



FAKTOR-FAKTOR MEMPENGARUHI NIAT PELAKU UMKM KOTA DENPASAR MENGGUNAKAN QRIS

Ngakan Bagus Prasasta Sudiatmika¹, Ida Ayu Oka Martini²

¹Universitas Pendidikan Nasional. email: kantupeh@gmail.com

²Universitas Pendidikan Nasional. email: dayuokamartini@undiknas.ac.id

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Keywords: QRIS, Small and Medium Enterprises (SMEs), Technology Acceptance Model (TAM), perceived usefulness, perceived ease of use, trust, perceived risk, social influence</p> <p>Kata Kunci: QRIS, UMKM, Technology Acceptance Model (TAM), Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Persepsi Risiko, Pengaruh Sosial</p> <p>How to cite: Sudiatmika, Ngakan Bagus Prasasta., Martini, Ida Ayu Oka. (2022). Faktor-Faktor Mempengaruhi Niat Pelaku UMKM Kota Denpasar Menggunakan QRIS. JMM UNRAM, 11(3),239-254</p> <p>DOI: 10.29303/jmm.v11i3.735</p> <p>Dikumpulkan : 8 Agustus 2022 Direvisi : 12 Agustus 2022 Dipublikasi : 15 Agustus 2022</p>	<p>This study aims to determine the factors that influence the intention of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Denpasar City to use QRIS merchants as a cashless payment method in their workplace. This study uses primary data obtained from questionnaires with purposive sampling method. The sampling criteria for this study were SMEs in Denpasar City who used QRIS merchants to receive cashless payments. Questionnaires were given randomly to SMEs in Denpasar City who had used QRIS merchants. The questionnaire provided contains several research questions that must be completed and submitted using the Google Forms platform. The method used in this study uses PLS-SEM (Partial Least Squares-Structural Equation Model). This study uses causal effect, so the hypothesis is tested by SEM analysis techniques using the SmartPLS application. The results showed that perceived usefulness, perceived ease of use, trust and social influence had a significant positive effect on the intention to use QRIS merchants for SMEs in Denpasar City. Perceived risk has a significant negative effect on the intention to use QRIS merchants for SMEs in Denpasar City.</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat pelaku UMKM Kota Denpasar menggunakan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran non tunai di tempat usaha mereka. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner dengan pengambilan sampel dengan metode <i>purposive sampling</i>. Kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu pelaku UMKM di Kota Denpasar yang telah menggunakan <i>merchant</i> QRIS untuk pembayaran secara non tunai. Kuesioner</p>

	<p>diberikan secara acak kepada pelaku UMKM di Kota Denpasar yang telah menggunakan <i>merchant QRIS</i>. Kuesioner yang diberikan berisi sejumlah pertanyaan atau pernyataan penelitian yang perlu dilengkapi dan dikirimkan menggunakan <i>platform google forms</i>. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SEM-PLS (<i>Structural Equation Model - Partial Least Squares</i>). Penelitian ini menggunakan model hubungan pengaruh, oleh karena itu hipotesis diuji menggunakan teknik analisis SEM menggunakan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan dan pengaruh sosial berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan <i>merchant QRIS</i> bagi pelaku UMKM Kota Denpasar. Persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap niat menggunakan <i>merchant QRIS</i> bagi pelaku UMKM Kota Denpasar.</p>
	<p><i>Copyright © 2022. Ngakan Bagus Prasasta Sudiatmika, Ida Ayu Oka Martini. All rights reserved.</i></p>

1. PENDAHULUAN

QRIS merupakan singkatan dari *Quick Response Code Indonesian Standard*. QRIS merupakan suatu standar sistem pembayaran berbasis *QR Code* yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia. QRIS merupakan kombinasi berbagai *QR Code* dari berbagai penyelenggaraan jasa sistem pembayaran (PJSP), dimana dengan hanya memiliki satu *merchant QRIS* dari salah satu penerbit maka pemilik *merchant* sudah dapat melakukan transaksi non tunai berbasis *QR Code* dari penerbit yang berbeda-beda. Adanya QRIS ini akan menjadikan transaksi jual beli secara non tunai menjadi lebih cepat dan mudah. Penggunaan QRIS merupakan salah satu tren positif bagi pelaku usaha dan konsumen. Adapun manfaat penggunaan QRIS untuk pelaku UMKM adalah membantu meningkatkan kinerja usaha dimana proses transaksi non tunai akan menjadi lebih efisien.

Berdasarkan data Perkembangan UMKM Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Denpasar Tahun 2017-2021 (Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Kota Denpasar, 2021), diketahui total pelaku UMKM Kota Denpasar pada tahun 2021 sebanyak 32.326 orang dengan rincian: Usaha mikro sebanyak 30.812, Usaha kecil sebanyak 1.208 dan Usaha menengah sebanyak 306. Pelaku UMKM diharapkan dapat mengadopsi penggunaan QRIS ini untuk memperluas pangsa pasar karena banyak manfaat yang ditawarkan, diantaranya UMKM dapat mengetahui berbagai transaksi serta waktunya secara langsung serta tidak perlu memberikan dan menyiapkan uang kembalian karena transaksi dilakukan secara non tunai.

Berdasarkan data Bank Indonesia sampai 12 November 2021 jumlah *merchant QRIS* di Provinsi Bali sebanyak 366.246 *merchant* atau 100,87% dari target tahun 2021 sebesar 363.100 *merchant* yang ditetapkan oleh Bank Indonesia (Bank Indonesia, 2021). Pengguna QRIS di Wilayah kota Denpasar sendiri sebanyak 160.846 *merchant* atau 44% dari seluruh *merchant* yang ada di Provinsi Bali.

Melihat data tersebut di atas, penelitian dipandang perlu dilakukan untuk mengungkap faktor-faktor yang mempengaruhi niat pelaku UMKM Kota Denpasar

menggunakan QRIS, dimana diharapkan nantinya dapat dirumuskan strategi yang tepat untuk mendorong lebih banyak lagi UMKM menggunakan *merchant* QRIS.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian UMKM

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) adalah salah satu bagian penting dalam perekonomian Indonesia. Adapun pengertian UMKM terdapat dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM merupakan kegiatan usaha yang dijalankan oleh perorangan, rumah tangga, dan/atau badan usaha kecil yang digolongkan berdasarkan besaran omzet per tahun, jumlah kekayaan, dan jumlah karyawan yang bekerja.

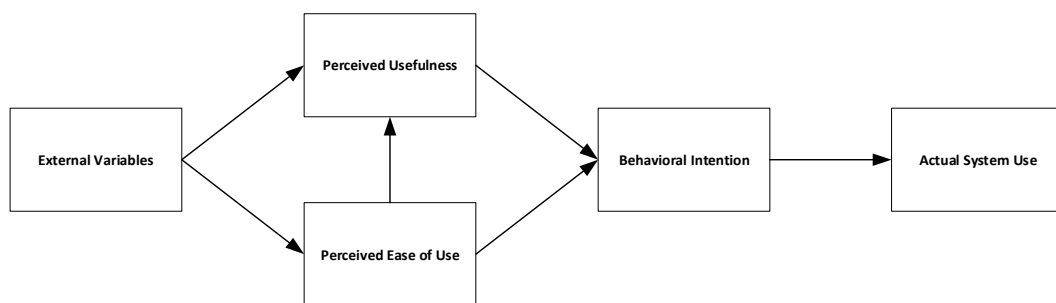
2.2. QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*)

QRIS merupakan sistem pembayaran non tunai yang dikembangkan oleh Bank Indonesia bekerjasama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). Aturan terkait dengan QRIS tertuang dalam aturan BI pada PADG No.21/18/2019 tentang Implementasi Standar Nasional *Quick Response Code* untuk Pembayaran. Peluncuran QRIS bertujuan untuk memberikan kemudahan dan kemananan dalam bertransaksi untuk seluruh lapisan masyarakat karena dalam sistem QRIS dapat mendukung seluruh sistem pembayaran QR Code dari berbagai penyedia jasa sistem pembayaran (PJSP). Pemilik *merchant* cukup hanya memiliki satu akun QRIS untuk pembayaran non tunai dari aplikasi PJSP manapun, tentunya hal ini akan membuat transaksi menjadi lebih efektif dan efisien. Pelaku UMKM hanya perlu mendaftarkan diri untuk pembuatan *merchant* QRIS pada salah satu PJSP yang ada, selanjutnya apabila telah disetujui maka pelaku UMKM sudah dapat menggunakan QRIS tersebut untuk menerima pembayaran non tunai berbasis QR Code dari aplikasi penyelenggara manapun. Tentunya hal ini akan memberikan kemudahan dan kepraktisan bagi pelaku UMKM karena tidak perlu lagi memasang QR Code dari masing-masing penyelenggara sistem pembayaran.

2.3. Pengertian TAM (*Technology Acceptance Model*)

TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan salah satu model pendekatan yang digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan penggunaan teknologi informasi. Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan merupakan faktor utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi dimana selanjutnya kedua faktor tersebut akan mempengaruhi niat dalam penggunaan teknologi yang ada.

Technology Acceptance Model (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989) adalah suatu adaptasi dari dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang digunakan untuk memodelkan penerimaan pemakai (*user acceptance*) terhadap teknologi. Tujuan TAM adalah untuk menjelaskan faktor apa saja yang menjadi penentu teknologi dapat diterima secara luas dan menjelaskan perilaku akhir penggunaan teknologi tersebut. Mengetahui berbagai pengaruh faktor internal, sikap dan niat penggunaan teknologi merupakan salah satu tujuan utama TAM.



Gambar 1. TAM (*Technology Acceptance Model*)

Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa pada model TAM terdapat dua keterkaitan utama yaitu antara *Perceived Usefulness* (persepsi kegunaan) dan *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan) dalam penerimaan teknologi. Persepsi kegunaan mengidentifikasi sejauh mana penggunaan teknologi dapat meningkatkan efektifitas dalam bekerja. Sedangkan persepsi kemudahan mengidentifikasi bagaimana penggunaan teknologi tersebut tidak memerlukan usaha yang berarti dalam penggunaannya.

2.4. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) sistem informasi merupakan persepsi sejauh mana seseorang merasa dengan penggunaan teknologi informasi tersebut dapat memberikan peningkatan kinerja dalam bekerja. Persepsi kegunaan ini mempunyai dampak secara langsung pada keinginan untuk menggunakan teknologi (Davis, 1989). Persepsi kegunaan dalam penggunaan teknologi informasi dapat diukur dari beberapa indikator diantaranya:

1. Pemanfaatan teknologi informasi bisa meningkatkan produktifitas pemakai.
2. Pemanfaatan teknologi informasi bisa meningkatkan kinerja pemakai.
3. Pemanfaatan teknologi informasi bisa meningkatkan efisiensi proses yang dilakukan pemakai.

Persepsi kegunaan merupakan suatu kepercayaan (*belief*) tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna dan bermanfaat maka seseorang tersebut akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.

2.5. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan dalam TAM merupakan tingkatan atau keadaan dimana penggunaan teknologi tersebut tidak memerlukan usaha apa pun, bebas dan mudah untuk dilakukan (Davis, 1989). Penerapan teknologi informasi akan memberikan kemudahan dan peningkatan efektifitas kerja bagi pemakainya dibandingkan apabila seseorang tidak menggunakan teknologi atau dilakukan secara manual. Persepsi kemudahan penggunaan teknologi informasi memiliki beberapa indikator diantaranya:

1. Teknologi informasi dapat dengan mudah untuk dipahami dan dipelajari.
2. Teknologi informasi dapat membantu menyelesaikan pekerjaan dengan mudah sesuai dengan yang diinginkan pemakai.
3. Pengetahuan dan kemampuan pemakai meningkat dalam menggunakan teknologi informasi.
4. Teknologi informasi dapat dengan mudah untuk dijalankan.

Persepsi kemudahan merupakan hal penting berikutnya setelah persepsi kegunaan dalam pengukuran keinginan menggunakan teknologi. Sehingga persepsi

kegunaan dan persepsi kemudahan merupakan dua hal yang signifikan dalam mempengaruhi keinginan seseorang dalam menggunakan teknologi informasi.

2.6. Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan merupakan kemauan seseorang untuk melakukan sesuatu terhadap orang yang dipercayainya tanpa bergantung pada kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikannya. Kepercayaan menjadi hal yang utama dalam praktik bisnis dimana sebelum adanya transaksi bisnis, maka kepercayaan harus ada diantara kedua belah pihak. Kepercayaan merupakan pondasi dalam menjalankan bisnis dan tidak secara langsung dapat diterima oleh mitra bisnis, oleh karenanya kepercayaan harus dibangun dari awal pembangunan bisnis dan dapat dibuktikan secara langsung. Beberapa indikator dalam pembentukan kepercayaan seseorang terhadap orang lain antara lain dapat dijelaskan sebagai berikut (Mayer et al.,1995):

1. Kemampuan (*ability*). Kemampuan merupakan kompetensi seseorang atau organisasi dalam mempengaruhi atau mengotorisasi wilayah yang spesifik. Apabila dilihat dari sisi bisnis, kemampuan diartikan sebagai sejauh mana penjual mampu menyediakan dan mengamankan transaksi yang terjadi dengan pihak lain.
2. Kebaikan hati (*benevolence*). Kebaikan hati merupakan kemampuan seseorang dalam memberikan transaksi yang saling menguntungkan antara penjual dan konsumen. Penjual tidak hanya mencari keuntungan saja namun juga memberikan perhatian yang lebih kepada para konsumen.
3. Integritas (*integrity*). Integritas merupakan pengukuran terhadap perilaku penjual dalam melaksanakan bisnisnya dimana akan dinilai apakah pemaparan terkait produk atau jasa yang diberikan sudah sesuai dengan kenyataannya serta kualitas produk yang diberikan apakah sudah sama dengan yang dijanjikan.

2.7. Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)

Persepsi risiko merupakan antisipasi seseorang terhadap pembelian atau penggunaan suatu produk. Persepsi risiko ini sangat subjektif dimana pembelian atau penggunaan produk yang sama apabila dihadapkan pada dua orang yang berbeda maka akan memiliki persepsi risiko yang berbeda pula. Persepsi risiko ini merupakan persepsi negatif yang mengacu pada hasil negatif dan kemungkinan hal tersebut menjadi nyata. Beberapa indikator pada persepsi risiko antara lain perasaan rugi, perasaan akan timbulnya permasalahan tidak terduga dikemudian hari dan perasaan penuh risiko (Lui dan Jamieson 2003). Perasaan rugi diartikan sebagai sejauh mana orang merasa dirugikan seandainya melaksanakan perilaku tertentu. Perasaan timbulnya permasalahan tidak terduga diartikan sebagai sejauh mana orang merasa bahwa melakukan sesuatu akan menimbulkan masalah yang tidak diduga dikemudian hari. Perasaan penuh resiko diartikan sebagai sejauh mana orang merasa penuh dengan resiko apabila melaksanakan perilaku tertentu.

2.8. Pengaruh Sosial (*Sosial Influence*)

Pengaruh sosial dalam penggunaan teknologi merupakan tingkatan dimana seseorang memandang orang lain seperti teman, keluarga atau orang yang dianggap penting dapat mempengaruhi keyakinannya bahwa mereka seharusnya juga menggunakan teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2003). Akan terdapat perbedaan dalam pengaruh sosial ini pada masing-masing individu dimana ada seseorang akan sepenuhnya menerima pengaruh dari orang lain, ada seseorang yang hanya sebagian memenuhi pengaruh dari orang lain tersebut, dan ada juga seseorang yang tidak menerima sama

sekali pengaruh dari orang lain tersebut. Beberapa indikator pada persepsi sosial yang mempengaruhi keinginan perilaku antara lain:

1. *Subjective norm*

Subjective norm atau norma subjektif merupakan persepsi seseorang dimana orang tersebut berpikir bahwa orang terdekat seperti keluarga, teman atau orang dipercaya memberikan pengaruh bahwa dia seharusnya atau tidak seharusnya melakukan perilaku tertentu.

2. *Social factors*

Social factors atau faktor sosial merupakan sistem kelompok sosial yang telah memiliki kesepakatan antar individu dengan orang lain dalam situasi sosial tertentu.

3. *Image*

Image atau citra didefinisikan sebagai sejauh mana menggunakan sesuatu dapat menaikkan citra atau status seseorang dalam sistem sosial.

2.9. Niat perilaku (*Behavioral Intention*)

Niat perilaku (*behavioral intention*) penggunaan teknologi adalah tingkatan sejauh mana seseorang mau menggunakan teknologi sesuai dengan tujuan yang ingin mereka capai. Menurut Venkatesh et. al. (2003) keinginan perilaku merupakan tolak ukur sejauh mana seseorang mau melaksanakan perilaku tertentu. Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keinginan perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi antara lain sebagai berikut:

1. Keinginan penggunaan teknologi dimasa mendatang. Keinginan penggunaan teknologi dapat diukur dari perilaku apakah seseorang kembali menggunakan teknologi informasi tersebut dimasa yang akan datang.
2. Keinginan penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Keinginan penggunaan teknologi dapat juga dilihat dari perilaku apakah ada keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut dalam kehidupan sehari-hari.
3. Memiliki perencanaan untuk menggunakan teknologi setiap saat. Keinginan menggunakan teknologi yang diukur dari apakah seseorang dalam penggunaan teknologi tersebut sudah dilakukan sesering mungkin.

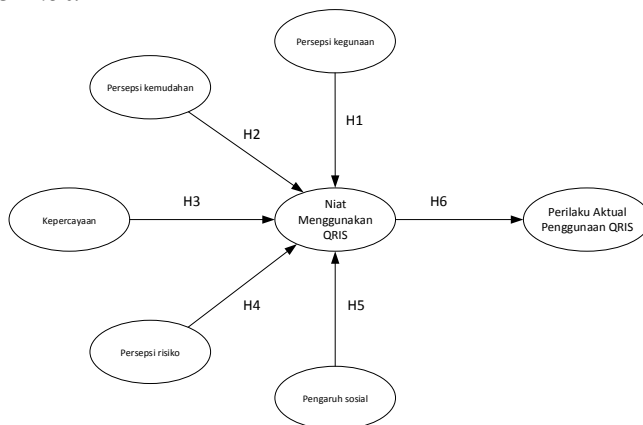
Penggunaan teknologi informasi akan dilakukan apabila seseorang sudah memiliki niat untuk menggunakan teknologi tersebut. Keinginan menggunakan teknologi tersebut dipengaruhi oleh keyakinan bahwa teknologi itu memberikan kegunaan dalam peningkatan kinerja pemakainya, teknologi itu mudah untuk dioperasikan, pemakai merasa percaya terhadap penggunaan teknologi tersebut, risiko yang kemungkinan dapat dialami bisa ditoleransi oleh pemakai dan dorongan lingkungan sosial pemakai yang mendukung penggunaan teknologi tersebut.

2.10. Perilaku Aktual Penggunaan (*Actual Use Behavior*)

Perilaku aktual penggunaan (*actual use behavior*) teknologi merupakan penggunaan teknologi yang telah terimplementasi secara nyata. Perilaku aktual penggunaan teknologi ini dapat diukur dari seberapa sering intensitas atau frekuensi seseorang dalam menggunakan teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2003). Evaluasi penggunaan teknologi informasi merupakan faktor penting dalam perilaku penggunaan teknologi dimana apabila evaluasi penggunaan memberikan hasil yang positif bagi pemakainya maka penggunaan teknologi tersebut akan terus dilakukan. Perilaku penggunaan dapat diukur langsung menggunakan lamanya waktu menggunakan (*usage time*) dan frekuensi penggunaan (*usage frequency*) suatu teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2012).

2.11. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah alur pemikiran hubungan antara konsep satu dengan konsep yang lainnya dari permasalahan yang diteliti untuk dapat memberikan gambaran yang jelas dan mengarahkan asumsi terhadap variabel-variabel yang akan diteliti. Penyusunan kerangka konseptual penelitian ini dinyatakan dalam bentuk skema sederhana sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

2.12. Hipotesis

Dasar teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah TAM (*Technology Acceptance Model*) dimana terdapat modifikasi dengan penambahan beberapa variabel yang peneliti anggap penting sebagai faktor yang mempengaruhi pelaku UMKM menggunakan merchant QRIS. Berikut merupakan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini antara lain:

- H1: Persepsi kegunaan (*usefulness*) (X1) berpengaruh positif terhadap niat pelaku UMKM menggunakan QRIS (Y1).
- H2: Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) (X2) berpengaruh positif terhadap niat pelaku UMKM menggunakan QRIS (Y1).
- H3: Pengaruh kepercayaan (*trust*) (X3) berpengaruh positif terhadap niat pelaku UMKM menggunakan QRIS (Y1).
- H4: Persepsi risiko (*perceived risk*) (X4) berpengaruh negatif terhadap niat pelaku UMKM menggunakan QRIS (Y1).
- H5: Pengaruh sosial (*social influence*) (X5) berpengaruh positif terhadap niat pelaku UMKM menggunakan QRIS (Y1).
- H6: Niat perilaku (*behavioural intention*) (Y1) berpengaruh positif terhadap perilaku aktual pelaku UMKM menggunakan QRIS (Y2).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar terhadap pelaku UMKM yang telah menggunakan merchant QRIS sebagai salah satu metode pembayaran non tunai. Adapun pertimbangan memilih Kota Denpasar sebagai lokasi penelitian karena berdasarkan data Bank Indonesia pengguna QRIS terbanyak di Provinsi Bali ada di Kota Denpasar (Bank Indonesia, 2021) sehingga nantinya diharapkan data penelitian lebih beragam. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data kuesioner sebanyak 150 responden. Sampel diambil dengan metode *purposive sampling*, dimana pertimbangan atau kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu pelaku UMKM di Kota Denpasar yang telah menggunakan merchant QRIS dalam menerima pembayaran secara non tunai di tempat

usahanya. Kuesioner diberikan secara acak kepada pelaku UMKM di Kota Denpasar yang telah menggunakan *merchant* QRIS. Kuesioner yang diberikan berisi sejumlah pertanyaan atau pernyataan penelitian yang perlu lengkapi dan dikirimkan menggunakan *platform google forms*.

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan jenis pengukuran skala ordinal yang digunakan untuk mengukur variabel (X) dan variabel (Y). Skala ordinal digunakan untuk mengukur variabel yang menyatakan kategori, ranking atau peringkat tertentu. Variabel-variabel yang terdapat pada penelitian ini antara lain:

1. Variabel eksogen (*exogenous variables*), adalah variabel yang menjadi penyebab (*cause*) untuk konstruk variabel lainnya pada model penelitian. Variabel endogen pada penelitian ini antara lain variabel Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Kepercayaan (X3), Persepsi Risiko (X4), dan Pengaruh Sosial (X5).
2. Variabel endogen (*endogenous variable*), adalah variabel yang menerima pengaruh dari variabel eksogen. Variabel endogen yang ada pada penelitian ini antara lain Niat Menggunakan QRIS (Y1) dan Perilaku Aktual Penggunaan QRIS (Y2).

Pada tahap uji statistika data yang terkumpul kemudian diproses, diuji dan dianalisis untuk diuji hipotesisnya. Penelitian ini menggunakan model hubungan pengaruh, oleh karena itu hipotesis akan diuji menggunakan teknik analisis SEM (*Structural Equation Model*) menggunakan aplikasi SmartPLS. Pengujian dibagi dua yaitu pengujian pada model pengukuran dan pengujian pada model struktural. Pengujian model pengukuran dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas masing-masing variabel dan indikator penelitian, sedangkan pengujian model struktural digunakan untuk uji kasualitas (hubungan sebab akibat) antar variabel.

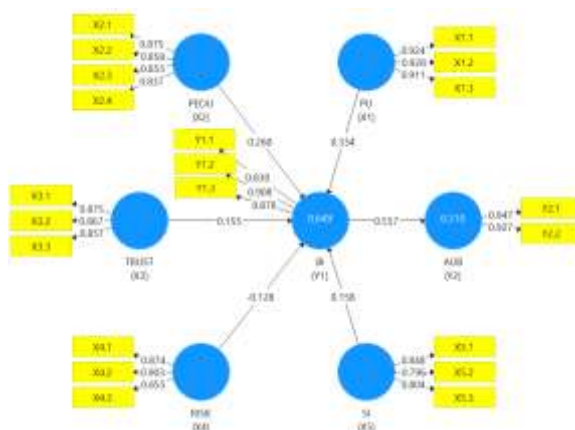
4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Data

4.1.1. Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Instrumen penelitian ini berupa kuesioner yang dibuat dan dikirimkan melalui *platform google forms*. Kuesioner diukur menggunakan skala *likert* 10 poin dengan rentang dari 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan rentang 10 (sangat setuju). Setelah kuesioner diisi dan terkumpul, selanjutnya dilakukan pengolahan data dan dilakukan analisis lebih lanjut terhadap sampel yang telah didapatkan menggunakan teknik analisis SEM-PLS (*Structural Equation Model - Partial Least Squares*).

Sifat indikator dari masing-masing konstruk baik pada konstruk persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan, persepsi risiko, pengaruh sosial, niat menggunakan maupun perilaku aktual penggunaan pada model pengukuran adalah bersifat reflektif. Sehingga arah panah pada model pengukuran dari arah konstruk menuju indikator. Berikut merupakan model pengukuran dari penelitian yang dilakukan.



Gambar 2. Outer Model Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukuran dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu pengukuran dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur secara tepat atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Pada penelitian ini untuk menguji validitas instrumen penelitian dilakukan dengan pengujian validitas konvergen dan validitas diskriminan.

Pengujian Validitas Konvergen

Pengujian validitas konvergen dapat dilakukan dengan melihat beberapa kriteria diantaranya dengan melihat nilai dari *outer loading* dan *Average Extracted Variance* (AVE). Pengujian pertama dari uji validitas konvergen adalah melihat nilai *outer loading*. Suatu indikator dinyatakan memenuhi *convergent validity* dalam kategori baik apabila nilai *outer loading* > 0,7 (Ghozali, 2014). Pada penelitian yang dilakukan diketahui masing-masing indikator variabel penelitian memiliki nilai *outer loading* > 0,7 sehingga semua indikator dinyatakan layak atau valid untuk digunakan penelitian dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Pengujian validitas konvergen selanjutnya adalah dengan mengetahui nilai *Average Variance Extracted* (AVE). AVE merupakan hasil dari pengukuran banyaknya varian yang dapat ditangkap dari konstruksya dibandingkan dengan varian yang dihasilkan akibat kesalahan pengukuran. Pada penelitian yang dilakukan diketahui nilai AVE variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan, persepsi risiko, pengaruh sosial, niat penggunaan dan perilaku aktual penggunaan memiliki nilai AVE > 0,5. Sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap variabel dalam penelitian telah memiliki *convergent validity* yang baik.

Pengujian Validitas Diskriminan

Pengujian validitas diskriminan menggunakan nilai *cross loading*. Suatu indikator dinyatakan memenuhi validitas diskriminan apabila nilai *cross loading* indikator pada variabelnya adalah yang terbesar dibandingkan pada variabel lainnya (Ghozali,2014). Pada penelitian yang dilakukan diketahui masing-masing indikator pada variabel penelitian memiliki nilai *cross loading* terbesar pada variabel yang dibentuknya dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada variabel lainnya. Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut, dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memiliki *discriminant validity* yang baik dalam menyusun variabelnya masing-masing.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur reliabilitas suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2014). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat hasil nilai pengujian *composite reliability* dan nilai *cronbach's alpha*.

Uji Composite Reliability

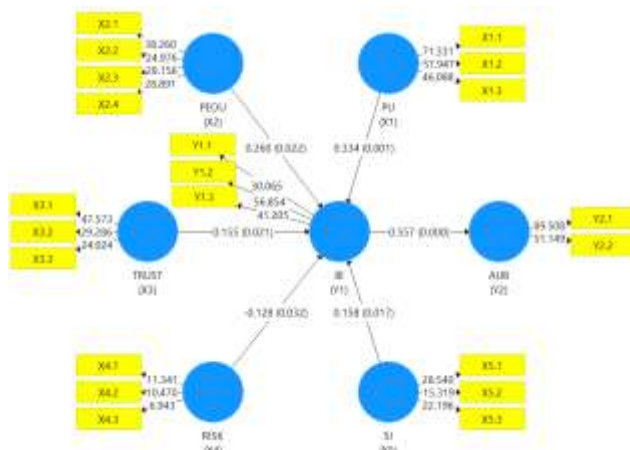
Composite reliability merupakan bagian yang digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi *composite reliability* apabila memiliki nilai *composite reliability* > 0,7 (Ghozali, 2014). Pada penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai *composite reliability* semua variabel penelitian > 0,7. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi *composite reliability* sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

Uji Cronbach's Alpha

Hasil pengujian reliabilitas dengan *composite reability* di atas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *cronbach's alpha*. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,7. Pada penelitian yang dilakukan diketahui nilai *cronbach's alpha* dari masing-masing variabel penelitian > 0,7. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa masing-masing variabel penelitian telah memenuhi persyaratan nilai *cronbach's alpha*, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

4.1.2. Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Ada beberapa tahap untuk mengevaluasi model struktural. Pertama adalah melihat hubungan antar konstruk. Hal ini dapat dilihat dari koefisien jalur (*path coefficient*) yang menggambarkan kekuatan hubungan antar konstruk. Kedua mengevaluasi nilai *coefficient of determination (R-Square)* dan selanjutnya menilai T-Test dengan metode *bootstrapping* untuk melihat signifikansinya berdasarkan nilai T-Statistics dan nilai P-values masing-masing variabel tersebut. Adapun model struktural penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3. Inner Model Penelitian

1. Uji Path Coefficient

Evaluasi *path coefficient* digunakan untuk menunjukkan seberapa kuat efek atau pengaruh variabel independen kepada variabel dependennya. Pada penelitian yang dilakukan didapatkan nilai variabel dalam model ada yang menunjukkan nilai

positif dan ada yang menunjukkan nilai negatif (variabel persepsi risiko). Apabila variabel bernilai positif maka hal ini menunjukkan variabel eksogen berpengaruh positif terhadap variabel endogennya, artinya jika nilai variabel eksogen naik maka nilai variabel endogennya juga akan naik begitu juga sebaliknya. Sedangkan apabila variabelnya bernilai negatif maka menunjukkan variabel eksogen berpengaruh negatif terhadap variabel endogennya, artinya jika nilai variabel eksogen naik maka nilai variabel endogennya akan turun begitu juga sebaliknya atau bisa dikatakan variabel eksogen berbanding terbalik dengan variabel endogennya.

2. Uji Coefficient of Determination (R-Square)

Pengujian *coefficient determination (R-Square)* digunakan untuk mengukur seberapa banyak variabel endogen dipengaruhi oleh variabel lainnya. Pada penelitian yang dilakukan diketahui nilai *R-Square* untuk variabel dependen niat menggunakan adalah 0,649. Perolehan nilai tersebut menjelaskan bahwa persentase besarnya niat menggunakan sistem dapat dijelaskan oleh variabel independen persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan, persepsi risiko, dan pengaruh sosial sebesar 64,9%. Kemudian untuk nilai *R-Square* yang diperoleh variabel dependen perilaku aktual penggunaan sebesar 0,310. Nilai tersebut menjelaskan bahwa perilaku aktual penggunaan sistem dapat dijelaskan oleh variabel independen niat menggunakan sebesar 31%.

4.1.3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan pengolahan *bootstrapping*. Metode *bootstrapping* ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan dan signifikansi hubungan setiap variabel latennya. Uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai *T-Statistics* dan nilai *P-Values*. Hipotesis penelitian dinyatakan diterima apabila nilai *T-Statistics* > 1,96 dan nilai *P-Values* < 0,05. Berikut ini adalah hasil uji hipotesis yang diperoleh dalam penelitian ini melalui pengolahan *bootstrapping*:

Tabel 1. Uji Hipotesis

Hipotesis	Pengaruh	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P-Values	Keterangan
H1	X1 -> Y1	0.334	0.330	0.098	3.406	0.001	Diterima
H2	X2 -> Y1	0.260	0.256	0.120	2.163	0.031	Diterima
H3	X3 -> Y1	0.155	0.155	0.072	2.134	0.033	Diterima
H4	X4 -> Y1	-0.128	-0.127	0.058	2.215	0.027	Diterima
H5	X5 -> Y1	0.158	0.163	0.069	2.279	0.023	Diterima
H6	Y1 -> Y2	0.557	0.558	0.070	7.931	0.000	Diterima

Sumber: Data diolah, 2022

Pada penelitian yang dilakukan diketahui dari enam hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, semuanya dapat diterima karena masing-masing pengaruh yang ditunjukkan memiliki nilai *T-Statistics* > 1,96 dan *P-Values* < 0,05. Berdasarkan data di atas dapat dinyatakan juga bahwa variabel independen ke variabel dependennya memiliki pengaruh yang signifikan. Arah pengaruh apakah berpengaruh positif atau negatif dapat dilihat pada nilai *Original Sample*. Apabila dilihat dari tabel di atas maka hipotesis keempat (persepsi risiko) berpengaruh negatif karena nilai pada *Original Sample* bernilai negatif sedangkan hipotesis lainnya berpengaruh positif.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) terhadap niat pelaku UMKM menggunakan QRIS

Hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai *P-Values* yang membentuk pengaruh persepsi kegunaan terhadap niat menggunakan adalah sebesar 0,001, nilai *T-Statistics* sebesar 3,406 dan dengan nilai *Original Sample* yang positif, sehingga dinyatakan persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan. Persepsi kegunaan sebagai suatu tingkatan dimana penggunaan suatu teknologi tertentu dapat memberikan kegunaan bagi pengguna tersebut dalam melakukan sesuatu. Salah satu kegunaan *merchant QRIS* bagi pelaku UMKM adalah teknologi ini dapat meningkatkan efektifitas mereka dalam bekerja. Semakin banyak kegunaan yang dapat dirasakan oleh pelaku UMKM di Kota Denpasar dari penggunaan *merchant QRIS*, maka akan meningkat pula niat mereka menggunakan *merchant QRIS* sebagai alat pembayaran non tunai di tempat usaha mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Setiawan, I. W. A., & Mahyuni, L. P. (2020), yang menemukan bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif pada intensi menggunakan QRIS pada pelaku UMKM di Kota Denpasar. Penggunaan *merchant QRIS* bagi pelaku UMKM akan meningkatkan efektifitas kerja mereka karena seluruh transaksi non tunai yang menggunakan QRIS akan langsung masuk ke rekening pemilik usaha dan tidak diperlukan lagi pembayaran secara tunai yang tentunya hal ini akan cukup merepotkan apabila pembayaran memerlukan kembalian. Pelaku UMKM di Kota Denpasar pengguna *merchant QRIS* yang sudah merasakan pengaruh positif terhadap peningkatan efektifitas kerja pada usaha mereka akan cenderung memiliki niat yang besar untuk tetap menggunakan *merchant QRIS* untuk memperlancar aktivitas transaksi non tunainya.

4.2.2. Pengaruh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap niat pelaku UMKM menggunakan QRIS

Hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai *P-Values* yang membentuk pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan adalah sebesar 0,031, nilai *T-Statistics* sebesar 2,163 dan dengan nilai *Original Sample* yang positif, sehingga dinyatakan persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Setiawan, I. W. A., & Mahyuni, L. P. (2020), Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021) dan Musyaffi, A. M., & Kayati, K. (2020) dimana memberikan hasil penelitian bahwa persepsi kemudahan berdampak positif terhadap niat menggunakan teknologi. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa sistem yang mudah digunakan akan meningkatkan minat penggunaan sistem tersebut karena kemudahan yang ditawarkan. Penggunaan *merchant QRIS* bagi pelaku usaha relatif mudah karena pemilik usaha cukup menyediakan kode QRIS yang dimiliki yang dipajang pada etalase usahanya yang nantinya akan dipindai oleh konsumen untuk melakukan pembayaran secara non tunai.

4.2.3. Pengaruh kepercayaan (*trust*) terhadap niat pelaku UMKM menggunakan QRIS

Hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai *P-Values* yang membentuk pengaruh kepercayaan terhadap niat menggunakan adalah sebesar 0,033, nilai *T-Statistics* sebesar 2,134 dan dengan nilai *Original Sample* yang positif, sehingga dinyatakan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan. Pelaku UMKM yang sudah yakin dengan kinerja dan kemampuan *merchant QRIS* maka mereka akan meletakkan sebuah kepercayaannya dengan memiliki minat menggunakan *merchant QRIS*. Semakin tinggi kepercayaan pelaku UMKM menggunakan *merchant QRIS* maka semakin tinggi pula

minat mereka untuk selalu menggunakan *merchant* QRIS untuk pembayaran non tunai ditempat usaha mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Husna, Z. (2020) dimana temuan penelitiannya bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada metode pembayaran infaq dan shadaqah di Yayasan Masjid Jami Malang melalui QRIS. Kepercayaan dalam penggunaan QRIS merupakan keyakinan bahwa penggunaan teknologi ini dapat memberikan manfaat untuk pemakainya. Pihak penerbit harus dapat memberikan jaminan kepada pelaku UMKM bahwa transaksi yang dilakukan tersebut dijamin keamanan dan kerahasiannya. Jaminan keamanan yang dimaksud adalah transaksi yang dilakukan sangat aman dan jaminan tidak adanya pencurian data keuangan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pelaku UMKM terhadap penggunaan *merchant* QRIS maka akan meningkat pula keinginan mereka untuk menggunakan *merchant* QRIS.

4.2.4. Pengaruh persepsi risiko (*perceived risk*) terhadap niat pelaku UMKM menggunakan QRIS

Hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai *P-Values* yang membentuk pengaruh persepsi risiko terhadap niat menggunakan adalah sebesar 0,027, nilai *T-Statistics* sebesar 2,215 dan dengan nilai *Original Sample* yang negatif, sehingga dinyatakan kepercayaan berpengaruh negatif signifikan terhadap niat menggunakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nustini & Adhinagari. (2020) dalam hal penggunaan teknologi dimana mendapatkan hasil penelitian bahwa risiko memiliki pengaruh negatif pada persepsi penggunaan *e-money*. Namun penelitian ini memperoleh hasil yang berbeda dengan penelitian Musyaffi, A. M., & Kayati, K. (2020) dimana hasil penelitiannya menyatakan persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keinginan penggunaan *mobile payment*. Persepsi risiko merupakan suatu anggapan bahwa seseorang akan merasa penuh dengan risiko apabila perilaku dilakukan, oleh karena itu semakin tinggi risiko yang kemungkinan akan dialami pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS maka akan semakin kecil kemungkinan niat mereka untuk menggunakan QRIS.

4.2.5. Pengaruh sosial (*social influence*) terhadap niat pelaku UMKM menggunakan QRIS

Hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai *P-Values* yang membentuk pengaruh sosial terhadap niat menggunakan adalah sebesar 0,023, nilai *T-Statistics* sebesar 2,279 dan dengan nilai *Original Sample* yang positif, sehingga dinyatakan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terkait dengan penggunaan teknologi antara lain penelitian Indah, M. dan Agustin, H. (2019) menemukan bahwa variabel pengaruh sosial memiliki pengaruh positif terhadap keinginan penggunaan *Go-Pay* di Kota Padang. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Dewi (2018) dimana mendapatkan hasil penelitian bahwa norma subjektif, keluarga ataupun teman dekat responden mendukung investasi di P2P (*peer to peer*) lending. Pengaruh sosial ini dapat diinterpretasikan bahwa seseorang akan lebih mudah menerima penggunaan teknologi apabila telah mendapatkan rekomendasi dari lingkungan sekitarnya baik dari keluarga, sahabat, teman dekat atau orang lain yang sudah menggunakan teknologi tersebut terlebih dahulu. Seseorang akan lebih mudah menerima rekomendasi dari teman atau kerabat terhadap penggunaan sesuatu karena mereka telah memiliki hubungan kepercayaan yang tinggi dimana orang terdekatnya akan memberikan saran yang terbaik. Ketika pelaku UMKM sudah memiliki keyakinan terhadap penilaian orang lain atau kelompok sosial tertentu mengenai pengalamannya dalam menggunakan

merchant QRIS di tempat usaha mereka, maka akan meningkatkan niat mereka untuk menggunakan *merchant* QRIS yang serupa dengan yang orang lain gunakan.

4.2.6. Niat perilaku (*behavioral intention*) terhadap perilaku aktual pelaku UMKM menggunakan QRIS

Hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai *P-Values* yang membentuk hubungan niat perilaku terhadap perilaku aktual penggunaan teknologi adalah sebesar 0,000, nilai *T-Statistics* sebesar 7,931 dan dengan nilai *Original Sample* yang positif, sehingga dinyatakan niat perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku aktual penggunaan teknologi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mayanti, R. (2020) dimana ditemukan bahwa niat perilaku berpengaruh positif terhadap perilaku aktual penggunaan *Quick Response Indonesia Standard* (QRIS) sebagai teknologi pembayaran pada Dompot Digital. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa niat penggunaan memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku aktual penggunaan. Hal ini mengindikasikan bahwa untuk dapat memastikan pelaku UMKM akan terus menggunakan *merchant* QRIS dimasa yang akan datang, maka penting untuk mempertahankan minat pelaku UMKM untuk selalu menggunakan *merchant* QRIS dalam transaksi non tunai di tempat usahanya. Minat pelaku UMKM untuk menggunakan *merchant* QRIS akan tetap terjaga apabila faktor-faktor yang mempengaruhinya tetap dipertahankan seperti penggunaan *merchant* QRIS yang dapat meningkatkan efektifitas kerja mereka, kemudahan dalam penggunaannya, penerbit *merchant* QRIS memberikan kepercayaan terhadap jaminan keamanan penggunaan *merchant* QRIS, risiko penggunaan yang timbul relatif kecil serta adanya dukungan dari orang terdekat dalam penggunaan *merchant* QRIS di tempat usaha mereka. Apabila pelaku UMKM Kota Denpasar yang memiliki niat menggunakan *merchant* QRIS telah memperoleh pengaruh atau pengalaman positif dalam penggunaan *merchant* QRIS maka mereka akan tetap menggunakan *merchant* QRIS untuk pembayaran non tunai sehari-hari.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan pada bagian sebelumnya dimana semua hipotesis penelitian diterima, maka dapat disimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *merchant* QRIS antara lain persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan dan pengaruh sosial berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan *merchant* QRIS bagi pelaku UMKM Kota Denpasar. Sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap niat menggunakan *merchant* QRIS bagi pelaku UMKM Kota Denpasar, dimana hal ini menandakan persepsi risiko berbanding terbalik dengan niat menggunakan. Semakin kecil atau rendah risiko dalam menggunakan *merchant* QRIS maka semakin besar niat menggunakan *merchant* QRIS tersebut. Pelaku UMKM Kota Denpasar menganggap risiko yang timbul dari penggunaan *merchant* QRIS relatif kecil sehingga memiliki niat menggunakan *merchant* QRIS di tempat usaha mereka. Pihak penyedia jasa sistem pembayaran (PJSP) sebagai penerbit *merchant* QRIS hendaknya memberikan edukasi atau sosialisasi kepada pelaku UMKM akan manfaat yang diperoleh dengan penggunaan *merchant* QRIS, mengedukasi kemudahan cara penggunaan *merchant* QRIS, menjaga dan meningkatkan kepercayaan pengguna *merchant* QRIS melalui membangun integritas tinggi dengan tidak membocorkan informasi pengguna dan informasi transaksi yang dilakukan serta meningkatkan rasa aman bagi para penggunanya. Selanjutnya dari temuan penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi pihak penerbit

merchant QRIS untuk dapat merumuskan strategi yang tepat untuk mendorong lebih banyak UMKM menggunakan merchant QRIS.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia (2019). Materi Sosialisasi QRIS. Tersedia secara online dari: <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/QR-Code-Indonesian-Standard.aspx> [diakses 26 November 2021]
- Bank Indonesia (2021). Kilas Balik 2021 dan Prospek Ekonomi Bali 2022. Pertemuan Tahunan BI 2021.
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. Modern Methods for Business Research*, 295, 336.
- Davis (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly, Vol. 13, No. 3 (Sep., 1989), pp.319-340.* <http://www.jstor.org/stable/249008>
- Dewi (2018). Intensi Masyarakat Berinvestasi pada *Peer to Peer Lending: Analisis Theory of Planned Behavior. Jurnal Ilmiah Akuntansi & Bisnis, Volume 3, No. 2, Desember 2018.* <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/akuntansi/>
- Ferdinand, Augusty Tae (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Jr., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Rigorous applications, better results and higher acceptance [Editorial]. Long Range Planning: International Journal of Strategic Management, 46(1-2), 1-12.* <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.001>.
- Husna, Z. (2020). Masyarakat Muslim Terhadap Preferensi Melalui Kode QRIS (Studi Kasus di Yayasan Masjid Jami' Kota Malang). Departemen Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya.
- Indah, M. & Agustin, H. (2019). Penerapan Model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) untuk Memahami Niat dan Perilaku Aktual Pengguna Go-Pay di Kota Kadang. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi, 1(4), Seri C, 1949-1967.*
- Jogiyanto, H.M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta : ANDI
- Pusat Data Kota Denpasar (2020). Data UMKM Kota Denpasar Tahun 2016-2019. https://pusatdata.denpasarkota.go.id/?page=DataDetail&language=id&do_main=&data_id=1606876170, tanggal akses 22 November 2021.
- Lui, Hung Kit and Jamieson, Rodger (2003). *Integrating Trust and Risk Perceptions in Business to Consumer Electronic Commerce with Technology Acceptance Model. ECIS 2003 Proceedings. 60.* <http://aisel.aisnet.org/ecis2003/60>.
- 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>
- Mayer et al. (1995). *An Integrative Model Of Organizational Trust. The Academy of Management Review, Vol. 20, No. 3 (Jul., 1995), pp.709-734.* <http://www.jstor.org/stable/258792>

- Musyaffi, A. M., & Kayati, K. (2020). Dampak Kemudahan dan Risiko Sistem Pembayaran QR Code: *Technology Acceptance Model (TAM) Extension*. Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen, 3(2), 161. <https://doi.org/10.33603/jibm.v3i2.2635>
- Nazirwan et al. (2020). Peran *Trust, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived E-Service Quality*, dan *Perceived Risk* Terhadap *Behavior Intention*: Suatu Penelitian Pada Kiosk Tyme Digital. *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 8*, Nomor 2, Juli 2020 : 235-245
- 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. Jurnal IKRA-ITH Ekonomika,4(1), 1-9.
- Nustini & Adhinagari (2020). Penerapan *Technology Acceptance Model* pada Penggunaan E-Money Studi pada Wilayah Non Perkotaan. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen, Volume 9 No 2*.
- Setiawan A, Sulistiowati H. L. (2017), Penerapan *Modifikasi Technology Acceptance Model (TAM)* dalam *E-Business*. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa, Vol. 10 No. 2 September 2017* : 171-186. <http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v10i1.2277>
- Setiawan, I. W. A., & Mahyuni, L. P. (2020). QRIS di Mata UMKM: Eksplorasi Persepsi dan Intensi UMKM Menggunakan QRIS. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 9.10(2020):921-946*. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i10.p01>
- Sugiono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Venkatesh et. al. (2003). *User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View*. *MIS Quarterly Vol. 27 No. 3, pp.425-478*
- Venkatesh et al. (2012). *Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*. *Forthcoming in MIS Quarterly, Vol. 36, No. 1 (2012), pp. 157-178*.
- Wijaya, Stevanus Wisnu. (2006). Kajian Teoritis *Technology Acceptance Model* Sebagai Model Pendekatan Untuk Menentukan Strategi Mendorong Kemauan Pengguna dalam Menggunakan Teknologi Informasi dan Komunikasi. Prosiding Konferensi Nasional Sistem Informasi. Yogyakarta.