



## ADOPTSI QRIS OLEH UMKM DENGAN MENGGUNAKAN THEORY OF INTERPERSONAL BEHAVIOR

Devi Nila Himaya<sup>1\*</sup>, Apriani Dorkas Rambu Atahau<sup>1</sup>  
Universitas Kristen Satya Wacana, Indonesia

\*Email corresponding author: [apriani.rambu@uksw.edu](mailto:apriani.rambu@uksw.edu)

Diterima 29/08/2022 Direvisi 14/09/2022 Diterbitkan 30/09/2022

### Abstract

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris mengenai minat pelaku UMKM dalam mengadopsi QRIS sebagai digital payment dengan pendekatan Theory of Interpersonal Behavior (TIB). Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarikan kepada 100 pelaku UMKM di Jawa Tengah dengan metode purposive sampling dengan rumus Slovin. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi partial (Partial Least Square/PLS). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa sikap dan respon emosional berpengaruh positif terhadap minat pelaku UMKM dalam penggunaan QRIS sebagai digital payment, minat berpengaruh positif terhadap perilaku pelaku UMKM dalam penggunaan QRIS sebagai digital payment, dan perilaku berulang di masa lalu berpengaruh positif terhadap pembentukan kebiasaan pelaku UMKM dalam penggunaan QRIS sebagai digital payment. Sedangkan hasil yang tidak sesuai dengan hipotesis adalah faktor sosial tidak berpengaruh positif terhadap minat pelaku UMKM dalam penggunaan QRIS sebagai digital payment, kebiasaan dan kondisi yang memfasilitasi sebagai pemoderasi tidak berpengaruh positif terhadap perilaku pelaku UMKM dalam penggunaan QRIS sebagai digital payment.

**Keywords:** Digital Payment; Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS); Theory of Interpersonal Behavior (TIB)

### Abstract

The purpose of this study was to obtain empirical evidence regarding the interest of MSME actors in adopting QRIS as a digital payment with the Theory of Interpersonal Behavior (TIB) approach. The data used in this study is primary data obtained through questionnaires distributed to 100 MSME actors in Central Java using a purposive sampling method with the Slovin formula. The data analysis technique used partial regression analysis (Partial Least Square/PLS). The results of this study prove that attitudes and emotional responses have a significant positive effect on the interest of MSME actors in using QRIS as digital payments, interest has a significant positive effect on the behavior of MSME actors in using QRIS as digital payments, and repeated behavior in the past has a significant effect on the formation of positive habits. SMEs in using QRIS as digital payments. While the results in accordance with the hypothesis are that social factors do not have a significant positive effect on the interest of MSME actors in using QRIS as a digital payment, the habits and conditions that facilitate it as moderating do not significantly affect the behavior of MSME actors in using QRIS as a digital payment.

**Keywords:** Digital Payment; Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS); Theory of Interpersonal Behavior (TIB)

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membawa perubahan pada perilaku manusia dalam melakukan kegiatannya. Munculnya teknologi baru di berbagai bidang, seperti di bidang ekonomi memberikan dampak yang besar pada semua kegiatan keuangan baik itu di sektor pemerintah maupun sektor swasta, terlihat dengan adanya inovasi baru pada sistem keuangan. Kemajuan teknologi dapat mengubah hampir semua bidang bisnis bertransformasi ke arah



teknologi digital, dengan anggapan bahwa dengan teknologi digital ini dapat membantu meningkatkan dan memperluas cakupan bidang usahanya terutama meningkatkan *marketplace* yang ada (Wardani, 2021).

*Fintech* merupakan salah satu inovasi dalam industri keuangan yang berkembang dengan pesat. Berdasarkan data dari *fintech.id* sebanyak 335 perusahaan, 8 anggota keuangan, dan 7 mitra teknologi telah terdaftar sebagai anggota Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) sampai dengan Januari 2022. Diperkirakan perusahaan yang mengadopsi *fintech* akan terus bertambah dari tahun ke tahun. Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, *fintech* menawarkan berbagai solusi yang akhirnya mulai menjadi *trend* di dunia.

Salah satu *trend* pembayaran di bidang *fintech* yaitu munculnya pembayaran secara non tunai atau *cashless* melalui *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS). Penggunaan QRIS sebagai inovasi baru dalam *digital payment* menjadi relevan pada masa Pandemi COVID-19 saat ini. Bank Indonesia mendorong masyarakat menggunakan transaksi secara non tunai atau *cashless* dengan menggunakan QRIS sebagai *digital payment*. Bank Indonesia mengharapkan perkembangan QRIS pada pedagang yang usahanya masih bertaraf UMKM. Alasan Bank Indonesia mengembangkan QRIS karena *QR Code* yang disediakan oleh pedagang dari berbagai Penyedia Jasa Sistem Pembayaran terlalu banyak.

Perilaku penggunaan transaksi non tunai pada masyarakat dipengaruhi oleh beberapa hal termasuk diantaranya adalah sikap, pengaruh sosial dan niat. Penelitian yang dilakukan oleh Lupita Rilianie, (2017) mendapati hasil bahwa pengujian minat, sikap dan norma berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku aktual masyarakat dalam menggunakan atau mengadopsi sistem informasi berbasis teknologi pada penggunaan kartu bank Permata Syariah di Kota Medan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo, (2021) mendapati jika pengaruh sosial memiliki hubungan positif terhadap intensi untuk mempergunakan layanan aplikasi *mobile banking* Muamalat. *Theory of Interpersonal Behavior* (TIB) mendefinisikan jika suatu minat perilaku yang ada dalam diri setiap individu dipengaruhi oleh perasaan yang dimiliki individu tersebut terhadap perilaku tertentu (Triandis, 1977). Sesaat setelah memikirkan sesuatu, manusia cenderung berpikir untuk melakukan apa yang mereka pikirkan sehingga muncul yang namanya ekspektasi dan perilaku yang mengarah pada kebiasaan individu.

Justifikasi penggunaan *Theory of Interpersonal Behavior* pada penelitian ini adalah karena adanya persepsi bahwa *Theory of Interpersonal Behavior* mampu mengungkapkan secara komprehensif mengenai komponen-komponen yang dapat mempengaruhi perilaku UMKM baik secara afektif maupun kognitif dengan merujuk pada fenomena penggunaan *digital payment* yang marak saat ini. *Theory of Interpersonal Behavior* dalam praktiknya menawarkan model yang lebih lengkap dimana adanya faktor kebiasaan dapat berpengaruh terhadap pembentukan perilaku daripada dua konsep sebelumnya yaitu *Theory of Reasoned Action* dan *Theory of Planned Behavior* (Kusakristie Bennardi, 2016). Penelitian ini memiliki lingkup yang lebih rinci dengan memilih penggunaan *Theory of Interpersonal Behavior* dalam transaksi digital QRIS jika dibandingkan dengan penelitian Citradika *et al.*, (2019) dan Kusakristie Bennardi, (2016) yang tidak berfokus pada penggunaan QRIS tetapi hanya berfokus pada transaksi non tunai secara umum dengan menggunakan model *Theory of Interpersonal Behavior*. Penelitian ini juga menjawab kesenjangan penelitian Mayanti, (2020) dan Pramuja *et al.*, (2021) yang sama-sama berfokus pada penggunaan QRIS namun tidak menggunakan model *Theory of Interpersonal Behavior* melainkan teori *Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2*, dan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai konsep penelitian.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris berkaitan dengan minat pelaku UMKM dalam mengadopsi QRIS sebagai standar *QR Code* Indonesia dengan pendekatan *Theory of Interpersonal Behavior* (TIB), dimana dalam penggunaan QRIS membentuk perilaku UMKM berdasarkan *intention* dan *habit* dengan *facilitating conditions* sebagai pemoderasi. Manfaat dari penelitian ini yaitu membuktikan bahwa selain kemudahan dan manfaat dalam mengadopsi QRIS terdapat faktor *habit* yang dapat mempengaruhi perilaku transaksi non tunai atau *cashless*. Hasil



penelitian ini dapat menjadi edukasi atas kebijakan penggunaan QRIS, dan memberi gambaran pemerintah tentang sejauh mana keberhasilan pengenalan, pemahaman, dan penguasaan UMKM terhadap adopsi QRIS sebagai *digital payment*.

## TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

### *Theory of Interpersonal Behavior*

Triandis, (1977) mengembangkan sebuah teori yang disebut dengan *Theory of Interpersonal Behavior* (TIB). TIB dibangun berdasarkan *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Tetapi dalam TRA dan TPB tidak memisahkan komponen afektif dan kognitif. Triandis, (1977) menjelaskan bahwa dalam TIB, perilaku (*behavior*) dibentuk dari minat (*intention*), kebiasaan (*habit*), dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*). Dalam ketiga komponen tersebut *facilitating conditions* sebagai moderasi yang dapat mempermudah terbentuknya sebuah perilaku. Minat (*intention*) mempresentasikan kendali alam sadar dalam memutuskan suatu perilaku, ditentukan oleh sikap (*attitude*), faktor sosial (*social factor*), dan respon emosional (*affect*). Sedangkan kebiasaan (*habit*) mempresentasikan kendali alam bawah sadar dalam memutuskan suatu perilaku dibentuk dari perilaku berulang di masa lalu (*frequency of past behavior*). TIB setidaknya menegaskan bahwasanya perilaku seseorang atau individu akan terbentuk manakala mereka mendapat intensitas yang berasal dari kebiasaan yang dipengaruhi oleh kondisi sekitar yang berhubungan dengan fasilitas sekitar mereka sebagai pemoderasi.

### **Pengaruh Sikap (*Attitude*) terhadap Minat (*Intention*)**

Sikap (*attitude*) adalah ekspresi perasaan seseorang yang merefleksikan suka atau tidak suka terhadap suatu objek (Annisawati & Ayuninda, 2019). Dalam hal ini sikap dapat diartikan sebagai perasaan positif atau negatif pelaku UMKM yang ditunjukkan oleh perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap penggunaan QRIS sebagai *digital payment*.

Penelitian yang dilakukan oleh Sinaga Erianto, (2019) menyatakan bahwa sikap berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *M-payment*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ferinaldy *et al.*, (2019) juga mendapati hal yang serupa sikap turut mempengaruhi intensi masyarakat untuk menggunakan uang elektronik. Berdasarkan yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan hipotesis berikut:

H1: Sikap (*attitude*) pelaku UMKM berpengaruh signifikan positif terhadap minat (*intention*) penggunaan QRIS sebagai *digital payment*

### **Pengaruh Faktor Sosial (*Social Factor*) terhadap Minat (*Intention*)**

Pengaruh faktor sosial (*social factor*) dapat mendorong seseorang atau suatu kelompok untuk mengubah sikap atau perilaku orang-orang pada lingkungan tersebut pada suatu hal tertentu atas dasar kepercayaan (Venkatesh *et al.*, 2012). Faktor sosial dapat membantu pelaku UMKM untuk mengambil sebuah keputusan berdasarkan pengaruh dari luar keinginan individu untuk menggiring niat dalam suatu pilihan tertentu menuju sesuatu yang diinginkan.

Suwardana Adnan Fauzi, (2019) mengemukakan bahwa faktor sosial yang terdiri dari saran atau pendapat dari teman dan keluarga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap intensitas penggunaan Go-Pay. Penelitian Fauziah & Ashfiasari, (2021) juga mendapati hasil yang seragam bahwa *social factor* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use Mobile Payment System* baik secara bersamaan maupun sebagian. Berdasarkan yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan hipotesis berikut:

H2: Faktor Sosial (*social factor*) pelaku UMKM berpengaruh signifikan positif terhadap minat (*intention*) penggunaan QRIS sebagai *digital payment*



### **Pengaruh Emosional (*Affect*) terhadap Minat (*Intention*)**

*Affect* merupakan respon emosional langsung terhadap pemikiran mengenai perilaku tertentu, dapat digambarkan sebagai perasaan seperti senang, sedih, bersemangat atau kecewa (Triandis, 1980). *Affect* ditambahkan dalam TIB yang dikembangkan dari TRA dan TPB, karena perasaan yang dirasakan seorang individu dapat diambil dari sebuah keputusan (Moody & Siponen, 2013). Berdasarkan pengertian tersebut, respon emosional dapat membantu pelaku UMKM untuk mengambil sebuah keputusan berdasarkan perasaan yang mereka rasakan untuk menggiring niat dalam mengadopsi QRIS sebagai *digital payment*.

Penelitian yang dilakukan oleh Novitasari & Fitriyani, (2016) membuktikan *affect* diartikan sebagai *perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*. Hasil penelitian Kardiono, (2016) juga mendapati hal yang serupa dimana *affect* yang diartikan sebagai *perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *internet banking*. Berdasarkan yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan hipotesis berikut:

H3: Faktor emosional (*affect*) pelaku UMKM berpengaruh signifikan positif terhadap minat (*intention*) penggunaan QRIS sebagai *digital payment*

### **Pengaruh Minat (*Intention*) terhadap Perilaku (*Behavior*)**

Minat didefinisikan sebagai ketertarikan pada sesuatu secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk mendapatkan sebuah kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi (Aulia & Suryanawa, 2019). Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya, sebaliknya jika seseorang tidak mempunyai keinginan atau minat maka orang tersebut tidak akan melakukan suatu perilaku tertentu (Fatimah Az Zahra, 2018).

Muntianah *et al.*, (2012) mengatakan bahwa minat berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku penggunaan teknologi informasi dengan menggunakan pendekatan TAM. Pelaku UMKM yang merasa bahwa penggunaan QRIS sebagai *digital payment* memiliki manfaat akan menimbulkan suatu minat untuk menggunakan QRIS sebagai *digital payment*, sehingga akan memutuskan dan menerapkan dalam perilakunya dalam penggunaan QRIS sebagai *digital payment*. Berdasarkan yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan hipotesis berikut:

H4: Minat (*intention*) pelaku UMKM berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku (*behavior*) penggunaan QRIS sebagai *digital payment*

### **Pengaruh Perilaku berulang di masa lalu (*Frequency of Past Behavior*) terhadap Kebiasaan (*Habit*)**

Dalam TRA dan TPB tidak memperhitungkan adanya variabel perilaku berulang di masa lalu (*frequency of past behavior*). *Frequency of Past Behavior* mengacu pada perilaku yang dilakukan berulang-ulang tanpa sadar membentuk kebiasaan individu (Bamberg & Schmidt, 2003). Sejalan dengan pernyataan tersebut Moody & Siponen, (2013) berpendapat bahwa perilaku yang berulang akan menjadi otomatis.

Penelitian yang dilakukan oleh Kusakristie Bennardi, (2016) mengenai perilaku transaksi non tunai, mendapati hasil bahwa perilaku berulang di masa lalu memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan kebiasaan. Kemudahan yang didapatkan oleh pelaku UMKM ketika menggunakan QRIS sebagai *digital payment* akan menimbulkan rasa nyaman yang kemudian timbul rasa untuk menggunakan kembali. Berdasarkan yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan hipotesis berikut:

H5: Perilaku berulang di masa lalu (*frequency of past behavior*) pelaku UMKM berpengaruh signifikan positif terhadap pembentukan kebiasaan (*habit*) penggunaan QRIS sebagai *digital payment*

### **Pengaruh Kebiasaan (*Habit*) terhadap Perilaku (*Behavior*)**

Triandis, (1980) menjelaskan bahwa habit merupakan perilaku otomatis pada situasi tertentu, habit dapat secara langsung membentuk perilaku tanpa proses pembangunan minat terlebih



dahulu. *Habit* lebih terkait dengan perilaku yang secara otomatis dibentuk oleh seseorang berdasarkan pada pengetahuan, pengalaman dan keterampilan dari waktu ke waktu (Venkatesh *et al.*, 2012).

Moody & Siponen, (2013) mendapati hasil bahwa kebiasaan berpengaruh pada seorang individu untuk menggunakan internet. Kusakristie Bennardi, (2016) juga mendapati hasil bahwa kebiasaan terbukti memiliki pengaruh terhadap pembentukan perilaku seseorang dalam bertransaksi non tunai. Beberapa pelaku UMKM telah mengadopsi QRIS dan menerapkannya sebagai *digital payment*, hal ini kemudian membentuk dugaan bahwa kebiasaan yang mereka lakukan untuk menyediakan pembayaran non tunai membentuk sebuah perilaku. Berdasarkan yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan hipotesis berikut:

H6: Kebiasaan (*habit*) pelaku UMKM berpengaruh signifikan positif terhadap pembentukan perilaku (*behavior*) penggunaan QRIS sebagai *digital payment*

### Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*) terhadap Perilaku (*Behavior*)

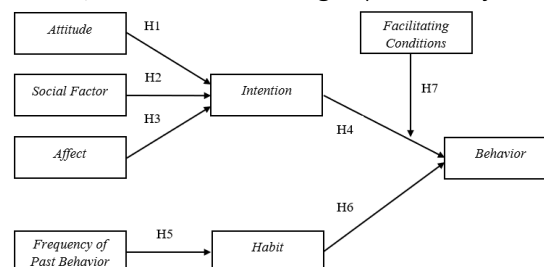
*Facilitating condition* merupakan faktor dalam lingkungan yang bisa mempersulit ataupun mempermudah sebuah perilaku yang dilakukan (Triandis, 1980). Karaiskos *et al.*, (2012) berpendapat bahwa *facilitating conditions* dalam TIB serupa dengan *perceived behavioural control* dalam *Theory of Planned Behavior*.

Penelitian yang dilakukan oleh Nugroho, Winarno dan Hartanto, (2017) menunjukkan bahwa *facilitating conditions* berpengaruh dalam pengambilan keputusan perilaku terhadap penggunaan *M-Payment*. Hasil penelitian Chaidir *et al.*, (2021) juga mendapati bahwa *facilitating conditions* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aktual *M-banking*. Adapun hasil penelitian Ferghyna *et al.*, (2020) mengungkapkan jika *facilitating conditions* merupakan variabel yang memoderasi pengaruh dari *intention* terhadap *behavior* dari pengguna aplikasi BNI *M-Banking*. Kondisi yang memfasilitasi, seperti kemudahan pelaku UMKM dalam mengakses akan mempengaruhi perilaku mereka dalam menggunakan QRIS sebagai *digital payment*. Berdasarkan yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan hipotesis berikut:

H7: Kondisi Fasilitas (*facilitating conditions*) pelaku UMKM sebagai variabel moderasi berpengaruh signifikan positif dalam hubungan minat (*intention*) terhadap perilaku (*behavior*) penggunaan QRIS sebagai *digital payment*

### Model Penelitian

Berdasarkan hipotesis diatas, maka model kerangka pikir ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir

### METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelaku UMKM yang ada di Jawa Tengah yang telah mengadopsi QRIS sebagai *digital payment*. Jumlah populasi pada penelitian ini yaitu 690.000 pelaku UMKM yang berada di Jawa Tengah yang telah mengadopsi QRIS sebagai *digital payment*. Batas toleransi kesalahan yang digunakan yaitu 0,1 (10%). Dalam penelitian ini ukuran sampel yang diambil menggunakan rumus Slovin:



$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{690.000}{1 + (690.000)(0,1)^2} = 99,98; 100 \text{ Sampel}$$

Berdasarkan hitungan diatas, jumlah sampel yang akan diteliti yaitu 100 pelaku UMKM yang ada di Jawa Tengah yang telah mengadopsi QRIS sebagai *digital payment*. Penelitian ini menggunakan sampel yang ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel yang didasarkan pada karakteristik tertentu sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih sampel pada penelitian ini adalah pelaku UMKM yang bersedia menjadi responden dan telah mengadopsi QRIS sebagai *digital payment*.

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer. Sumber data yang diperoleh dari penelitian ini yaitu pelaku UMKM yang berada di Jawa Tengah yang telah mengadopsi QRIS sebagai *digital payment*. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner secara langsung dan secara online melalui *Google Form*. Pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan skala interval, dimana tingkat preferensi responden menggunakan skala Likert lima poin yaitu: 1) Sangat tidak setuju; 2) Tidak setuju; 3) Netral; 4) Setuju; dan 5) Sangat setuju.

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi partial (*Partial Least Square/PLS*). Sebelum diuji menggunakan *Partial Least Square (PLS)*, maka dilakukan dua tahap pengujian yaitu *inner model* dan *outer model* untuk memeriksa kualitas model pengukuran. *Inner model* untuk menilai pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya dengan melihat nilai R2 (*R-Square*). Sedangkan *outer model* untuk menguji validitas dan reliabilitas. Setelah pengujian *inner model* dan *outer model*, maka dilakukan uji *goodness-fit model*. Kemudian dilakukan uji kausalitas model dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut data yang diperoleh dalam penelitian ini:

**Tabel 1. Deskripsi Karakteristik Responden**

Karakteristik	Jumlah Responden	Persentase (%)
A. Jenis Kelamin		
Laki-Laki	46	46,0
Perempuan	54	54,0
Jumlah	100	100,0
B. Usia (Tahun)		
≤ 20	-	-
19 – 25	46	46,0
26 – 35	49	49,0
36 – 45	3	3,0
≥ 46	2	2,0
Jumlah	100	100,0
C. Jenis Usaha yang Dijalankan		
Kuliner	90	90,0
Fashion	6	6,0
Produk	4	4,0
Jumlah	100	100,0
D. Domisili Usaha		



Karakteristik	Jumlah Responden	Persentase (%)
Semarang	5	5,0
Tembalang	10	10,0
Ungaran	53	53,0
Karangjati	6	6,0
Ambarawa	2	2,0
Salatiga	12	12,0
Boyolali	6	6,0
Solo	3	3,0
Wonosobo	1	1,0
Pemalang	1	1,0
Yogyakarta	1	1,0
Jumlah	100	100,0
<b>E. Penghasilan Per Bulan</b>		
< 5 Juta	42	42,0
5 – 10 Juta	41	41,0
> 10 Juta	17	17,0
Jumlah	100	100,0

Sumber: Data Primer, 2022

Pada tabel 1 dapat diketahui bahwa dari 100 orang sampel UMKM yang berada di Jawa Tengah jumlah responden berdasarkan jenis kelamin sebagian besar adalah perempuan. Berdasarkan usia yang paling banyak yaitu usia 26 – 35 tahun sebanyak 49,0%, dengan jenis usaha yang dijalankan paling banyak yaitu jenis usaha kuliner (rumah makan, *coffee shop*, *street food*, dan lain-lain) sebanyak 90,0%. Domisili usaha pelaku UMKM yang paling banyak yaitu di Kota Ungaran sebesar 53,0% dan penghasilan per bulan yang diterima oleh para pelaku UMKM sebagian besar adalah < 5 Juta sebanyak 42,0%, kemudian 5 – 10 Juta sebanyak 41,0%, dan > 10 Juta sebanyak 17,0%.

#### Uji Validitas

Pada Tabel 2 menunjukkan bahwa semua instrumen indikator dari masing-masing variabel telah memenuhi syarat *convergency validity*, yaitu pada setiap instrumen indikator  $\geq 0.6$  dan nilai AVE untuk setiap variabel  $\geq 0.5$ .

**Tabel 2. Convergency Validity**

No	Indikator		Outer Loadings	AVE
<b>Sikap (<i>attitude</i>)</b>				
1	Dengan menggunakan QRIS dapat mempercepat proses jual beli	AT1	<b>0.805</b>	
2	Dengan menggunakan QRIS dapat meningkatkan penjualan	AT2	<b>0.814</b>	<b>0.635</b>
3	Dengan menggunakan QRIS dapat meningkatkan kemampuan pengelolaan pembiayaan	AT3	<b>0.771</b>	
<b>Faktor sosial (<i>social factor</i>)</b>				
1	Bank Indonesia mendorong penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital	SF1	<b>0.844</b>	
2	Penggunaan QRIS disarankan oleh kerabat atau keluarga	SF2	<b>0.911</b>	<b>0.786</b>
3	Penggunaan QRIS disarankan oleh rekan kerja atau atasan tempat saya bekerja	SF3	<b>0.903</b>	
<b>Emosional (<i>affect</i>)</b>				
1	Dengan menggunakan QRIS menciptakan rasa senang	AF1	<b>0.830</b>	<b>0.682</b>



No	Indikator		Outer Loadings	AVE
2	Dengan menggunakan QRIS menciptakan rasa praktis	AF2	<b>0.830</b>	
3	Dengan menggunakan QRIS tidak menciptakan rasa khawatir	AF3	<b>0.839</b>	
4	Dengan menggunakan QRIS menciptakan rasa nyaman dan tenang karena tidak perlu menyiapkan uang kembalian	AF4	<b>0.804</b>	
<b>Minat (<i>intention</i>)</b>				
1	Saya tertarik menggunakan QRIS karena mudah dalam menggunakannya	IN1	<b>0.759</b>	
2	Saya berminat menggunakan QRIS karena mengikuti <i>trend</i> pembayaran digital	IN2	<b>0.855</b>	<b>0.687</b>
3	Saya akan selalu berusaha menyediakan QRIS sebagai metode pembayaran digital	IN3	<b>0.868</b>	
<b>Perilaku berulang di masa lalu (<i>frequency past of behavior</i>)</b>				
1	Saya sering menyediakan QRIS untuk metode pembayaran digital	FPB1	<b>0.854</b>	
2	Saya sering menawarkan pembayaran melalui QRIS kepada pembeli	FPB2	<b>0.953</b>	<b>0.818</b>
<b>Kebiasaan (<i>habit</i>)</b>				
1	Saya selalu menyediakan QRIS di tempat kasir untuk pembayaran non tunai	HA1	<b>0.934</b>	
2	Saya selalu mengutamakan transaksi pembayaran melalui QRIS daripada QR Code Gopay, ShopeePay, dan LinkAja	HA2	<b>0.919</b>	<b>0.859</b>
<b>Perilaku (<i>behavior</i>)</b>				
1	Dengan menggunakan QRIS membuat saya merasa aman karena dapat menghindari pengedaran uang palsu	BE1	<b>0.788</b>	
2	Dengan menggunakan QRIS transaksi menjadi lebih cepat dan efisien	BE2	<b>0.840</b>	<b>0.635</b>
3	Dengan menggunakan QRIS membuat pembayaran lebih mudah	BE3	<b>0.807</b>	
<b>Kondisi fasilitas (<i>facilitating conditions</i>)</b>				
1	Syarat untuk mengadopsi QRIS relatif mudah	FC1	<b>0.774</b>	
2	Fitur yang terdapat pada QRIS mudah untuk dipahami	FC2	<b>0.865</b>	
3	Dalam menggunakan QRIS tidak ada kendala apapun	FC3	<b>0.770</b>	<b>0.632</b>
4	Jaringan sistem untuk melakukan transaksi menggunakan QRIS tidak banyak mengalami gangguan	FC4	<b>0.767</b>	

Sumber: Data Primer, 2022

Pada tabel 3 membuktikan *discriminant validity* dari model penelitian ini sudah baik, karena nilai kuadrat AVE pada setiap konstruk lebih besar dari korelasi antar konstruk dalam model.

**Tabel 3. Discriminant Validity**

	AF	AT	BE	FC	FC*IN	FPB	HA	IN	SF
<i>Affect</i>	<b>0.826</b>								
<i>Attitude</i>	0.585	<b>0.797</b>							
<i>Behavior</i>	0.659	0.546	<b>0.812</b>						
<i>Facilitating Conditions</i>	0.544	0.521	0.590	<b>0.795</b>					
<i>Facilitating Conditions*Intention</i>	0.071	0.230	0.225	0.290	<b>1.000</b>				





	<i>AF</i>	<i>AT</i>	<i>BE</i>	<i>FC</i>	<i>FC*IN</i>	<i>FPB</i>	<i>HA</i>	<i>IN</i>	<i>SF</i>
<i>Frequency of Past Behavior)</i>	0.365	0.241	0.411	0.417	0.059	<b>0.905</b>			
<i>Habit</i>	0.290	0.163	0.336	0.384	0.056	0.674	<b>0.927</b>		
<i>Intention</i>	0.652	0.549	0.753	0.566	0.168	0.469	0.353	<b>0.829</b>	
<i>Social Factor</i>	0.366	0.295	0.296	0.325	0.047	0.254	0.305	0.313	<b>0.886</b>

Sumber: Data Primer, 2022

### Uji Reliabilitas

Pada tabel 4 membuktikan semua variabel sudah memenuhi syarat reliabilitas, nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* > 0.6.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach Alpha</i>
<i>Affect</i>	0.896	0.845
<i>Attitude</i>	0.839	0.713
<i>Behavior</i>	0.853	0.742
<i>Facilitating Conditions</i>	0.873	0.806
<i>Facilitating Conditions*Intention</i>	1.000	1.000
<i>Frequency of Past Behavior)</i>	0.900	0.792
<i>Habit</i>	0.924	0.836
<i>Intention</i>	0.868	0.770
<i>Social Factor</i>	0.917	0.863

Sumber: Data Primer, 2022

### Evaluasi Inner Model

Pada tabel 5 menunjukan hasil nilai R2 (*R-Square*) variabel perilaku (*behavior*) penggunaan QRIS sebagai *digital payment* sebesar 0.610, variabel kebiasaan (*habit*) penggunaan QRIS sebagai *digital payment* sebesar 0.455, variabel minat (*intention*) penggunaan QRIS sebagai *digital payment* sebesar 0.471.

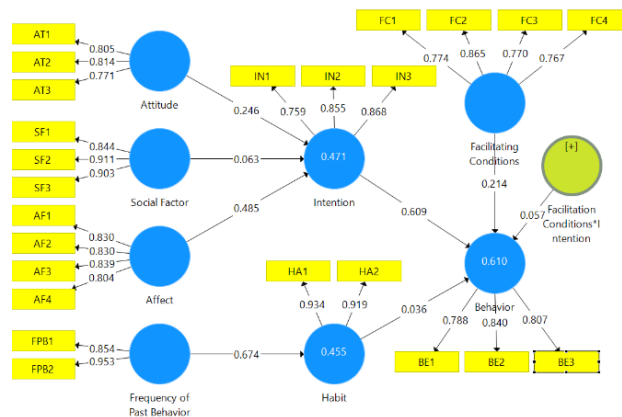
Tabel 5. Uji R2 (*R-Square*)

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>Adjusted R-Square</i>
<i>Behavior</i>	0.610	0.594
<i>Habit</i>	0.455	0.449
<i>Intention</i>	0.471	0.455

Sumber: Data Primer, 2022

### Pengujian Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis dapat dilakukan melalui dua tahap, yaitu dengan menghitung langsung pengaruh dari variabel laten independen terhadap variabel laten dependen. Berikut ini hasil *bootstrapping* SmartPLS:



Gambar 2. Hasil Inner Model

Pengujian selanjutnya yaitu dengan melihat signifikansi pengaruh antar konstruk pada *path coefficients*. Berikut ini hasil dari pengolahan data:

Tabel 6. Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistics ( O/STDEV C )	P-Values	Hasil
Attitude -> Intention	0.246	0.248	0.090	2.748	0.006	Diterima
Social Factor -> Intention	0.063	0.067	0.065	0.957	0.339	Ditolak
Affect -> Intention	0.485	0.491	0.092	5.296	0.000	Diterima
Intention -> Behavior	0.609	0.612	0.077	7.873	0.000	Diterima
Frequency of Past Behavior -> Habit	0.674	0.681	0.059	11.383	0.000	Diterima
Habit -> Behavior	0.036	0.019	0.072	0.499	0.618	Ditolak
Facilitation Conditions*Intention -> Behavior	0.057	0.070	0.098	0.580	0.562	Ditolak

Sumber: Data Primer, 2022

**Pembahasan**

**Sikap (Attitude) terhadap Minat (Intention)**

Sikap berpengaruh signifikan positif terhadap minat pelaku UMKM dalam penggunaan QRIS sebagai *digital payment*, hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki sikap positif terhadap penggunaan QRIS sebagai *digital payment*, sehingga berminat dalam menggunakan QRIS sebagai *digital payment*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Rahmatika & Fajar, (2019) dan Riska & Zaki, (2016) bahwa sikap berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Pelaku UMKM sebelum menggunakan QRIS sebagai *digital payment* akan mencari informasi seputar QRIS. Semakin banyak informasi yang diterima oleh pelaku UMKM, maka dapat menimbulkan sikap yang baik. Semakin tinggi sikap baik yang ditunjukkan oleh pelaku UMKM, maka akan semakin memperbesar minatnya untuk menggunakan QRIS sebagai *digital payment*.

**Faktor Sosial (Social Factor) terhadap Minat (Intention)**

Faktor sosial tidak berpengaruh signifikan positif terhadap minat pelaku UMKM dalam penggunaan QRIS sebagai *digital payment*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lestari, (2020) yang menunjukkan faktor sosial tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi BRIS *Online*. Faktor sosial tidak memberikan pengaruh secara signifikan karena sebagian besar para pelaku UMKM dalam



menggunakan QRIS sebagai *digital payment* tidak didukung oleh pengaruh orang lain, melainkan dengan kebutuhan pelaku UMKM itu sendiri.

#### **Affect terhadap Minat (*Intention*)**

*Affect* berpengaruh signifikan positif terhadap minat pelaku UMKM dalam penggunaan QRIS sebagai *digital payment*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Karaiskos *et al.*, (2012) dimana *affect* diartikan sebagai *perceived enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap minat dan *affect* menjadi input dalam pembentukan minat seseorang. Penelitian Monica & Japarianto, (2022) mendapati hasil *affect* yang diartikan sebagai *perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap minat pada penggunaan *digital payment*. Pelaku UMKM merasa bahwa dalam penggunaan QRIS sebagai *digital payment* dapat menciptakan rasa senang dan rasa praktis karena tidak perlu menyiapkan uang kembalian dan juga tidak merasa khawatir mengenai pengedaran uang palsu.

#### **Minat (*Intention*) terhadap Perilaku (*Behavior*)**

Minat berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku pelaku UMKM dalam penggunaan QRIS sebagai *digital payment*. Penelitian yang dilakukan oleh Rohman, (2020) juga mendapati hasil kebiasaan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku penggunaan OVO. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin pelaku UMKM sering menggunakan QRIS sebagai *digital payment*, maka mereka akan menggunakannya secara terus menerus secara otomatis. Dalam hal ini pelaku UMKM sudah memiliki minat dan merespon adanya QRIS sebagai *digital payment*, semakin tinggi minat individu terlibat dalam suatu perilaku, maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk melakukan perilaku tersebut.

#### **Perilaku Berulang di Masa Lalu (*Frequency of Past Behavior*) terhadap Kebiasaan (*Habit*)**

*Frequency of past behavior* berpengaruh signifikan positif terhadap pembentukan kebiasaan (*habit*) pelaku UMKM dalam penggunaan QRIS sebagai *digital payment*. Hal ini didukung oleh penelitian Bamberg & Schmidt, (2003) menjelaskan bahwa perilaku yang dilakukan berulang-ulang tanpa sadar membentuk kebiasaan individu. Moody & Siponen, (2013) berpendapat bahwa perilaku yang berulang akan menjadi otomatis. *Frequency of past behavior* yang dialami para pelaku UMKM dalam penelitian ini antara lain yakni perilaku menggunakan *digital payment* dalam beberapa kegiatan di luar penjualan yang mereka lakukan. Perilaku berulang setidaknya memberikan efek positif bagi para pelaku UMKM yang sadar akan adanya gebrakan *digital payment* yang diusung Bank Indonesia. Adanya perilaku berulang tersebut dapat menimbulkan kepercayaan QRIS sebagai alat pembayaran yang sah dan aman di mata penjual.

#### **Kebiasaan (*Habit*) terhadap Perilaku (*Behavior*)**

Kebiasaan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku pelaku UMKM dalam penggunaan QRIS sebagai *digital payment*. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Citradika *et al.*, (2019) membuktikan bahwa kebiasaan tidak berpengaruh terhadap perilaku dalam transaksi non tunai. Kebiasaan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku dimungkinkan karena kebiasaan yang dilakukan merupakan hasil dari tuntutan rekan kerja yang hanya menyediakan QRIS sebagai *digital payment*, sehingga kebiasaan tersebut hanya untuk kelangsungan usaha. Kebanyakan dari pelaku UMKM masih memilih bertransaksi secara manual dan kemungkinan enggan bertransformasi menggunakan *digital payment*.

#### **Kondisi yang memfasilitasi (*Facilitating Conditions*) sebagai pemoderasi terhadap Perilaku (*Behavior*)**

Kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) sebagai pemoderasi tidak berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku (*behavior*) pelaku UMKM dalam penggunaan QRIS sebagai *digital payment*. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Feranika & Prasasti, (2022) dan Amalia, (2014) bahwa kondisi yang memfasilitasi pengguna sistem informasi memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa dengan kondisi yang sudah memfasilitasi dengan adanya kecanggihan teknologi dalam bidang *financial* terdapat pelaku UMKM yang lebih memilih menggunakan pembayaran secara manual. Meskipun fasilitas telah tersedia seperti adanya jaringan internet yang mendukung dan



*smartphone* yang digunakan para pelaku UMKM namun para pelaku UMKM sudah terbiasa menggunakan transaksi tunai yang dianggap memberi manfaat secara langsung.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa sikap (*attitude*) dan respon emosional (*affect*) berpengaruh signifikan positif terhadap minat (*intention*) pelaku UMKM dalam penggunaan QRIS sebagai *digital payment*, minat (*intention*) berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku (*behavior*) pelaku UMKM dalam penggunaan QRIS sebagai *digital payment*, dan perilaku berulang di masa lalu (*frequency of past behavior*) berpengaruh signifikan positif terhadap pembentukan kebiasaan (*habit*) pelaku UMKM dalam penggunaan QRIS sebagai *digital payment*. Sedangkan hasil yang tidak sesuai dengan hipotesis adalah faktor sosial (*social factor*) tidak berpengaruh signifikan positif terhadap minat (*intention*) pelaku UMKM dalam penggunaan QRIS sebagai *digital payment*, kebiasaan (*habit*) dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) sebagai pemoderasi tidak berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku (*behavior*) pelaku UMKM dalam penggunaan QRIS sebagai *digital payment*.

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pemerintah sebagai regulator melalui Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) perlu menyusun regulasi untuk melindungi konsumen atau pelaku UMKM saat memakai *digital payment*, sehingga akan memberikan rasa aman bagi konsumen atau pelaku UMKM saat bertransaksi. Bank Indonesia sebagai peluncur QRIS diharapkan untuk gencar menyosialisasikan QRIS kepada masyarakat maupun pelaku UMKM agar lebih dikenal dan lebih diminati. Hasil penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur *fintech*, yang dijadikan sebagai referensi dan memotivasi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan dengan mempertimbangkan keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini juga sejalan dengan manfaat yang ingin didapatkan dari penelitian yakni membuktikan bahwa selain kemudahan dan manfaat dalam mengadopsi QRIS terdapat faktor *habit* yang dapat mempengaruhi perilaku transaksi non tunai atau *cashless*. Implikasi dari penelitian kali ini bermanfaat sebagai bahan edukasi atas kebijakan penggunaan QRIS, dan memberi gambaran pemerintah tentang sejauh mana keberhasilan pengenalan, pemahaman, dan penguasaan UMKM terhadap adopsi QRIS sebagai standar *QR Code* Indonesia sebagai *digital payment*.

Keterbatasan dalam penelitian ini belum membuktikan apakah hasil yang sama dapat dihasilkan ketika populasi pelaku UMKM tersebar di luar Jawa Tengah. Oleh karena itu diperlukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan responden yang lebih variatif dalam segi geografis. Pada penelitian ini hanya melihat dari sudut pandang pelaku UMKM atau *merchant*, oleh karena itu penelitian selanjutnya dapat melihat juga dari sudut pandang konsumen. Selain itu, pada penelitian kali ini belum melihat pengaruh literasi keuangan dalam bentuk minat secara langsung yang mungkin terjadi. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan mempertimbangan variabel literasi keuangan yang dapat mempengaruhi minat. Penelitian ini tidak menggunakan kuesioner dengan pertanyaan terbuka mengenai persepsi, oleh karena itu untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan kuesioner yang dapat menyertakan pertanyaan terbuka guna memastikan konsistensi jawaban dari responden.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, S. K. (2014). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (Studi Pada Universitas Swasta Kota Bandung Yang Menggunakan Sia)* [Universitas Pendidikan Indonesia]. <http://repository.upi.edu/12356/>
- Annisawati, A. A., & Ayuninda, A. Q. (2019). Pengaruh Sikap Dan Persepsi Konsumen Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Kai Access Di Pt Kereta Api Indonesia Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Accpetence Model (TAM). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*,



- 9(September), 43–51.
- Aulia, N., & Suryanawa, I. K. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Pada Minat Penggunaan Quick Response Code dalam Transaksi Keuangan. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(3), 1749. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v28.i03.p08>
- Bamberg, S., & Schmidt, P. (2003). Incentives, Morality, Or Habit? Predicting Students' Car Use for University Routes With the Models of Ajzen, Schwartz, and Triandis. *Environment and Behavior*, 35(2), 264–285. <https://doi.org/10.1177/0013916502250134>
- Chaidir, T., Ro'is, I., & Akhmad Jufri. (2021). Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Pada Bank Konvensional dan Bank Syariah di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(1), 61–76. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i1.37>
- Citradika, D. P., Atahau, A. D. R., & Satrio, D. (2019). The use of non-cash transactions among Batik SMES: An empirical review from Indonesia. *International Journal of Business and Society*, 20(1), 397–416.
- Fatimah Az Zahra. (2018). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Perceived Risk terhadap Intention to Shop Online. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5197>
- Fauziah, S. A., & Ashfiasari, S. (2021). Pengaruh Social Influence dan Self-efficacy Terhadap Intention to Use Mobile Payment System Pada Pengguna E-wallet. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis ...*, 1(4), 307–317. <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/39>
- Feranika, A., & Prasasti, L. (2022). Pengaruh Ekspektasi Kinerja , Kondisi Yang Memfasilitasi Pengguna Dan Minat Pemanfaatan Sistem Informasi Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi ( UMKM Di Kabupaten Muaro Jambi Yang Menggunakan SIA ) secara otomatis . Otomatisasi atau sistem inform. *SINTAMA : Jurnal Sistem Informasi , Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1). <https://adaindonesia.or.id/journal/index.php/sintamai/article/view/251>
- Ferghyna, Rachmadi, A., & Dwi Herlambang, A. (2020). Pengaruh Facilitating Conditions dan Behavioral Intention terhadap Use Behavior pada Pengguna Aplikasi BNI Mobile Banking. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 4(9), 3201–3208. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Ferinaldy, F., Muslikh, M., & Huda, N. (2019). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kendali Perilaku Dan Religiusitas Terhadap Intensi Menggunakan Uang Elektronik. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 11(2), 211–222. <https://doi.org/10.35313/ekspansi.v11i2.1531>
- fintech.id. (2022). *Anggota Yang Terdaftar Dalam Anggota AFTECH*. Fintech.Id. <https://fintech.id/id>
- Karaiskos, D. C., Drossos, D. A., Tsiaousis, A. S., Giaglis, G. M., & Fouskas, K. G. (2012). Affective and social determinants of mobile data services adoption. *Behaviour & Information Technology*, 31(3), 209–219. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2011.563792>
- Kardiono, B. S. P. (2016). Analisis Perilaku Pengguna Layanan internet Banking dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model dan Perceived Enjoyment di Surabaya. *Petra Business and Management Review*, 2. <https://publication.petra.ac.id/index.php/breview/article/view/9197>
- Kusakristie Bennardi. (2016). *Perilaku Transaksi Non Tunai : Pengujian Theory Of Interpersonal Behaviour*. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Lestari, L. D. (2020). Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha Dan Faktor Sosial Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Bris Online. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Lupita Rilianie. (2017). *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Minat Terhadap Perilaku Aktual penggunaan Sistem Informasi Berbasis Teknologipada Bank Permata Syariah Di Kota*



Medan. Universitas Sumatera Utara.

- Mayanti, R. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan User Terhadap Penerapan Quick Response Indonesia Standard Sebagai Teknologi Pembayaran Pada Dompot Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 123–135. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i2.2413>
- Monica, F., & Japarianto, E. (2022). Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Melalui Perceived Enjoyment Terhadap Behavior Intention Pada Digital Payment. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 9–15. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.9-15>
- Moody, G. ., & Siponen, M. (2013). *Using The Theory of Interpersonal Behaviour to Explain Non-Work-Related Personal Use of The Internet at Work*. Information & Management.
- Muntianah, T. S., Astuti, E. S., & F, A. D. (2012). Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Profit Universitas Brawijaya Malang*, 6(1), 88–113. <https://profit.ub.ac.id/index.php/profit/article/view/141>
- Novitasari, I., & Fitriasaki, R. (2016). Pengaruh Kecocokan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan e-money. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijawa*, 3. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/2250>
- Nugroho Priyatmoko, Winarno Wing Wahyu, H. R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Mobile Payment Dengan Pendekatan The Unified Theory of Acceptance and Use of Tehnology 2 (UTAUT2). *CITEE*. <http://citee.ft.ugm.ac.id/2017/download51.php?f=38-Priyatmoko+Nugroho++Faktor-Faktor+Yang+Mempengaruhi.pdf>
- Pramuja, R. A., Wibowo, A. P., & Suhermanto, D. F. (2021). The Driving Factors of Public's Interest in The Use of QRIS to Achieve Cashless Society. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 11(2), 181. <https://doi.org/10.12928/optimum.v11i2.4656>
- Prasetyo, A. D. (2021). *Dampak Pengaruh Sosial , Kegunaan dan Intensi Menggunakan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Muamalat di Jawa Timur Dengan Moderasi Religiusitas*.
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 274–284. <https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26557>
- Riska, N., & Zaki, B. (2016). Determinan Sikap Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Keperilakuan Individu Menggunakan E-Money. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/4659>
- Rohman, A. F. K. (2020). Analisis Minat Dan Perilaku Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Pada Layanan Aplikasi OVO Di Kabupaten Jember Menggunakan Metode UTAUT 2. *Skripsi Unmber*. [http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/98241/Ahmad\\_Feril\\_Kholifur\\_Rohman\\_-\\_152410101123%28marked%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/98241/Ahmad_Feril_Kholifur_Rohman_-_152410101123%28marked%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sinaga Erianto. (2019). *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Persepsi Kredibilitas, Sikap, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment Linkaja Di Kota Semarang* [Universitas Diponegoro Semarang]. <http://eprints.undip.ac.id/76417/>
- Suwardana Adnan Fauzi. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan GOPAY (MOBILE PAYMENT) Pada Pelanggan GOJEK*. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/viewFile/6317/5532>
- Triandis Harry Charalambos. (1977). *Interpersonal Behaviour*. Monterey: Brooks/Cole.
- Triandis Harry Charalambos. (1980). *Values, Attitudes, and Interpersonal Behavior*. Nebraska Symposium on Motivation.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. ., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2002388](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2002388)
- Wardani, D. (2021). Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Pemerintah). *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 2(1), 15–32. [138](https://ejournal-</a></p></div><div data-bbox=)



# PERFORMANCE

Jurnal Personalia, Financial, Operasional,  
Marketing dan Sistem Informasi

Performance. Volume 29 Nomor 2 Tahun 2022, 125-139

[ibik57.ac.id/index.php/junsibi/article/view/253](http://ibik57.ac.id/index.php/junsibi/article/view/253)