

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA STIE YKPN DALAM MENGGUNAKAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIA STANDARD (QRIS)

Prima Rosita Arini Setyaningsih^{1*}
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN

Anastasia Imelda Putri²
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN

e-mail: prima@stieykpn.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, and trust on interest in using QRIS. This study was conducted on students at STIE YKPN Yogyakarta. The method used in this study is quantitative, with data collection by distributing questionnaires with 130 respondents, and the sampling technique using purposive sampling. Data analysis using multiple regression previously tested for data quality, namely validity and reliability tests. The results of this study indicate that perceived usefulness and trust positively affect interest in using QRIS. While perceived ease of use does not affect interest in using QRIS.

Keywords: technology acceptance model (tam), quick response indonesian standard, perceived usefulness, perceived ease of use, trust, interest in using.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekspektasi kinerja, kebiasaan, motivasi hedonis, dan Biaya Transaksi terhadap minat penggunaan Quick Response Indonesian Standard (QRIS) yang bersifat kuantitatif. Penelitian ini menggunakan responden penduduk Kabupaten Mimika, dengan kriteria memiliki aplikasi m-banking dan pernah menggunakan QRIS dalam melakukan pembayaran. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, kebiasaan, motivasi hedonis dan biaya transaksi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS pada masyarakat di Kabupaten Mimika. Berdasarkan hasil penelitian ini kami harapkan bagi masyarakat Kabupaten Mimika untuk dapat meningkatkan penggunaan transaksi non tunai seperti penggunaan QRIS sebagai salah satu alat pembayaran.

Kata kunci: ekspektasi kinerja, kebiasaan, motivasi hedonis, biaya transaksi, minat penggunaan, quick response indonesian standard.

JEL: G40

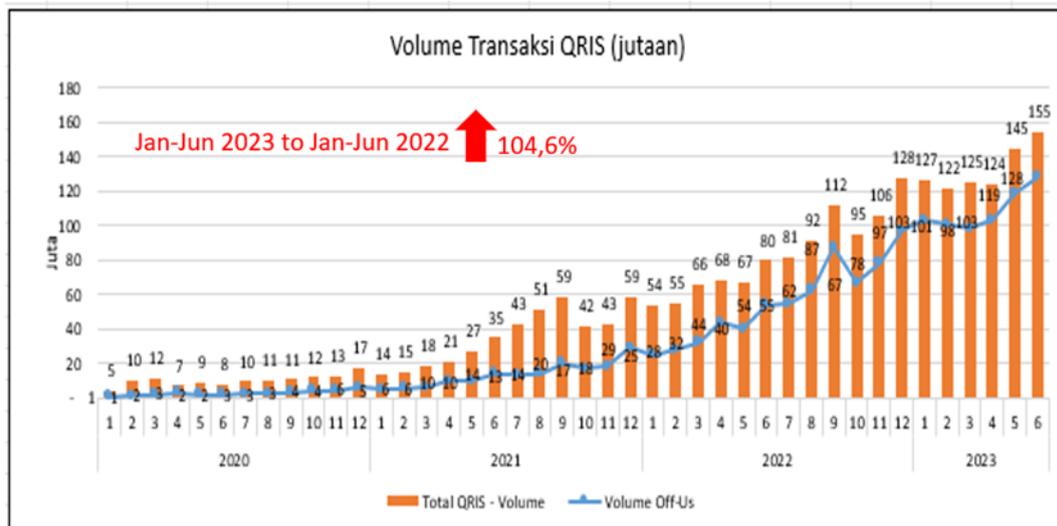
Diterima	: 25 Juni 2024
Ditinjau	: 26 Juni 2024
Dipublikasikan	: 31 Juli 2024

1. PENDAHULUAN

Segala sesuatu yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk membayar barang atau jasa yang dibeli disebut uang. Uang telah berubah secara signifikan selama bertahun-tahun seiring dengan kemajuan perdagangan, metode pembayaran, dan teknologi informasi. Mulai dari giro dan berbagai jenis mata uang hingga pengenalan uang elektronik yang memanfaatkan kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi telah mengakibatkan pergeseran dalam kebutuhan masyarakat terhadap metode pembayaran yang lebih cepat dan dapat disesuaikan, seperti penggunaan alat pembayaran elektronik.

Kemajuan dalam sistem pembayaran non tunai atau uang elektronik telah didorong oleh pertumbuhan pesat dalam teknologi sistem pembayaran. Baik penyedia layanan pembayaran non tunai maupun pengguna terus berinovasi untuk membuat sistem ini lebih mudah digunakan. Perkembangan teknologi ini telah mengubah pola hidup konsumen, khususnya dalam hal pola konsumsi dan gaya hidup (Swasta et al., 2008).

Pengguna uang elektronik di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Besarnya jumlah penduduk dan peningkatan literasi keuangan inklusif masyarakat menjadi pendorong utama bagi perkembangan transaksi uang elektronik di negara ini. Fenomena ini menunjukkan bahwa masyarakat sangat tertarik untuk menggunakan uang elektronik. Akibatnya, pengguna uang elektronik Indonesia meningkat pesat. Uang digital elektronik dapat berfungsi sebagai pengganti uang tunai dalam pembayaran, meskipun belum menjadi alat transaksi utama. Terkait hal ini, Bank Indonesia merilis QR Code nasional yang dikenal sebagai Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) untuk mempermudah transaksi keuangan digital elektronik. Penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran untuk uang elektronik yang telah diresmikan ini mencerminkan dukungan nyata dari pemerintah terhadap transformasi sistem pembayaran di Indonesia pada era digital saat ini.



Gambar 1 Volume Transaksi QRIS di Indonesia

Menurut data dari Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) yang terlihat pada Gambar 1, transaksi QRIS mengalami tren kenaikan yang sangat signifikan sampai dengan akhir Juni 2023. Secara total, volume transaksi QRIS dari bulan Januari sampai Juni 2023 mencatat pertumbuhan sebesar 104,6% dibanding dengan periode Januari sampai Juni 2022. Total volume transaksi QRIS sampai dengan akhir Juni 2023 mencapai 797 juta transaksi. Hal

ini menunjukkan bahwa adopsi QRIS yang terus meningkat sebagai metode pembayaran yang dipilih oleh masyarakat.

Sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu alat pembayaran, pengguna mempunyai beberapa faktor mempengaruhi terhadap minat penggunaan. Salah satunya adalah persepsi. Pemahaman atau penilaian seseorang dapat memicu perubahan dalam perilaku dan sikap mereka. Terkait penggunaan teknologi informasi, Davis (1989) menjelaskan bahwa dalam Teori Technology Acceptance Model (TAM), perilaku dapat dijelaskan melalui suatu model yang menggambarkan persepsi terhadap sistem teknologi informasi berdasarkan faktor *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Dengan kata lain, penggunaan suatu sistem informasi akan cenderung dilakukan jika sistem tersebut dianggap berguna dan mudah digunakan. Sebaliknya, jika suatu sistem informasi dianggap tidak berguna, maka kemungkinan besar sistem tersebut tidak akan digunakan oleh orang tersebut (Jogiyanto, 2007).

Menurut Davis (1989) *Perceived usefulness* (kemanfaatan) merujuk pada sejauh mana seorang pengguna teknologi percaya bahwa teknologi tersebut dapat memberikan manfaat. *Perceived ease of use* (kemudahan) penggunaan teknologi menunjukkan seberapa mudah teknologi tersebut untuk digunakan. Sebagai hasil dari penelitian yang dilakukan Ningsih et al. (2021), persepsi manfaat dan kemudahan QRIS berpengaruh positif pada keputusan untuk menggunakannya. Manfaat yang diberikan dapat memengaruhi keberhasilan alat pembayaran dalam menarik minat masyarakat.

Selain itu, penggunaan QRIS juga dipengaruhi oleh kepercayaan pengguna terhadap suatu produk. Kepercayaan diartikan sebagai sikap bersedia bergantung pada orang lain untuk melakukan suatu tindakan (Kotler & Keller, 2016). Kepercayaan sangat penting untuk menentukan apakah konsumen akan minat untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran utama. Konsumen harus yakin bahwa QRIS aman dan dapat diandalkan, dan penyedia layanan harus meyakinkan konsumen bahwa QRIS akan memberikan manfaat dan kenyamanan dalam transaksi, serta melindungi privasi konsumen. Dengan demikian, semakin besar kepercayaan seseorang terhadap QRIS, semakin besar kemungkinan mereka akan menggunakannya sebagai alat pembayaran digital. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan untuk memperkuat kepercayaan konsumen terhadap alat pembayaran digital yaitu QRIS.

2. TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Teori Technology Acceptance Model (TAM)

Davis (1989) mengembangkan teori TAM, yang menjelaskan bagaimana orang menggunakan teknologi komputer. Teori ini diadaptasi dari Teori psikologi sosial yang dikenal sebagai Theory of Reason Action (TRA) yang berfokus pada bagaimana niat memengaruhi perilaku seseorang. Dua konstruk utama mempengaruhi niat, yaitu intensitas individu terhadap perilaku dan norma sosial atau keyakinan tentang persetujuan atau penolakan perilaku tersebut oleh individu atau kelompok tertentu. Walaupun TRA mencakup perilaku manusia secara menyeluruh, TAM difokuskan pada penelitian faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi komputer. TAM mampu menguraikan perilaku pengguna dalam berbagai situasi kontekstual di dalam ranah teknologi komputasi dan di kalangan pengguna akhir (Rauniar et al., 2013).

Teori Technology Acceptance Model (TAM) sangat cocok untuk penelitian ini karena teori TAM berfokus pada pemahaman dan analisis perilaku pengguna terkait penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. TAM mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi minat pengguna dalam menerima dan menggunakan teknologi baru. Dalam konteks penelitian tentang QRIS, elemen-elemen penting meliputi persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan yang dirasakan dari teknologi tersebut.

Minat konsumen dan pedagang dalam menggunakan QRIS akan cenderung tinggi jika mereka merasa bahwa QRIS mudah digunakan dan memberikan manfaat yang signifikan. Lebih lanjut, TAM juga memasukkan faktor kepercayaan yang erat kaitannya dengan minat pengguna. Kepercayaan konsumen dan pedagang dalam hal keamanan, keandalan, dan perlindungan privasi QRIS sangat penting. Dengan demikian, TAM memberikan kerangka teoritis yang kuat untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat pengguna dalam mengadopsi QRIS serta menjelaskan peran utama dari persepsi dan kepercayaan dalam proses penerimaan teknologi ini.

2.2 Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat sangat penting bagi konsumen ketika mereka memiliki untuk menggunakan atau membeli barang atau jasa tertentu. Persepsi sendiri merupakan suatu proses di mana informasi yang diterima dipilih, diorganisir, dan diinterpretasi oleh individu untuk membentuk gambaran dunia yang memiliki makna (Kotler & Keller, 2016). Definisi persepsi manfaat mencakup pandangan bahwa penggunaan suatu teknologi dianggap memberikan keuntungan bagi penggunanya (Jogiyanto, 2007). Persepsi manfaat ini mencerminkan tingkat kepercayaan individu terhadap kemampuan teknologi tertentu untuk memfasilitasi dan mempercepat pekerjaan mereka, dengan harapan dapat meningkatkan kinerja dan prestasi kerja mereka.

2.3 Persepsi Kemudahan

Pertimbangan masyarakat dalam menggunakan layanan QRIS mencakup penilaian terhadap Persepsi Kemudahan dalam penggunaan. Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang berlebihan disebut kemudahan penggunaan (Davis, 1989). Nasri dan Charfeddine (2012) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mencakup keyakinan individu bahwa penggunaan sistem baru dapat dilakukan dengan mudah dan dipahami. Apabila seseorang merasa bahwa penggunaan suatu sistem terbilang mudah, kemungkinan besar dia akan mengadopsinya.

2.4 Kepercayaan

Hal utama yang menjadi pertimbangan oleh masyarakat saat akan menggunakan layanan QRIS adalah kepercayaan terhadap pihak yang menerbitkan QRIS tersebut. Apabila kepercayaan terhadap sistem atau penyedia layanan tertentu dimiliki oleh konsumen, aplikasi tersebut cenderung digunakan secara berkelanjutan untuk melakukan pembelian produk. Pengetahuan dapat meningkatkan kepercayaan pada sumber informasi (Hoque & Alam, 2018). Oleh karena itu, kesempatan untuk menggunakan pengetahuan konsumen dalam membangun kepercayaan terbuka dengan mengidentifikasi perilaku konsumen, dengan harapan dapat meningkatkan minat penggunaan (*intension to use*).

2.5 Minat Menggunakan

Minat Menggunakan merupakan salah satu aspek perilaku konsumen dalam

menggunakan suatu produk. Baik itu berupa barang atau jasa, produk dianggap telah digunakan oleh konsumen ketika mereka membuat keputusan untuk menggunakannya. Hal ini karena setelah digunakan, nilai yang terkandung dalam produk tersebut dapat mengalami penurunan.

Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa minat menggunakan dapat dipahami sebagai tindakan konsumen di mana mereka menunjukkan keinginan untuk menggunakan suatu produk. Ini melibatkan pengalaman dalam memilih, menggunakan, dan mengonsumsi produk, bahkan menciptakan keinginan untuk memperoleh produk tersebut. Dengan merinci penjelasan tersebut, minat menggunakan dapat diinterpretasikan sebagai suatu proses di mana konsumen mengumpulkan informasi, kemudian membeli, dan menggunakan produk sesuai dengan kebutuhan mereka.

2.6 Quick Response Indonesian Standard (QRIS)

QRIS, yang mengangkat tema UNGGUL (Universal, GampanG, Untung, dan Langsung), dirancang oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) pada Januari 2020 sebagai bagian dari visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025. QRIS adalah standar kode QR yang digunakan untuk pembayaran digital melalui layanan perbankan seluler, dompet elektronik, atau uang elektronik berbasis server. Peluncuran QRIS merupakan salah satu langkah dari implementasi dari SPI melalui Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG) No.21/18/2019 tentang Implementasi Standar Internasional QRIS untuk Pembayaran. Hal ini dilakukan untuk mendukung integritas lebih lanjut dari instrument sistem pembayaran untuk memenuhi kebutuhan setiap negara. Tujuannya adalah untuk mempermudah interkoneksi antar penyelenggara, instrument, bahkan antarnegara.

Pembentukan Hipotesis

Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan QRIS

Hipotesis ini didasarkan pada pemikiran bahwa ketika seseorang memahami dan merasakan manfaat dalam penggunaan QRIS, kemungkinan besar mereka akan lebih tertarik untuk menggunakannya. Pemahaman dan keyakinan akan manfaatnya dapat menjadi pendorong kuat untuk mendorong mahasiswa dan staf akademik menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran.

H1: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan QRIS

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan QRIS

Hipotesis ini didasarkan pada pemikiran bahwa semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar kemungkinan individu akan tertarik untuk mengadopsinya. Dalam konteks ini, persepsi kemudahan penggunaan QRIS dianggap sebagai faktor yang dapat memberikan pengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk menggunakannya. Jika mereka merasa bahwa penggunaan QRIS adalah proses yang mudah, kemungkinan besar minat mereka untuk menggunakan teknologi ini akan meningkat.

H2: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan QRIS

Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan QRIS

Hipotesis ini terbentuk dengan dasar keyakinan bahwa individu percaya terhadap suatu teknologi dapat memengaruhi minat mereka untuk menggunakannya. Dalam situasi ini, kepercayaan terhadap keamanan, kerahasiaan data, dan efektivitas pihak penerbit QRIS dianggap sebagai faktor yang memiliki potensi untuk memberikan dampak positif pada minat

mahasiswa dan staf akademik untuk menggunakan QRIS. Jika mereka memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap teknologi ini, maka kemungkinan besar mereka akan lebih termotivasi untuk menggunakannya dalam transaksi pembayaran mereka.

H3: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan QRIS

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk melihat dampak pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan kepercayaan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan QRIS. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Peneliti menggunakan metode purposive sampling, yang melibatkan pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan khusus. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIE YKPN Yogyakarta yang pernah menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari angket atau kuesioner yang disebarakan kepada responden yang menggunakan QRIS melalui Google Form. Kuesioner tersebut berisi beberapa pernyataan tentang persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan dengan bertujuan untuk mengukur masing-masing variabel dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan Skala Likert yang mengukur pendapat seseorang. Skala Likert tersebut terdiri dari:

- a. Sangat tidak setuju (STS) diberi bobot 1,
- b. Tidak setuju (TS) diberi bobot 2,
- c. Netral (N) diberi bobot 3,
- d. Setuju (S) diberi bobot 4,
- e. Sangat Setuju diberi bobot 5.

3.1 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Menggunakan (MM). Minat menggunakan merujuk pada penilaian pribadi pengguna terkait dengan potensi penggunaan produk di waktu yang akan datang (Cheng, 2014). Terdapat tiga kriteria dalam mengukur minat menggunakan, sebagaimana dijelaskan oleh (Cheng, 2014), yaitu:

1. Minat untuk menggunakan produk di masa depan,
2. Minat untuk menggunakan produk secara rutin di masa depan,
3. Minat untuk tetap menggunakan produk di masa mendatang.

3.2 Variabel Independen

3.2.1. Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat (perceived usefulness) dinyatakan sebagai tingkat keyakinan seseorang terhadap kemampuan sistem untuk memberikan keuntungan, serta keyakinan bahwa pemanfaatan sistem tersebut akan meningkatkan kinerjanya Davis (1989). Terdapat 6 indikator persepsi manfaat (Davis, 1989), yaitu:

1. Menyelaraskan proses pembayaran,
2. Menyederhanakan transaksi pembayaran,
3. Menambahkan keuntungan ekstra saat menyelesaikan pembayaran,
4. Meningkatkan perasaan keamanan saat bertransaksi pembayaran,
5. Meningkatkan efisiensi dalam menjalankan transaksi pembayaran,

6. Memberikan manfaat.

3.2.2. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) dapat dijelaskan sebagai tingkat keyakinan seseorang terhadap sejauh mana penggunaan suatu sistem akan terhindar dari kesulitan atau upaya yang besar (Davis, 1989). Menurut Davis (1989), enam indikator yang digunakan untuk mengevaluasi variabel persepsi kemudahan penggunaan yaitu:

1. Mudah dipelajari,
2. Dapat dikontrol,
3. Fleksibel,
4. Mudah digunakan,
5. Jelas dan dapat dipahami,
6. Mudah untuk menjadi terampil atau mahir.

3.2.3. Kepercayaan

Dalam KBBI, kepercayaan diartikan sebagai keyakinan atau pandangan bahwa suatu hal yang diyakini adalah benar atau nyata. Kepercayaan memegang peranan penting dalam menentukan minat untuk menggunakan QRIS. Ada beberapa indikator untuk dapat mengetahui kepercayaan pengguna untuk menggunakan QRIS berdasarkan (Kotler & Keller, 2016), yaitu:

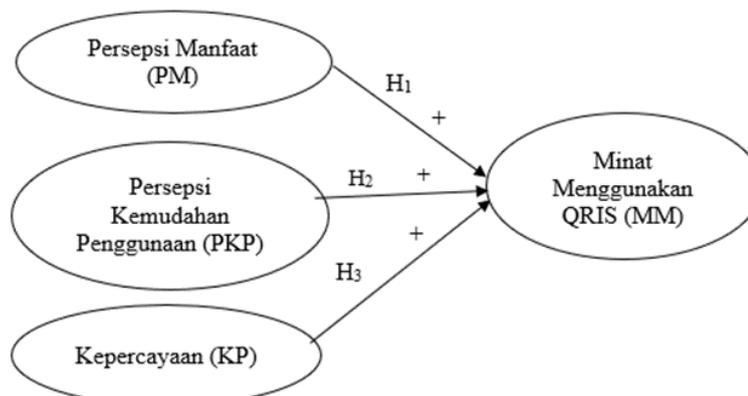
1. Benevolence (kebaikan),
2. Ability (kemampuan),
3. Integrity (integritas),
4. Willingness to depend.

3.3 Metode Analisis

Ada beberapa analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, antara lain uji deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Uji deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran umum data penelitian, sedangkan uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa data sudah memenuhi kriteria BLUE (Best Linear Unbiased Estimators) sebelum nantinya data tersebut akan diolah lebih lanjut untuk uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan dengan analisis regresi berganda. Alat statistik yang digunakan adalah SPSS.

3.4 Model Penelitian

Model penelitian berguna untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai arah dan hubungan antar variabel penelitian. Berikut model penelitian yang dibuat penulis:



Gambar 2 Model Penelitian

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan QRIS. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data primer yang berupa kuesioner melalui google form yang disebarakan kepada mahasiswa dan staf akademik STIE YKPN Yogyakarta. Jumlah responden yang terkumpul berjumlah 130 responden dengan rincian sebagai berikut

Tabel 1 Ringkasan Hasil Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Persentase
Total Responden	143	100%
Responden yang tidak menggunakan QRIS	13	9,1%
Kuesioner yang dapat diolah	130	90,9%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

4.1 Uji Kualitas Data

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa topik yang diselidiki secara akurat diwakili oleh kuesioner. Ketika nilai r tabel melebihi nilai r hitung, item dianggap valid. Seperti yang terlihat pada tabel 2, semua variabel beserta indikatornya memiliki nilai r hitung yang melebihi r tabel pada penelitian ini sebesar 0,1438. Sehingga, dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan pada instrument dianggap valid

Tabel 2 Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Persepsi Manfaat	PM1	0,726	0,1438	Valid
	PM2	0,790	0,1438	Valid
	PM3	0,691	0,1438	Valid
	PM4	0,559	0,1438	Valid
	PM5	0,708	0,1438	Valid
	PM6	0,726	0,1438	Valid
	PM7	0,742	0,1438	Valid
	PM8	0,739	0,1438	Valid
Persepsi Kemudahan Penggunaan	PKP1	0,833	0,1438	Valid
	PKP2	0,862	0,1438	Valid
	PKP3	0,871	0,1438	Valid
	PKP4	0,688	0,1438	Valid

	PKP5	0,854	0,1438	Valid
	PKP6	0,872	0,1438	Valid
	PKP7	0,855	0,1438	Valid
	PKP8	0,837	0,1438	Valid
Kepercayaan	KP1	0,698	0,1438	Valid
	KP2	0,717	0,1438	Valid
	KP3	0,684	0,1438	Valid
	KP4	0,843	0,1438	Valid
	KP5	0,838	0,1438	Valid
	KP6	0,780	0,1438	Valid
	KP7	0,744	0,1438	Valid
	KP8	0,786	0,1438	Valid
Minat Menggunakan	MM1	0,789	0,1438	Valid
	MM2	0,802	0,1438	Valid
	MM3	0,809	0,1438	Valid
	MM4	0,781	0,1438	Valid
	MM5	0,709	0,1438	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Selain uji validitas, juga dilakukan uji reliabilitas. Semua kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dianggap dapat dipercaya dan efektif sebagai alat pengumpulan data, seperti yang ditunjukkan oleh hasil uji reliabilitas terhadap kuesioner, yang dapat dilihat dari nilai Cronbach Alpha nya yang lebih besar dari 0,6.

Tabel 3 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,856	Reliabel
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,938	Reliabel
Kepercayaan	0,896	Reliabel
Minat Menggunakan	0,827	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

4.2 Uji Hipotesis

Regresi linear berganda berfungsi untuk mengetahui hasil satu variabel dependen yang dipengaruhi oleh dua atau lebih variabel independen (Algifari, 2016). Sebelum dilakukan uji hipotesis juga telah dilakukan uji asumsi klasik yang memiliki hasil bahwa semua variabel memenuhi syarat untuk diuji menggunakan regresi berganda atau bebas dari masalah uji asumsi klasik. Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda penelitian ini:

Tabel 4 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Model	B	t	Sig
Konstanta	0,285	0,837	0,404
Persepsi Manfaat (PM)	0,545	4,737	0,000
Persepsi Kemudahan Penggunaan (PKP)	0,062	0,550	0,583
Kepercayaan (KP)	0,285	3,280	0,001

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Dari hasil pengujian data, didapatkan persamaan regresi berikut:

$$MM = 0,285 + 0,545PM + 0,062PKP + 0,285KP + e$$

Interpretasi hasil uji t adalah berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan, variabel persepsi manfaat mempunyai nilai signifikansi 0,000, lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$, dan didapatkan nilai t-hitung 4,737, lebih besar dari nilai t-tabel pada pengujian ini yaitu sebesar 1,656. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara variabel persepsi manfaat (PM) dan minat menggunakan QRIS. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat memiliki dampak positif dan signifikan pada minat menggunakan QRIS. Sehingga dapat dikatakan H1 didukung.

Dari hasil pengujian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,583, yang lebih besar dari nilai $\alpha = 0,05$. Selain itu, nilai t-hitung sebesar 0,550, yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai t-tabel untuk pengujian ini, yaitu sebesar 1,656. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan (PKP) dan minat menggunakan QRIS. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan QRIS yang menunjukkan H2 tidak didukung.

Dari hasil uji yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001, yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai $\alpha = 0,05$, dan t-hitung sebesar 3,280, yang lebih besar daripada nilai t-tabel untuk pengujian ini yaitu sebesar 1,656. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepercayaan (KP) dan minat menggunakan QRIS. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H3 didukung yaitu kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS.

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan QRIS

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Manfaat QRIS berpengaruh terhadap variabel minat menggunakan QRIS pada mahasiswa STIE YKPN Yogyakarta. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa akan menggunakan QRIS jika dirasakan bahwa hal tersebut akan meningkatkan produktivitasnya atau memudahkannya dalam bertransaksi.

Mahasiswa juga merasa menggunakan QRIS akan menghemat waktu mereka dalam bertransaksi. Temuan penelitian ini mendukung prinsip Model Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model/TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ningsih et al (2021) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap variabel keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS. Penelitian Pratama dan Suputra (2019) juga menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi terhadap manfaat, semakin tinggi minat menggunakan QRIS. Para responden meyakini bahwa penggunaan QRIS dalam kehidupan sehari-hari dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi kinerja, serta memberikan kontribusi yang signifikan dalam transaksi pembayaran.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan QRIS

Berdasarkan hasil penelitian variabel persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan QRIS pada mahasiswa. Kemudahan yang diberikan oleh QRIS sebagai sarana pembayaran tidak secara langsung memengaruhi keinginan mahasiswa untuk mengadopsi QRIS. Hal ini diduga karena sebagian besar mahasiswa di STIE YKPN Yogyakarta merasa bahwa kemudahan penggunaan bukanlah alasan utama dalam minat mereka menggunakan QRIS.

Penelitian ini mengindikasikan kemungkinan bahwa QRIS yang digunakan selama ini tidak terasa sulit karena sudah menjadi kebiasaan bagi para penggunanya dan banyak UMKM atau unit bisnis yang menjadikan QRIS sebagai metode pembayaran. Sehingga meskipun mungkin bagi sebagian orang belum terbiasa menggunakan QRIS namun karena unit bisnis menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran maka orang dipaksa untuk bisa menggunakan metode pembayaran tersebut.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan QRIS

Berdasarkan hasil penelitian variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan QRIS pada mahasiswa di STIE YKPN Yogyakarta. Kesadaran responden terhadap tingkat kepercayaan dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran tersebut tinggi sehingga dapat menumbuhkan minat dalam menggunakan QRIS. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat kepercayaan memiliki dampak terhadap tingkat minat dalam menggunakan QRIS. Semakin besar pengaruh kepercayaan, minat konsumen dalam menggunakan QRIS dapat meningkat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Suputra (2019) yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik. Penelitian Oktaviani dan Sarkawi (2017) juga menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan internet banking BCA.

5. KESIMPULAN

Pada penelitian ini, mahasiswa dan staf akademik menganggap bahwa persepsi manfaat dan kepercayaan merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan mereka dalam menggunakan QRIS. Meskipun kemudahan penggunaan dapat dianggap sebagai faktor yang penting, penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor lain seperti manfaat dan kepercayaan memiliki dampak yang lebih kuat terhadap minat menggunakan QRIS. Dengan demikian,

hasil penelitian menggambarkan bahwa untuk meningkatkan minat mahasiswa dalam menggunakan QRIS perlu difokuskan pada upaya meningkatkan persepsi manfaat dan memperkuat kepercayaan terhadap QRIS.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhassan, M. D., Kolog, E. A., & Boateng, R. (2020). Effect of Gratification on User Attitude and Continuance Use of Mobile Payment Services: A Developing Country Context. *Journal of System and Information*, 351-378.
- Aritonang, Y. A., & Arisman, A. (2017). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Pay). *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*, 1-17.
- Candraditya, H., & Idris, I. (2013). Analisis Penggunaan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, 97-107.
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 1590-1618.
- Chellappa, R. K., & Pavlou, P. (2002). Perceived Information Security, Financial Liability And Consumer Trust In Electronic Commerce Transactions. *Logistics Information Management*, 358-368.
- Cheng, Y. M. (2014). Exploring the intention to use mobile learning: the moderating role of personal innovativeness. *Journal of Systems and Information Technology*, 40-61.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 319-340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 982-1003.
- Ferdinand, A. (2006). Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gu, J. C., Lee, S. C., & Suh, Y. H. (2009). Determinants of behavioral intention to mobile banking.
- Hoque, M. Z., & Alam, M. N. (2018). What Determines the Purchase Intention of Liquid Milk during a Food Security Crisis? The Role of Perceived Trust, Knowledge, and Risk. *Sustainability*, 3722.
- Islam, T., Rehman, S. U., Abid, C., & Ahmer, Z. (2020). How perceptions about ease of use and risk explain intention to use mobile payment service in Pakistan? The mediating role of perceived trust. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 34-48.
- Jogiyanto. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Andi.
- Kim, S., Kim, J. U., & Park, S. C. (2017). The Effects of Perceived Value, Website Trust and Hotel Trust on Online Hotel Booking Intention. *Sustainability*, 2262.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prectice Hall.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 19-29.
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market-Focused Management*, 341-370.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 20-38.

- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. UK: Pearson Education Limited.
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Ikra-Ith Ekonomika*, 1-9.
- Nursiah, Ferils, M., & Kamarudin, J. (2022). Analisis minat menggunakan mobile banking. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 91-100.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Elektronik. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 127-135.
- Rauniar, R., Rawski, G., Johnson, B., & Yang, J. (2013). *Social Media User Satisfaction - Theory Development and Research Findings*. *Internet Commerce*, 195-224.
- Sheppard, B. H., Hartwick, J., & Warshaw, P. R. (1988). The Theory of Reasoned Action: A Meta-Analysis of Past Research with Recommendations for Modifications and Future Research. *Journal of Consumer Research*, 325-343.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suh, B., & Han, I. (2002). Effect of trust on customer acceptance of Internet banking. *Electronic Commerce Research and Applications*, 247-263.
- Swasta, B., Dharmesta, & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Venkatesh, V. M. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. 425-478.
- Venkatesh, V., & Morris, M. G. (2000). Why Don't Men Ever Stop to Ask for Directions? Gender, Social Influence, and Their Role in Technology Acceptance and Usage Behavior. *Management Information Systems Research Center, University of Minnesota*, 115-139.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: toward a unified view. *Management Information Systems Quarterly*, 27(3), 425-478. Dipetik 1 17, 2024, dari <https://aisel.aisnet.org/misq/vol27/iss3/5>
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 116-122.