel kepercayaan sebesar 56,6% dan sisanya 43,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Nilai *R square* variabel keputusan penggunaan sebesar 0,753 atau 75,3%. Hal ini menjelaskan bahwa variabel persepsi kemudahan dan persepsi manfaat mampu menjelaskan variabel keputusan penggunaan sebesar 75,3% dan sisanya

untuk mengukur seberapa besar variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen. Kriteria nilai R^2 terdiri dari substansial/kuat, moderat, dan lemah dengan masing-masing nilainya adalah 0.75, 0.50, dan 0.25 (Hair *et al.*, 2017). Berdasarkan pengolahan data menggunakan SmartPLS diperoleh nilai output *R square* dalam penelitian ini disajikan pada tabel 1.

24,7% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang diluar penelitian ini.

Model keseluruhan dan model pengukuran keduanya divalidasi menggunakan *Goodness of Fit*. Dalam penelitian ini, akan mempertimbangkan nilai SRMR (*Standardizer Root of Fit*). Nilai nol pada SRMR menunjukkan kecocokan yang sempurna. Namun, nilai SRMR di antara 0.05 – 0.10 model fit tetap dapat diterima (Schermelleh-Engel *et al.*, 2003). Hasil uji kecocokan model pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Indeks Kecocokan Model (*Goodness of Fit – GoF*)

GoF	Nilai	Keterangan
SRMR	0.078	<i>Acceptable</i>

Sumber : Data diolah, 2024

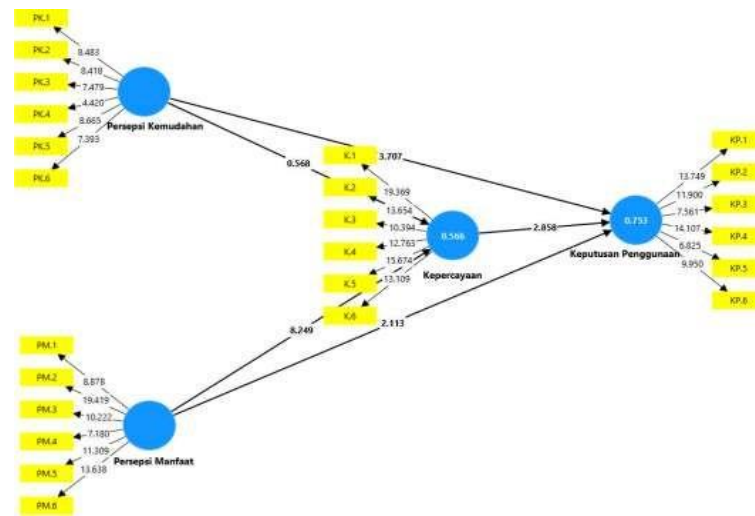
Berdasarkan tabel 2 diketahui nilai SRMR penelitian ini sebesar 0.078. Hal tersebut berarti data empiris dapat menjelaskan pengaruh antara variabel dalam model. Data empiris juga mampu menjelaskan model struktural dan model pengukuran dengan tingkat kecocokan yang

dapat diterima karena nilainya berada di antara 0.05 – 0.10.

Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SmartPLS 4.0 melalui prosedur *bootstrapping* dengan tujuan untuk melihat adanya pengaruh antar



variabel. Berikut model struktural dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3
Hasil Bootstrapping
 Sumber: Data diolah, 2024

Path coefficient digunakan untuk menguji kekuatan efek atau pengaruh hubungan langsung dan hubungan tidak langsung antar variabel yang dilakukan melalui prosedur *bootstrapping*. Nilai *path*

coefficient dinyatakan berpengaruh apabila menunjukkan nilai hasil dari *T-Statistic* > *T-Tabel* (1,96) atau nilai *P-Value* < 0,05. Hasil *path coefficient* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Path Coefficient dengan Metode PLS Pengaruh Langsung

Hubungan AntarVariabel	Original	T-statistics	P values	Keterangan
Persepsi Kemudahan -> Keputusan Penggunaan	0.391	3.707	0.000	Berpengaruh
Persepsi Kemudahan -> Kepercayaan	0.057	0.568	0.570	Tidak Berpengaruh
Persepsi Manfaat -> Kepercayaan	0.706	8.249	0.000	Berpengaruh
Persepsi Manfaat -> Keputusan Penggunaan	0.259	2.113	0.035	Berpengaruh
Kepercayaan -> Keputusan Penggunaan	0.312	2.858	0.004	Berpengaruh

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil *path coefficient* pada tabel 3, nilai pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan dengan nilai *T-Statistic* 3,707 > 1,96 pada tingkat signifikan alpha 0.05 dan *P-Value*

sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh secara langsung terhadap keputusan penggunaan. Pengguna QRIS menjadikan masyarakat kota Bogor

meningkatkan kemudahan penggunaan keputusan pengguna QRIS. Karena QRIS sederhana untuk dipahami, dipelajari, dan digunakan, transaksi pembayaran menjadi lebih mudah. Dengan memahami cara kerja QRIS dalam transaksi pembayaran, keputusan penggunaan QRIS menjadi lebih baik. Kemudahan dengan rata-rata jawaban sebesar 4.41 yang berarti sangat setuju. Nilai koefisien jalur sebesar 0.391 menunjukkan arah hubungan positif antara variabel persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan. Semakin mudah teknologi maka semakin yakin bahwa seseorang akan menggunakan teknologi tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rosana & Julia, 2023) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan. Dengan adanya kemudahan dalam penggunaan suatu teknologi membuat pengguna mengambil keputusan untuk menggunakan teknologi tersebut.

Nilai pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan dengan nilai T-Statistic 2,113 > 1,96 pada tingkat signifikan alpha 0,05 dengan P-Value sebesar 0,035 < 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara langsung terhadap keputusan penggunaan. Nilai koefisien jalur sebesar 0.259 menunjukkan arah hubungan positif antara variabel persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan. Dengan menggunakan QRIS, masyarakat kota Bogor mempertimbangkan manfaat dalam keputusan pengguna QRIS. Pembayaran dengan QRIS dianggap lebih efisien dan praktis, dan dapat dilakukan lebih cepat dan tanpa waktu yang lama. Akibatnya, konsumen lebih sering menggunakan QRIS daripada transaksi tunai. Persepsi Manfaat menerima skor rata-rata 4,40, yang

menunjukkan bahwa itu sangat setuju. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati & Murtanto, 2023) yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan. Seseorang akan menggunakan teknologi apabila teknologi tersebut dapat memberikan manfaat bagi dirinya. Jika pengguna merasakan manfaat yang baik, maka mampu memberikan kontribusi untuk meningkatkan keputusan penggunaan.

Nilai pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan dengan nilai T-Statistic 2,858 > 1,96 pada tingkat signifikan alpha 0,05 dengan P-Value sebesar 0,004 < 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa kepercayaan berpengaruh secara langsung terhadap keputusan penggunaan. Nilai koefisien jalur sebesar 0.312 menunjukkan arah hubungan positif antara variabel kepercayaan terhadap keputusan penggunaan. Jika pengguna percaya bahwa QRIS menyediakan lingkungan transaksi yang aman dan melindungi data pribadi mereka, mereka cenderung lebih bersedia menggunakan sistem tersebut. Rasa aman ini sangat penting dalam mendorong adopsi teknologi pembayaran digital. Jika pengguna percaya bahwa QRIS memiliki langkah-langkah yang efektif untuk mencegah penipuan atau kesalahan transaksi, mereka akan lebih nyaman menggunakan teknologi ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yudiantara & Widagda, 2022) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Semakin tinggi kepercayaan yang dirasakan maka semakin tinggi pula keputusan penggunaan sebuah teknologi atau aplikasi. Sebaliknya, semakin rendah kepercayaan yang dirasakan pengguna maka



semakin rendah keputusan penggunaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Rismalia & Sugiyanto, 2022) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

Nilai pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepercayaan dengan nilai T-Statistic $0,568 < 1,96$ pada tingkat signifikan $\alpha 0,05$ dengan P-Value sebesar $0,570 > 0,05$. Sehingga dapat diartikan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepercayaan. Mayoritas responden penelitian adalah generasi muda, dari usia 15 hingga 27 tahun, sehingga mereka lebih memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepercayaan mereka terhadap sistem QRIS karena pengguna yang terbiasa dengan teknologi kemungkinan sudah sangat mahir dalam menggunakan berbagai sistem dan aplikasi. Mayoritas responden penelitian adalah generasi muda, dari usia 15 hingga 27 tahun, sehingga mereka lebih memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepercayaan mereka terhadap sistem QRIS karena pengguna yang terbiasa dengan teknologi kemungkinan sudah sangat mahir dalam menggunakan berbagai sistem dan aplikasi. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Supriyatna & Zakaria, 2024) dan (Sawitri & Giantari, 2020) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh paling besar terhadap kepercayaan.

Nilai pengaruh persepsi manfaat terhadap kepercayaan dengan nilai T-

Statistic $8,249 > 1,96$ pada tingkat signifikan $\alpha 0,05$ dengan P-Value sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat diartikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara langsung terhadap kepercayaan. Nilai koefisien jalur sebesar 0.706 menunjukkan arah hubungan positif antara variabel persepsi manfaat terhadap kepercayaan. QRIS menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi di berbagai tempat tanpa harus membawa uang tunai atau kartu, sehingga lebih aman terhindar dari adanya uang palsu atau penipuan. Pengguna yang merasa QRIS terus berinovasi dan menawarkan fitur-fitur tambahan yang berguna, seperti integrasi dengan berbagai platform pembayaran atau program loyalitas, akan merasa lebih percaya karena manfaat dari fitur-fitur tambahan ini menambah nilai penggunaan QRIS. Mayoritas responden yang berusia muda cenderung mencari solusi yang efisien, nyaman, dan aman. Jika QRIS mampu memenuhi atau melebihi harapan mereka dalam hal manfaat yang diberikan, ini akan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap sistem tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Syabila & Khasanah, 2023), yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh terhadap kepercayaan. Artinya semakin dirasakan manfaatnya bagi pengguna teknologi tersebut maka semakin besar kepercayaan terhadap penggunaan teknologi tersebut. Berikut tabel 4 yang merupakan hasil perhitungan *path coefficient* pengaruh tidak langsung.



Tabel 4. Hasil Path Coefficient dengan Metode PLS Pengaruh Tidak Langsung

Hubungan Antar Variabel	Original sample	T statistics	P values	Keterangan
Persepsi Kemudahan -> Kepercayaan -> Keputusan Penggunaan	0.018	0.547	0.584	Tidak Berpengaruh
Persepsi Manfaat -> Kepercayaan -> Keputusan Penggunaan	0.220	2.723	0.006	Berpengaruh

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil *path coefficient* pada tabel 4, nilai pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan melalui kepercayaan dengan nilai *T-Statistic* $0,547 < 1,96$ pada Tingkat signifikan alpha $0,05$ dengan *P-Value* sebesar $0,584 > 0,05$. Sehingga dapat diartikan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan melalui kepercayaan. Pengguna yang sudah akrab dengan teknologi mungkin merasa cukup percaya diri dengan kemampuan mereka untuk menavigasi dan menggunakan QRIS, sehingga kemudahan penggunaan langsung mempengaruhi keputusan mereka tanpa perlu mempercayai perantara. Dalam generasi muda, yang terdiri dari individu berusia 15 hingga 27 tahun, tren dan pengaruh sosial sering memengaruhi keputusan mereka tentang penggunaan teknologi. Jika teman-teman atau lingkungan sosial mereka menggunakan QRIS dan menyebutkan bahwa sistemnya mudah digunakan, pengguna mungkin akan mengikuti tren tersebut tanpa terlalu memikirkan kepercayaan. Sehingga meskipun kepercayaan penting, kemudahan penggunaan memiliki dampak yang lebih langsung terhadap keputusan mereka untuk menggunakan QRIS. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Musyaffa (2024) dan Mulyati (2023) yang menyatakan bahwa Kepercayaan tidak memediasi pengaruh tidak langsung antara persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan QRIS.

Nilai pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan melalui kepercayaan dengan nilai *T-Statistic* $2,723 > 1,96$ pada Tingkat signifikan alpha $0,05$ dengan *P-Value* sebesar $0,006 < 0,05$. Sehingga dapat diartikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan melalui kepercayaan. Nilai koefisien jalur sebesar 0.220 menunjukkan arah hubungan positif antara variabel persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan melalui kepercayaan. Karena keunggulan nyata QRIS membuat pengguna percaya, mereka akhirnya memutuskan untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran nontunai di era tanpa tunai. Kepercayaan yang meningkat ini kemudian mendorong mereka untuk menggunakan QRIS secara lebih konsisten. Pengguna mungkin memahami manfaat QRIS, tetapi tanpa kepercayaan bahwa sistem tersebut aman dan bebas risiko, mereka mungkin ragu untuk menggunakannya. Kepercayaan memberikan rasa aman yang diperlukan untuk memanfaatkan manfaat QRIS. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yudiantara & Widagda, 2022), (Bukri, 2023) dan (Putri et al., 2024), menyatakan bahwa kepercayaan mampu memediasi penuh pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan.

Variabel dominan digunakan untuk menentukan variabel bebas mana yang paling besar pengaruhnya terhadap variabel



terikat dengan membandingkan beberapa variabel eksogen lainnya. Jika dilihat pada tabel 3 menunjukkan bahwa persepsi kemudahan adalah salah satu variabel yang paling dominan terhadap variabel terikat yaitu keputusan penggunaan memiliki nilai sebesar 3,707. Sedangkan, persepsi manfaat adalah salah satu variabel yang paling dominan terhadap variabel penghubung (*intervening*) dan memiliki nilai koefisiensi jalur tertinggi yaitu sebesar 8,249.

PENUTUP

Kesimpulan berikut dapat dibuat berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan di bab sebelumnya, yaitu; Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS. Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap kepercayaan. Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS. Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS melalui kepercayaan. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS melalui kepercayaan; dan Variabel yang berpengaruh paling kuat terhadap keputusan penggunaan QRIS adalah persepsi kemudahan. Oleh karena itu, dalam upaya meningkatkan keputusan penggunaan QRIS, variabel ini perlu mendapat perhatian khusus dari pengelola layanan QRIS. Saran yang dapat diberikan adalah sistem QRIS yang sederhana dan mudah digunakan tersedia untuk pengelola layanan QRIS. Pembayaran harus cepat dan mudah menggunakan QRIS dengan sebanyak mungkin *platform* pembayaran dan *e-commerce* yang populer. Ini akan meningkatkan kenyamanan pengguna

karena mereka dapat membayar di berbagai tempat tanpa harus berpindah *platform*, dan memberikan jaminan keamanan agar pengguna lebih percaya untuk menggunakan QRIS jika mereka yakin data mereka aman.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia, (2019). "Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025: Menavigasi Sistem Pembayaran Nasional di Era Digital". Jakarta: Bank Indonesia. (<https://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian/Documents/Blueprint-Sistem-Pembayaran-Indonesia-2025.pdf>)
- Bukri. (2023). Analisis Pengaruh E-Security dan Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan E-Money Berbasis QRIS yang Dimediasi Oleh Kepercayaan (Studi Pada Pengguna Milenial di kota Pontianak), Jurnal Mahasiswa Manajemen Vol 12, No 1 (2023)
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Ghozali, Imam & Hengky Latan. (2015). Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. BP Undip. Semarang
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) 2nd Edition*. Sage Publications
- Jogiyanto, H. M. (2019). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Erlangga.



- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* 15th, Global Edition. Pearson Education Limited.
- Musyaffa, H. A. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan "QRIS" Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Mirota Kapus Godean). Tesis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Mulyati, O, D. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, persepsi Kemudahan, dan Persepsi Resiko terhadap Minat Penggunaan Yang Dimediasi oleh Kepercayaan Layanan Transaksi Quick Response Code Indonesian Standard, (QRIS) Pada UMKM di Jawa. Tesis STIE YKPN Yogyakarta
- Ma'ula, E. R., Pebrianggara, A., & Yulianto, M. R. (2024). The Effectiveness Of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And Facilitating Conditions On Purchase Decision. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4023–4037. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Putri, P. A., Taufiqurrahman, & Noviasari, H. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Melalui Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Pada Mahasiswa Generasi Z di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 9(2), 296–316.
- Putri, P. A., Taufiqurrahman, & Noviasari, H. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Melalui Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Pada Mahasiswa Generasi Z di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 9(2), 296–316.
- Rahmawati, A. N., & Murtanto. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Uang Elektronik (Qris) Pada Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1247–1256. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16032>
- Rismalia, R., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Dana Di Universitas Esa Unggul. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 561–588. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.309>
- Rosana, Julia. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Ovo. *Skripsi Universita Medan Area Tahun 2023*. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/21425>
- Rusminah, H. S., Hilmianti, H., & Ilhamudin, M. (2024). Analisis Perceived Risk dan Trust Terhadap Keputusan Penggunaan Quick Response



- Indonesia Standar (QRIS). *JURNAL SOSIAL EKONOMI DAN HUMANIORA*, 10(4), 717-724.
- Sawitri, N. L. P. W., & Giantari, I. G. A. K. (2020). The Role of Trust Mediates the Effect of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Online Repurchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(1), 374–381. www.ajhssr.com
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating The Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures. *MPR-Online*, 8(May 2003), 23–74.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Supriyatna, W., & Zakaria. (2024). Pengaruh Persepsi Risiko , Persepsi Kemudahan , dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli di E-Commerce Tokopedia di Tangerang Selatan. *ARASTIRMA Universitas Pamulang*, 4(2), 495–508.
- Syabila, N. A., & Khasanah, I. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Berkelanjutan Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel. *Diponegoro Journal of Management*, 12, 1–15.
- Wahyuni, R. C., & Waloejo, H. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pt Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 349–356. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26438>
- Yudiantara, P. O., & Widagda, I. G. N. J. A. (2022). The Role of Trust in Mediating The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Decisions to Use The LinkAja Digital Wallet: Study on LinkAja Application Users in Denpasar City. *International Journal of Health Sciences*, 6(July), 6310–6327. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6ns4.11176>.

