

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *SECURITY*, DAN  
*SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP *INTENTION TO USE*  
QRIS DENGAN *FINANCIAL LITERACY* SEBAGAI  
VARIABEL MODERATING  
(Studi Pada UMKM di Kota Semarang)**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan**

**Mencapai Gelar Sarjana S1**

**Program Studi Manajemen**



**Disusun Oleh:**

**Ika Nur Nafsiyah**

**NIM : 30402100001**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEMARANG**

**2025**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE, SECURITY, DAN SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP *INTENTION TO USE* QRIS DENGAN *FINANCIAL LITERACY* SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

**(Studi Pada UMKM di Kota Semarang)**

Disusun Oleh:

Ika Nur Nafsiyah

NIM: 30402100001

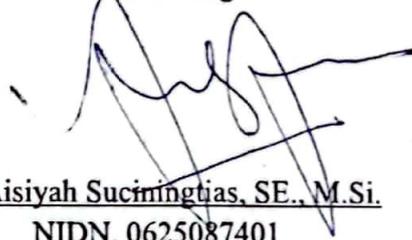
Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 30 April 2025

Pembimbing



Siti Aisyah Sucimingtias, SE., M.Si.

NIDN. 0625087401

**PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, SECURITY, DAN SOCIAL  
INFLUENCE TERHADAP INTENTION TO USE QRIS DENGAN  
FINANCIAL LITERACY SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

**(Studi Pada UMKM di Kota Semarang)**

Disusun Oleh :

**Ika Nur Nafsiyah**

**30402100001**

Pada tanggal 19 Mei 2025

**Susunan Dewan Penguji**

**Pembimbing**



**Siti Aisyah Suciningtias, SE., M.Si**  
NIK. 210499046

**Reviewer**



**Prof. Drs. Widnyanto, M.Si, Ph.D**  
NIK. 210489018

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Manajemen**



**Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M**

NIK. 214016055

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Ika Nur Nafsiyah  
NIM : 30402100001  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *SECURITY*, DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP *INTENTION TO USE* QRIS DENGAN *FINANCIAL LITERACY* SEBAGAI VARIABEL MODERATING”** merupakan karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur plagiarisme dengan cara yang tidak sesuai etika atau tradisi keilmuan. Peneliti siap menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran etika akademik dalam penelitian ini.

Semarang, 30 April 2025  
Yang menyatakan,



**Ika Nur Nafsiyah**  
**NIM. 3040210000**

## PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Ika Nur Nafsiyah
NIM	: 30402100001
Program Studi	: S1 Manajemen
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyerahkan hasil karya ilmiah berupa Tugas Akhir Skripsi dengan judul :

**“PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE, SECURITY, DAN SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP *INTENTION TO USE* QRIS DENGAN *FINANCIAL LITERACY* SEBAGAI VARIABEL MODERATING”**

Dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksekutif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya tulis ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan Pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 30 April 2025

Yang Memberi Pernyataan



IKA NUR NAFSIYAH  
NIM. 30402100001

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin pesat telah mendorong adopsi sistem pembayaran digital oleh masyarakat, termasuk UMKM. Salah satu inovasi yang muncul adalah QRIS, sistem pembayaran berbasis QR Code yang dihadirkan untuk menyederhanakan transaksi digital. UMKM kini semakin bergantung pada teknologi ini untuk mempermudah transaksi, sehingga penting untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat penggunaan QRIS. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Security*, dan *Social Influence* terhadap *Intention To Use* QRIS pada UMKM di Kota Semarang dengan *Financial Literacy* sebagai variabel moderating. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan melalui *online* dan *offline* dengan menggunakan *google form* dan alat analisis yang digunakan adalah SPSS versi 26. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel *Perceived Ease Of Use*, *Security*, dan *Social Influence* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Intention To Use* QRIS. *Financial Literacy* sebagai variabel moderasi mampu memperkuat hubungan antara *Perceived Ease Of Use* terhadap *Intention To Use* QRIS, namun *Financial Literacy* tidak mampu memperkuat hubungan antara *Security* dan *Social Influence* terhadap *Intention To Use* QRIS. Diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi praktis terhadap pihak Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) dan meningkatkan *intention to use* QRIS pada kalangan UMKM.

**Kata Kunci:** *Perceive Ease Of Use*, *Security*, *Social Influence*, *Financial Literacy*  
*Intention To Use*

## **ABSTRACT**

*The rapid advancement of technology has driven the adoption of digital payment systems by the public, including Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). One of the innovations that has emerged is QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard), a QR code-based payment system designed to simplify digital transactions. MSMEs are increasingly relying on this technology to facilitate transactions, making it essential to understand the factors that influence the intention to use QRIS. This study aims to examine the influence of Perceived Ease of Use, Security, and Social Influence on the Intention to Use QRIS among MSMEs in Semarang City, with Financial Literacy as a moderating variable. This research employs a quantitative method, with a sample of 100 respondents. Data were collected through questionnaires distributed both online and offline using Google Forms, and the data were analyzed using SPSS version 26. The results show that Perceived Ease of Use, Security, and Social Influence have a significant positive effect on the Intention to Use QRIS. Financial Literacy was found to strengthen the relationship between Perceived Ease of Use and Intention to Use QRIS, but it did not moderate the relationships between Security and Social Influence with Intention to Use QRIS. It is expected that the findings of this study can provide practical contributions to Payment System Service Providers (PJSPs) and help increase the intention to use QRIS among MSMEs.*

**Keywords:** *Perceived Ease of Use, Security, Social Influence, Financial Literacy, Intention to Use*

**UNISSULA**  
جامعة سلطان أبوبوع الإسلامية

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

*Alhamdulillah* rabbil'alamiin Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Security*, dan *Social Influence* terhadap *Intention to Use* QRIS dengan *Financial Literacy* sebagai Variabel Moderating (Studi Pada UMKM di Kota Semarang)” ini dengan baik . Tujuan dibuatnya Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

Dalam menyusun ini, tentunya penulis banyak menerima bantuan serta dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Siti Aisyah Suciningtias, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar dan ikhlas dalam memberikan arahan dan bimbingan selama menyelesaikan Skripsi
2. Kedua orang tua, Bapak Sholekan dan Ibu Kastinah yang telah memberikan semangat, dukungan, motivasi, doa, dan kasih sayang yang berlimpah kepada Penulis sehingga penulis berada dititik ini.

3. Prof. Dr. Heru Sulistyono, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
4. Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Islam Sultan Agung.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung
6. Keluarga, sahabat dan teman-teman penulis yang telah memberikan semangat, motivasi, dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan, dorongan, dan motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung.
8. Diri saya sendiri yang telah bekerja keras, tetap fokus dan bersemangat dan pantang menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan berkah-Nya dan membalas segala kebaikan kepada mereka yang telah membantu saya dalam penyusunan Proposal Skripsi ini. Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangannya, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan di masa yang akan datang, serta penulis berharap bahwa proposal ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan bisa menjadi referensi bagi penelitian yang akan datang

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Demak, 24 Januari 2024

Penulis



**Ika Nur Nafsiyah**  
**30402100001**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1. <i>Intention To Use</i> .....	11
2.1.2. <i>Perceive Ease Of Use</i> .....	12
2.1.3. <i>Security</i> .....	13
2.1.4. <i>Social Influence</i> .....	15
2.1.5. <i>Financial Literacy</i> .....	16
2.1.7. Modifikasi TAM.....	18
2.1.8. Quick Response code Indonesia Standar (QRIS).....	19
2.1.9. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	22
2.2 Kerangka Teori dan Rumusan Hipotesis.....	24

2.2.1. Kerangka Teori.....	24
2.3.2. Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	31
3.2 Populasi dan Sampel .....	31
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Sampel .....	31
3.3 Sumber dan Jenis Data .....	33
3.3.1 Data Primer .....	33
3.3.2 Data Sekunder.....	33
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	33
3.4.1 Kuesioner/Angket .....	33
3.5 Variabel dan indikator.....	34
3.5.1 Variabel .....	34
3.5.2 Indikator.....	34
3.6 Teknik Analisis .....	36
3.6.1 Uji Instrumen .....	36
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.6.3 Uji Hipotesis .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian/Responden.....	42
4.2 Analisis Deskripsi Variabel.....	46
4.2.1 Variabel Perceived Ease Of Use (X1).....	47
4.2.2 Variabel Security (X2) .....	48
4.2.3 Variabel Social Influence (X3) .....	48
4.2.4 Variabel Financial Literacy (M).....	49
4.2.5 Variabel Intention To Use (Y).....	50
4.3 Hasil Analisis data .....	51
4.3.1 Uji Instrumen .....	51
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	53
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
4.3.4 Uji Hipotesis .....	57

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
BAB V PENUTUP.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Implikasi Manajerial.....	72
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	74
5.4 Agenda Penelitian Mendatang.....	75
DAFTAR PUSTAKA .....	76
LAMPIRAN.....	81



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jenis Fintech yang Paling Banyak Diketahui di Indonesia .....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	25

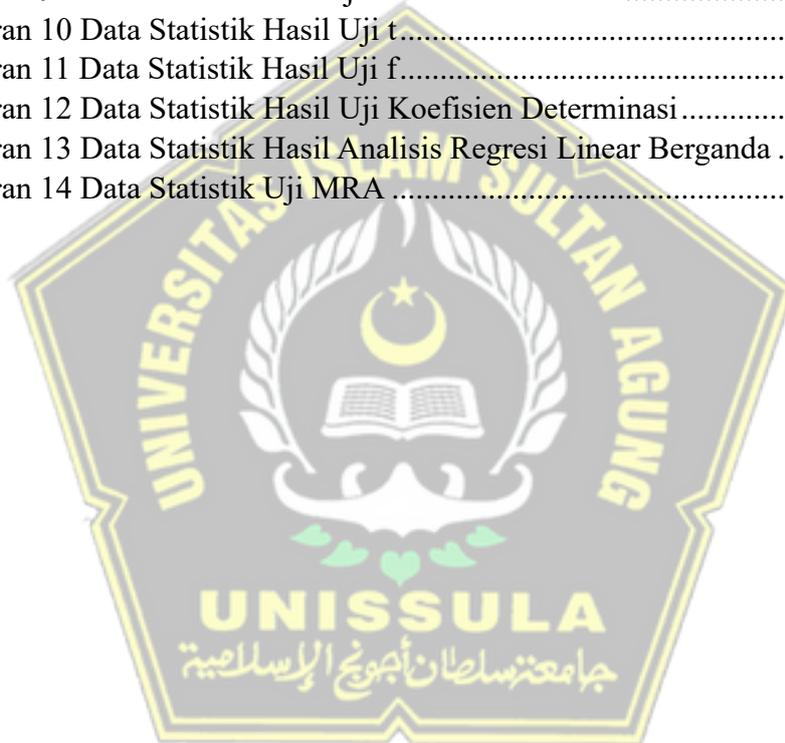


## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM di Kota Semarang.....	5
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	34
Tabel 3. 2 Variabel, Definisi operasional, dan Indikator Penelitian.....	34
Tabel 4. 1 Lokasi Usaha .....	43
Tabel 4. 2 Jenis Usaha.....	44
Tabel 4. 3 Lama Usaha.....	44
Tabel 4. 4 Jumlah Karyawan.....	45
Tabel 4. 5 Lama Penggunaan QRIS .....	46
Tabel 4. 6 Kategori Analisis Deskriptif.....	46
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif variabel Perceived Ease Of Use .....	47
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel security.....	48
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel Social Influence .....	48
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel Financial Literacy .....	49
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Variabel Intention To Use.....	50
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas .....	51
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas .....	52
Tabel 4. 14 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	53
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	55
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4. 18 Hasil Uji t.....	58
Tabel 4. 19 Hasil Uji f.....	59
Tabel 4. 20 Hasil Uji R <sup>2</sup> (Koefisien Determinasi).....	60
Tabel 4. 21 Hasil Uji MRA.....	61

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden .....	85
Lampiran 3 Bukti Penyebaran Kuesioner .....	86
Lampiran 4 Data Statistik Hasil Analisis Deskriptif .....	88
Lampiran 5 Data Statistik Hasil Uji Validitas .....	89
Lampiran 6 Data Statistik Hasil Uji Reliabilitas.....	91
Lampiran 7 Data Statistik Hasil Uji Normalitas .....	91
Lampiran 8 Data Statistik Hasil Uji Multikolinearitas .....	92
Lampiran 9 Data Statistik Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	92
Lampiran 10 Data Statistik Hasil Uji t.....	92
Lampiran 11 Data Statistik Hasil Uji f.....	93
Lampiran 12 Data Statistik Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	93
Lampiran 13 Data Statistik Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	93
Lampiran 14 Data Statistik Uji MRA .....	94



## BAB I

### PENDAHULUAN

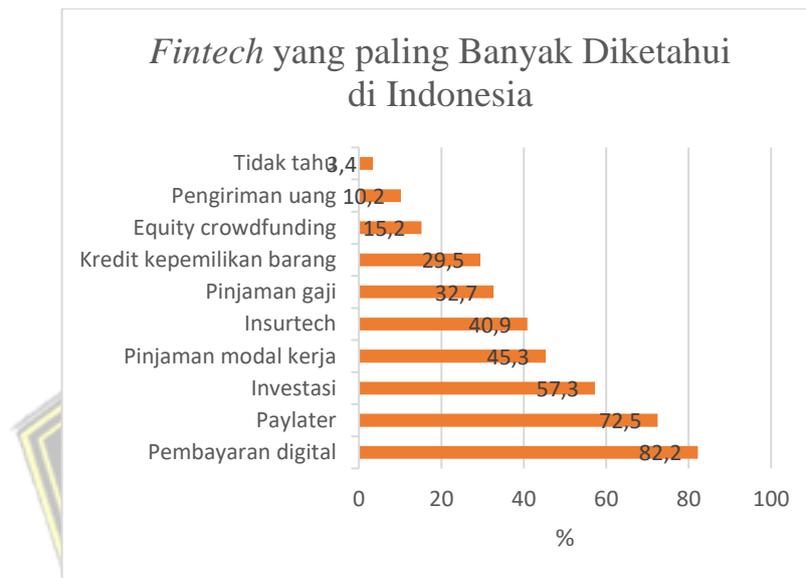
#### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi seperti sekarang ini perkembangan teknologi telah masuk ke semua aspek kehidupan manusia, terutama dengan munculnya digitalisasi sebagai bagian dari revolusi industri 4.0. Cepatnya perkembangan inovasi digital menyebabkan adanya transformasi digital, dari yang awalnya bersifat konvensional beralih ke digitalisasi (Sri & Andayani, 2023). Adanya era digitalisasi mampu mendukung dan semakin mempermudah pemakaian gadget dan internet oleh Masyarakat. Sehingga dengan adanya jaringan internet yang dipakai dalam suatu transaksi bisa semakin mempermudah pembayaran suatu transaksi tertentu (Utami, 2019). Laju perkembangan teknologi yang semakin cepat dan jangkauan internet di Indonesia yang semakin meluas serta kemudahan akses untuk pengguna internet yang menyebabkan pengguna internet berkembang pesat dan kemudian menyebabkan munculnya *financing gap*. Hal itulah yang menjadi salah satu alasan pembentukan perusahaan teknologi keuangan (FinTech) yaitu untuk mencari solusi alternatif untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan (Kusuma & Asmoro, 2021).

Kehadiran transformasi teknologi keuangan yang dikenal sebagai *financial technology (Fintech)*. *Fintech* bukan hanya membuat layanan keuangan menjadi lebih mudah untuk digunakan, tetapi juga bisa meningkatkan keefektifan dalam berbagai transaksi keuangan. Dalam beberapa tahun terakhir, kemajuan teknologi

dibidang keuangan telah memungkinkan terciptanya aplikasi-aplikasi yang sangat inovatif, seperti layanan transfer uang, alat untuk pinjaman dan pembayaran, dll (A. R. Putri *et al.*, 2022).

**Gambar 1. 1 Jenis *Fintech* yang Paling Banyak Diketahui di Indonesia**



Sumber: Katadata (databoks)

Hasil survei yang dilakukan oleh *Daily Social* menunjukkan bahwa pembayaran digital adalah produk *fintech* (*financial technology*) terpopuler di Indonesia, dengan 82,2% responden yang mengatakan telah mengetahui produk *fintech* tersebut. Pembayaran digital merupakan sebuah terobosan dari teknologi layanan digital dibidang keuangan (*Fintech*) yang dapat memudahkan UMKM (Cahyani *et al.*, 2023). Salah satu jenis *fintech* yang sangat membantu dan membantu aktivitas masyarakat adalah pembayaran digital, yang melibatkan penggunaan media elektronik saat melakukan transaksi, contohnya internet banking, mobile banking, dan dompet digital atau *e-wallet* (Kudu *et al.*, 2023).

Pembayaran digital di Indonesia ada berbagai jenis, antara lain *E-Wallet*, *mobile banking*, *internet bankng*, *virtual account*, *paylater*, kartu debit, kartu kredit dll. Semua itu termasuk dalam transaksi yang menggunakan uang elektronik yang dalam pembayarannya bisa menggunakan *QR Code*. Di Indonesia ada banyak sekali perusahaan yang menerbitkan uang elektronik dan setiap perusahaan memiliki *QR Code* yang berbeda. Oleh karenanya, pengguna uang elektronik ini merasa tidak efisien apabila melakukan transaksi menggunakan uang elektronik, sebab setiap jenis uang elektronik hanya dapat dipakai oleh penggunanya jika uang elektronik tersebut tersedia di lokasi tempat transaksi dilakukan.. Hal ini juga yang menyebabkan banyaknya *QR Code* yang digunakan di tempat usaha, karena untuk memenuhi setiap aplikasi uang elektronik yang dimiliki oleh customernya.

Karena fenomena tersebut, Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), pada tanggal 17 Agustus 2019 menerbitkan sistem pembayaran yang menggunakan *QR Code*, yaitu *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), diperkenalkan sebagai standarisasi untuk semua jenis pembayaran digital di Indonesia. QRIS memungkinkan semua pembayaran digital dapat diterima di seluruh *merchant* tanpa perlu menggunakan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang sama sehingga transaksi pembayaran digital bisa menjadi lebih efektif dan efisien. UMKM yang menggunakan QRIS dapat mempercepat proses transaksi dan dapat menghindari risiko uang palsu dan memastikan pencatatan transaksi dilakukan dengan cepat dan mudah dipantau di mana saja dan kapan saja (Febriani *et al.*, 2023).

Sejak diresmikannya pada tanggal 1 Januari 2020 hingga Agustus 2024 tercatat dalam Web resmi QRIS bahwa QRIS sudah dipakai di 514 kabupaten dan Kota yang ada di Indonesia yang terbagi menjadi 416 Kabupaten dan 98 Kota yang sudah mulai menggunakan QRIS. Dan total ada sekitar 32 juta merchant UMKM yang melayani pembayaran melalui QRIS di seluruh Indonesia (Katadata Databoks). Menurut Bank Indonesia (BI) per Agustus 2023, sudah ada 26,7 juta merchant QRIS dan didominasi oleh UMKM sekitar 91,4%.

Di Jawa Tengah sendiri sudah ada sebanyak 3,82 juta *merchant* QRIS yang didominasi oleh UMKM sebanyak 2.65 juta atau 98.14%, yang kemudian menjadikan Jawa Tengah sebagai Provinsi terbesar ke-4 *merchant* QRIS terbanyak setelah DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Jawa Timur (Bank Indonesia)

Berdasarkan keterangan dari Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang dalam (Web Pemerintah Kota Semarang) , Agus Wuryanto menyebutkan bahwa per Mei 2023 terdata sudah ada 60 % UMKM di Kota Semarang yang sudah melek digital. Hal menunjukkan bahwa mayoritas UMKM di wilayah Kota Semarang telah sadar dan siap mengintegrasikan teknologi digital dalam bisnis mereka. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Tengah, Kota Semarang merupakan salah satu wilayah yang memiliki jumlah UMKM terbanyak di Jawa Tengah. Berikut data jumlah UMKM di Kota Semarang:

**Tabel 1. 1 Jumlah UMKM di Kota Semarang**

No	Keterangan	2022	2023	Persentase Kenaikan
1	Jumlah usaha Mikro dan Kecil	29.611	30.024	1,39%
2	Jumlah usaha Menengah	718	718	0%
	Jumlah UMKM	30.329	30.742	1,39%

Sumber: [dinkop-umkm.jatengprov.go.id](http://dinkop-umkm.jatengprov.go.id)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa adanya perkembangan jumlah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dari tahun 2022 hingga 2023. Jumlah usaha mikro dan kecil meningkat sebesar 1,39% dari 29.611 menjadi 30.024. Sementara itu, jumlah usaha menengah tetap stabil di angka 718, atau tanpa perubahan dari tahun 2022 ke 2023. Secara keseluruhan total jumlah UMKM meningkat sebesar 1,39% dari 30.329 menjadi 30.742. Tabel tersebut mengindikasikan bahwa pertumbuhan lebih banyak terjadi pada sektor usaha mikro dan kecil, sedangkan usaha menengah tidak menunjukkan perubahan signifikan.

Studi yang dilakukan Sihaloho *et al.*, (2020) menjelaskan bahwa peningkatan QRIS terjadi karena QRIS dapat memberikan manfaat bagi UMKM. Namun hal tersebut tidak sama dengan penelitian Mustagfiroh & Supriyadi, (2024) yang menyatakan bahwa para penggunaan QRIS tidak memberikan kemudahan bagi mereka karena minimnya informasi, adanya biaya transaksi yang ditanggung oleh UMKM dan lambatnya proses pencairan dana sehingga mereka lebih menyukai transaksi non-digital. Hal Ini menunjukkan bahwa masih banyak UMKM

yang beranggapan bahwa dengan menggunakan QRIS akan membuatnya merasa lebih sulit dan tidak memberikan manfaat apa pun bagi mereka.

Salah satu masalah lain yang sering terjadi saat menggunakan QRIS di UMKM adalah uang tidak kunjung masuk ke rekening dalam waktu 2 hingga 5 hari kerja setelah transaksi selesai dilakukan, yang dapat menyebabkan adanya *pending* transaksi apabila UMKM memiliki banyak QRIS dari berbagai bank (Kudu *et al.*, 2023). Hal tersebut menjadikan para pelaku UMKM merasa tidak aman ketika bertransaksi menggunakan QRIS karena masih adanya *pending transaction* ketika menggunakan QRIS.

*Perceived ease of use* menjadi salah satu factor yang menjadikan UMKM berminat untuk menggunakan teknologi pembayaran digital seperti QRIS. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Buluati *et al* (2023) yang mengatakan bahwa *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use* QRIS pada pelaku UMKM. Hasil ini menunjukkan bahwa QRIS mudah digunakan, dan mereka akan lebih tertarik untuk menggunakannya dalam berbagai aktivitas, terutama jika mereka memudahkan pembayaran kepada pembeli produk UMKM. Namun hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian (Amalia & Purwantini, 2021) yang menyebutkan bahwa *Perceived ease of use* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap seseorang dalam menggunakan *fintech*.

Dalam penggunaan teknologi keuangan digital, pengguna ingin mendapatkan jaminan keamanan dalam transaksi pembayaran yang mereka lakukan

karena di era perkembangan digital yang sekarang banyak sekali ancaman-ancaman yang terjadi seperti kejahatan *cyber* yang biasanya melakukan kejahatan melalui media sosial atau internet Dianta & Zusrony, (2019). Penelitian yang dilakukan Fadhilah *et al.*, (2021) menyatakan bahwa *security* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to use* QRIS pada UMKM yang dibina oleh BI KPw Solo. Namun Sukmawati & Kowanda (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *security* tidak memiliki pengaruh terhadap *intention to use* gopay

*Social Influence* dipandang sebagai pengaruh dari orang lain terhadap minat seseorang untuk menggunakan. Untuk setiap orang berbeda, beberapa orang menerima pengaruh dari orang lain secara keseluruhan dalam *intention to use* teknologi, yang lain ada yang hanya menerima sebagian, dan yang lain tidak sama sekali terpengaruh dalam *intention to use* teknologi QRIS ini. Dalam penelitian Fithri Meuthia *et al* (2020) menunjukkan adanya pengaruh yang positif signifikan terhadap *intention to use* uang elektronik di kota Padang. Namun berbeda halnya dengan penelitian Wardani *et al* (2024) yang mengatakan *social influence* tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *intention to use* QRIS.

Fardani *et al.*, (2024) melakukan penelitian yang menemukan bahwa *financial literacy* mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan minat penggunaan QRIS yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat *financial literacy* seseorang, maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap keputusan untuk menggunakan teknologi. Oleh karenanya, meningkatkan *financial literacy* akan membantu pembuatan keputusan keuangan yang lebih baik.

Berdasarkan fenomena dan research gap penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Security*, dan *Social Influence* Terhadap *Intention to Use* QRIS Dengan *Financial Literacy* Sebagai Variabel Moderasi”. Dengan menambahkan variabel *Financial Literacy* sebagai moderating dalam penelitian ini menjadikan pembeda dengan penelitian sebelumnya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan *research gap* dan fenomena bisnis yang telah dikemukakan di latar belakang, penulis menemukan adanya masalah yaitu “adanya perbedaan temuan dari hasil penelitian terdahulu mengenai *perceive ease of use*, *security* dan *social influence* dalam pengaruhnya terhadap *intention to use* QRIS pada UMKM. Di satu sisi UMKM sebagai salah satu penggerak perekonomian namun di sisi lain UMKM masih banyak yang belum melek digital, karena masih rendahnya *financial literacy* dan merasa bahwa apabila mereka menggunakan teknologi digital maka akan lebih memperumit dan belum bisa mempercayai keamanan dari penggunaan teknologi digital yang digunakan”. Oleh sebab itu, masalah penelitian dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: “Bagaimana Pengaruh *Perceive Ease Of Use*, *Security* dan *Social Influence* terhadap *Intention To use* QRIS pada UMKM di Kota Semarang dengan *Financial Literacy* sebagai Pemoderasi?”.

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use* QRIS pada UMKM di Kota Semarang?
2. Bagaimana pengaruh *security* terhadap *intention to use* QRIS pada UMKM di Kota Semarang?
3. Bagaimana pengaruh *social influence* terhadap *intention to use* QRIS pada UMKM di Kota Semarang?
4. Bagaimana *financial literacy* memoderasi pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use* QRIS pada UMKM di Kota Semarang?
5. Bagaimana *financial literacy* memoderasi pengaruh *security* terhadap *intention to use* QRIS pada UMKM di Kota Semarang?
6. Bagaimana *financial literacy* memoderasi pengaruh *social influence* terhadap *intention to use* QRIS pada UMKM di Kota Semarang?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use* QRIS pada UMKM di Kota Semarang
2. Untuk menganalisis pengaruh *security* terhadap *intention to use* QRIS pada UMKM di Kota Semarang
3. Untuk menganalisis pengaruh *social influence* terhadap *intention to use* QRIS pada UMKM di Kota Semarang

4. Untuk menganalisis pengaruh *financial literacy* dalam memoderasi hubungan *perceived ease of use* terhadap *intention to use* QRIS pada UMKM di Kota Semarang
5. Untuk menganalisis pengaruh *financial literacy* dalam memoderasi hubungan *security* terhadap *intention to use* QRIS pada UMKM di Kota Semarang
6. Untuk menganalisis pengaruh *financial literacy* dalam memoderasi hubungan *social influence* terhadap *intention to use* QRIS pada UMKM di Kota Semarang.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat mendukung penelitian sebelumnya dan memberikan perspektif baru tentang faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi pembayaran digital QRIS pada UMKM. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi pembayaran digital QRIS pada UMKM.

#### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan untuk pemerintah daerah dan penyedia layanan keuangan dalam membuat strategi pengembangan yang lebih baik untuk meningkatkan literasi UMKM terhadap teknologi pembayaran digital salah satunya QRIS. Diharapkan penelitian ini akan mempercepat pertumbuhan adopsi QRIS oleh UMKM, sehingga mereka dapat lebih banyak berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1. *Intention To Use*

Putri *et al* 2022) mengartikan *intention to use* adalah keinginan individu untuk berperilaku tertentu jika ia memiliki minat untuk melakukannya. Kemudian Ratnasari & Santi (2024) menjelaskan bahwa *intention to use* merupakan “ketertarikan seseorang untuk menggunakan *financial technology* termasuk QRIS. *Intention to use* dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal”. Sedangkan menurut Edwin Zusrony *et al* (2023) minat menggunakan adalah kecenderungan seseorang untuk tertarik, menetap pada sesuatu serta merasakan kesenangan karena telah memilihnya, minat menunjukkan bahwa ada “hubungan antara dorongan dalam diri sendiri seseorang dan keinginan mereka untuk terlibat dalam sesuatu yang mereka sukai”. Ini berarti seseorang akan terlibat dalam sesuatu yang mereka rasa minati karena adanya rasa kesenangan. Dapat disimpulkan bahwa *intention to use* adalah keputusan seseorang untuk menggunakan sesuatu yang mereka sukai dan sesuai preferensi mereka.

Menurut Jogiyanto 2007 dalam Ratnasari & Santi (2024) indikator dari *intention to use* adalah sebagai berikut:

- 1) Rasa ingin menggunakan
- 2) Selalu menggunakan

3) Berlanjut menggunakan dimasa yang akan datang

### 2.1.2. *Perceive Ease Of Use*

Menurut Amalia & Purwantini (2021) *perceive ease of use* merupakan dasar pengambilan keputusan seseorang dalam menggunakan teknologi. Kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor penting dalam Keputusan penggunaan teknologi, karena seseorang yang memakai teknologi dirinya berharap bahwa nantinya akan lebih didimudahkan dalam pekerjaannya. Menurut Farokha & Rivai (2022) kemudahan adalah persepsi yang membuat individu meyakini bahwa dengan menggunakan suatu sistem tidak mengeluarkan banyak usaha. Sedangkan menurut Bangsa & Khumaeroh (2023) *perceive ease of use* adalah anggapan seseorang tentang kemudahan dalam penggunaan sebuah sistem yang menjadikan seseorang tersebut dapat memutuskan penggunaan sistem secara matang. Jika seseorang merasa mudah menggunakan sebuah sistem, maka dia akan minat untuk menggunakannya. Lalu menurut Putri *et al* (2022) kemudahan diartikan sebagai “kepercayaan individu dimana apabila mereka memakai sistem tertentu akan terbebas dari suatu tindakan, mereka percaya bahwasannya teknologi itu mudah untuk dipergunakan.” Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan adalah perasaan seseorang tentang suatu penggunaan teknologi menjadikan dirinya lebih dipermudah sehingga tidak perlu lagi mengeluarkan usaha yang lebih seperti sebelumnya.

Indikator dari persepsi *perceive ease of use* menurut Davis (1989) dalam (Bangsa & Khumaeroh, 2023) adalah sebagai berikut:

1) Mudah dipelajari

suatu teknologi diharapkan dalam pemakaiannya mudah untuk dipelajari, maksud dalam penelitian ini adalah penggunaan QRIS.

2) Fleksibel

Artinya penggunaan QRIS dapat digunakan kapanpun dan dimanapun

3) Mudah digunakan

Dalam penggunaan suatu teknologi diharapkan mudah untuk digunakan, maksud dalam penelitian ini adalah penggunaan QRIS.

4) Jelas dan dapat dipahami

Dalam penggunaan suatu teknologi fitur-fitur yang ada didalamnya harus jelas sehingga mudah dipahami, maksud dalam penelitian ini adalah penggunaan QRIS.

### 2.1.3. Security

Menurut Buluati et al., (2023) “*security* adalah kondisi dimana konsumen merasa aman dalam melakukan transaksi secara online. *Security* juga menjadi salah satu faktor penting yang bisa memengaruhi *intention to use e-commerce*”. *Security* menurut Romdhoni, (2022) adalah “persepsi yang dapat menunjukkan tingkat keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap keamanan teknologi yang digunakannya”. Sedangkan menurut Desiyanti S., (2022) *security* merujuk tentang bagaimana suatu sistem dapat melindungi keamanan transaksinya penggunanya, termasuk pada keamanan data informasi tentang konsumen. Dalam hal tersebut pendapat dari Aditya & Mahyuni, (2022) “*security* bisa terjadi jika adanya ancaman

dari pihak luar ataupun oknum sehingga menjadi terciptanya keamanan jaringan, layanan yang baik dan terhindar dari penipuan”. Dapat disimpulkan bahwa *security* adalah persepsi pengguna bahwa apabila ia menggunakan suatu sistem teknologi akan merasa aman dan tidak akan terjadi kebocoran informasi terkait transaksinya ataupun informasi data pribadinya.

Indikator dari *security* menurut Farokha & Rivai, (2022) adalah sebagai berikut:

1) Jaminan Keamanan

Pengguna teknologi digital merasa aman dalam transaksi yang mereka lakukan, dijamin bahwa tidak akan ada penyalahgunaan informasi pribadi dan transaksi

2) Kerahasiaan Data

Kerahasiaan data merupakan hal penting bagi pengguna teknologi digital. Kerahasiaan data harus benar-benar aman dan dijaga

3) Citra Penjualan

Citra penjualan adalah hasil penilaian untuk produk atau layanan yang ditawarkan Perusahaan.

4) Kualitas Produk

Kualitas produk didapatkan dari pengalaman langsung pelanggan setelah membeli produk atau layanan dari perusahaan

#### 2.1.4. *Social Influence*

Cahyani *et al* (2023) mengatakan bahwa “pengaruh sosial (*social influence*) adalah sejauh mana persepsi seorang bahwa pihak lain mempercayai bahwa sebaiknya harus menggunakan sistem/teknologi”. *Social influence* dapat mempengaruhi seseorang atau kelompok untuk mengubah perilaku atau sikap orang-orang yang ada pada lingkungan tersebut karena kepercayaannya terhadap orang tersebut (Fauziah & Siti., 2021). Sedangkan menurut Aditya & Mahyuni, (2022) *social influence* merupakan suatu tekanan dari pihak eksternal yang menunjukkan sampai mempengaruhi seseorang terkait penggunaan teknologi. “Pengaruh dari lingkungan sekitar individu disebut dengan *social influence* yang dimana seseorang yang berada dalam lingkungan tertentu tidak lepas dari norma aturan yang ada dalam lingkungan tersebut” (Endrica & Sari, 2021). Dapat disimpulkan bahwa *social influence* adalah faktor-faktor dari luar individu seperti faktor norma, citra, orang-orang disekitar yang bisa mempengaruhi minat dan perilaku seseorang dalam menggunakan suatu teknologi.

Indikator dari *social influence* menurut Sudiatmika & Martini (2022) adalah sebagai berikut:

- 1) *Subjective norm* adalah “anggapan seseorang bahwa orang terdekat seperti keluarga, teman atau orang yang dipercaya dapat memberikan pengaruh mengenai seseorang dalam melakukan perilaku tertentu”.
- 2) *Social factors* adalah “sekelompok orang atau sosial yang memiliki kesepakatan antar individu dengan orang lain dalam situasi sosial tertentu”.

- 3) *Image* atau citra diartikan sebagai “sejauh mana penggunaan sesuatu dapat meningkatkan citra atau level seseorang dalam sistem sosial”.

### 2.1.5. *Financial Literacy*

Fardani (2024) mendefinisikan “*financial literacy* sebagai pengetahuan, pemahaman, keterampilan, sikap, dan keyakinan seseorang terkait pengelolaan keuangannya untuk mencapai kesejahteraan dalam penggunaan layanan keuangan”. Sedangkan menurut Aulia et al., (2022) mengartikan “*financial literacy* sebagai kemampuan seseorang untuk membuat keputusan berdasarkan informasi dan pemahaman tentang penggunaan dan pengelolaan uang”. “*financial literacy* memiliki hubungan dengan minat penggunaan teknologi karena seseorang sebelum memiliki minat menggunakan suatu teknologi harus terlebih dahulu memiliki kemampuan dalam memahami dan mengakses lembaga keuangan” (Kresna & SBM, 2022). Dapat disimpulkan bahwa *financial literacy* adalah pemahaman dan pengetahuan seseorang tentang pengelolaan keuangan sehingga nantinya bisa membuat Keputusan keuangan yang baik untuk pengelolaan keuangannya.

Indikator *financial literacy* menurut SNLIK OJK (2019) adalah sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan terhadap lembaga jasa keuangan
- 2) Keterampilan terhadap lembaga jasa keuangan
- 3) Sikap untuk menilai Upaya peningkatan kualitas pengambilan Keputusan dan pengelolaan keuangan individu

- 4) Perilaku keuangan untuk menilai upaya peningkatan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan individu.

#### 2.1.6. TAM

Sejak F. Davis memperkenalkan teori ini pada tahun 1989, *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah salah satu model yang paling sering dipakai untuk mengetahui perilaku minat teknologi. TAM didasarkan pada teori psikologi yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen tahun 1975 yaitu *Theory Reasoned Action* (TRA). Rivaldi (2022) TAM digunakan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan sikap seseorang terhadap minat penggunaan teknologi informasi. Secara teoritis, TAM dibagi menjadi 6 dimensi yang terbagi dalam 4 dimensi yaitu *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan), *Perceive Usefulness* (Persepsi Kebermanfaatan), *Attitude Toward Using*, dan *Behavioral Intention* sebagai konstruk inti model (Widowati & Khusaeni, 2022).

Pada penelitian ini, penulis memakai salah satu konstruk yang paling sering digunakan oleh seseorang dalam mempengaruhi minat penggunaan seseorang terhadap adopsi teknologi, yaitu *perceive ease of use*. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Rivaldi, (2022) yang mengatakan bahwa “untuk mengetahui minat individu atau organisasi dalam menggunakan teknologi, TAM mempunyai dua konstruk utama yaitu *perceived usefulness*, dan *perceived ease of use*.” Berdasarkan teori TAM, semakin besar persepsi seseorang bahwa suatu teknologi berguna dan dapat memberikan manfaat, maka semakin positif sikap orang tersebut untuk menggunakan teknologi tersebut.

### 2.1.7. Modifikasi TAM

Salah satu modifikasi TAM yaitu TAM2. Beberapa peneliti juga sudah memodifikasi TAM dengan menambahkan variabel tertentu untuk memprediksi segala sesuatu yang dapat mempengaruhi penggunaan teknologi. Di tengah banyaknya *digital payment system*, perlu dilakukan pengujian untuk mengubah model TAM dengan menambahkan variabel *trust* dan *security* (Purwanto & Alli, 2020).

Venkatesh, *et. al.* (2002) dalam Fatmawati, (2015) memodifikasi TAM dengan menambahkan faktor intrinsik dan ekstrinsik sebagai variabel eksternal yang mempengaruhi penggunaan. Faktor yang muncul dari dalam individu itu sendiri disebut sebagai faktor intrinsik, sedangkan faktor yang muncul karena faktor lingkungan yang dapat mempengaruhi pengguna untuk menggunakan sistem informasi disebut sebagai faktor ekstrinsik. Variabel eksternal bisa dirubah dan kemudian disesuaikan dengan objek penelitian yang akan dilakukan. Faktor sosial, keamanan, jaminan layanan, kompleksitas adalah contoh hasil penelitian dengan menggunakan model TAM (Fatmawati, 2015).

Dalam model TAM2 ini variabel eksternal yang digunakan yaitu *security*, *social influence* dan *financial literacy*. Dimana *security* dan *financial literacy* merupakan variabel eksternal dari faktor intrinsik dan variabel *social influence* merupakan variabel eksternal dari faktor ekstrinsik. Siswanti *et al.*, (2022) mengartikan “*security* adalah keyakinan individu saat melakukan transaksi ia merasa aman sehingga akan sangat mudah bagi pengguna sehingga menimbulkan persepsi bahwa menggunakan layanan tersebut akan menguntungkan bagi dirinya”

(Siswanti *et al.*, 2022). *Financial literacy* dapat dimaknai sebagai pengetahuan pengetahuan seseorang dalam membuat keputusan keuangan yang baik. Sehingga, pengguna merasa lebih mudah untuk menggunakannya (Agustina & Riyanto, 2023). Social Influence mengarah pada “persepsi seseorang yang sekiranya perlu mendengarkan pendapat dari orang lain untuk meyakinkan dirinya ketika menggunakan sistem baru” (Fatmawati, 2015).

### 2.1.8. Quick Response code Indonesia Standar (QRIS)

#### a) Definisi QRIS

*Quick Response Code Indonesian Standar* adalah standarisasi QR Code yang digunakan dalam sistem pembayaran di Indonesia yang dikembangkan oleh Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). QR dapat mempermudah penggunaannya karena sistemnya yang dirancang hanya menggunakan 1 QR Code saja dan digunakan untuk melayani berbagai jenis pembayaran dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP).

Regulasi BI tentang Implementasi Standar Nasional Quick Response Code untuk Pembayaran QRIS termuat dalam PADG No.21/18/2019. Gambaran tentang pembayaran menggunakan QRIS yaitu merchant hanya perlu menggunakan satu QR Code saja untuk semua pembayaran non-tunai dan dari PJSP manapun. Oleh karenanya, itu akan membuat UMKM merasa lebih mudah dan praktis dalam melakukan pembayaran digital karena sudah tidak perlu lagi mempunyai dan memasang QR Code yang banyak dari masing-masing PJSP (Bagus Prasasta Sudiarmika & Ayu Oka Martini, 2022).

## b) Jenis-jenis QRIS

Asosiasi Penyelenggara Jasa Indonesia (ASPI) menjelaskan bahwa ada 5 jenis QRIS yang ada di Indonesia, yaitu:

### 1) *Merchant Presented Mode* (MPM) Statis

Cara paling sederhana dan paling murah untuk menerima pembayaran Tidak perlu adanya alat khusus untuk menampilkan kode QRIS, cukup dengan menunjukkan kode QRIS pada pengguna untuk melakukan scan pada aplikasi pembayaran yang dipilih, memasukkan nominal pembayaran, lalu klik bayar.

### 2) *Merchant Presented Mode* (MPM) Dinamis

Dapat menerima pembayaran dengan cepat dan akurat dengan hanya memasukan jumlah pembayaran ke dalam aplikasi atau perangkat dari PJSP, kemudian meminta pelanggan untuk melakukan scan QRIS yang ditampilkan atau tercetak, dan kemudian melakukan konfirmasi pembayaran.

### 3) *Consumer Presented Mode*

Pembayaran dan penerimaan yang paling cepat. Pelanggan cuma perlu menunjukkan kode QRIS yang ditunjukkan oleh aplikasi pembayaran, pedagang memasukkan aplikasi atau perangkat pedagang, dan pedagang memeriksa kode QRIS pengguna.

### 4) *Merchant Presented Mode* (MPM) untuk fitur Transfer, Tarik Tunai dan Setor Tunai

QRIS juga dapat digunakan untuk transfer dan setor tunai di toko, outlet, atau ATM yang sudah mendukung transaksi, selain menerima pembayaran secara cepat dan akurat.

#### 5) *Merchant Presented Mode* (MPM) untuk belanja lintas negara (*Crossborder*)

Turis asing dapat menggunakan kode QRIS saat berbelanja di tempat wisata yang ada di Indonesia. Sebaliknya, orang Indonesia juga dapat berbelanja di Thailand dan Malaysia dengan scan kode QRIS.

#### c) Kelebihan dan Kelemahan QRIS

##### 1) Kelebihan

- Sistem pembayaran jadi lebih efisien
- Mencegah dari tindakan criminal
- Peningkatan persaingan bisnis
- Kemampuan untuk digunakan oleh semua orang.

##### 2) Kekurangan

- Kurangnya pengetahuan tentang penggunaan QRIS
- Jaringan internet Indonesia yang tidak merata dan stabil.

#### d) Karakteristik QRIS

Bank Indonesia mengangkat tema “UNGGUL” dalam peluncuran QRIS., UNGGUL disini merupakan kepanjangan dari:

##### 1) Universal

QRIS dapat digunakan untuk menerima ataupun melakukan pembayaran pada aplikasi PJSP manapun, sehingga pengguna dari aplikasi PJSP manapun hanya perlu menggunakan 1 QR Code untuk berbagai macam pembayaran.

## 2) Gampang

Kemudahan ini bisa dirasakan oleh semua pengguna QRIS. Bagi Masyarakat kemudahan yang dirasakan adalah hanya cukup scan QR lalu klik dan bayar. Kemudahan yang dirasakan oleh merchant adalah mereka hanya perlu menyediakan 1 QR Code saja.

## 3) Untung

Pengguna QRIS bisa melakukan pembayaran dari PJSP manapun, dan merchant hanya perlu mempunyai satu akun untuk menerima semua pembayaran apapun.

## 4) Langsung

Pembayaran dengan menggunakan QRIS dapat langsung diproses secara real time. Dimana setelah bertransaksi, pengguna dan merchant akan langsung mendapatkan notifikasi dari transaksi yang telah dilakukan.

### **2.1.9. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

#### a) Definisi UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM merupakan bagian yang penting dari perekonomian Indonesia, “UMKM adalah kegiatan usaha yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, dan/atau badan usaha kecil

menengah. UMKM dibedakan berdasarkan pendapatan tahunan, jumlah kekayaan, dan jumlah karyawan” (Bagus Prasasta Sudiatmika & Ayu Oka Martini, 2022). Menurut BPS definisi UMKM juga didasarkan pada jumlah pegawainya dimana “usaha kecil adalah perusahaan yang mempunyai 5-19 karyawan, usaha menengah perusahaan yang mempunyai 20-99 karyawan”

#### b) Kriteria UMKM

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah pengelompokan kriteria UMKM adalah sebagai berikut:

- 1) Usaha Mikro adalah perusahaan dengan kekayaan bersih hingga Rp.50.000.000 (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan penjualan hingga Rp.300.000.000 setiap tahun dengan jumlah karyawan 1-4 orang
- 2) Usaha kecil adalah perusahaan dengan kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 hingga Rp. 500.000.000 (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan keuntungan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 hingga Rp. 2.500.000.000 setaip tahunnya dengan jumlah karyawan 5-19 orang
- 3) Usaha menengah adalah Perusahaan dengan kekayaannya antara Rp. 500.000.000 dan Rp. 10.000.000.000 (tidak termasuk tanah dan bangunan. keuntungan tahunan antara Rp. 2.500.000.000 sampai Rp. 50.000.000.000 setaip tahunnya dengan jumlah karyawan 20-99 orang.

#### c) Klasifikasi UMKM

Klasifikasi Usaha Mikro Kecil menengah menurut Muhajir (2022) adalah sebagai berikut:

- 1) *Livelihood Activities*, yaitu jenis usaha yang hanya digunakan sebagai peluang untuk bekerja mencari nafkah, jenis kegiatan usahanya tidak formal. Misalnya, pedagang kaki lima.
- 2) *Micro Enterprise* adalah usaha yang hanya memiliki ekonomi kreatif tetapi tidak memiliki jiwa dan kemampuan kewirausahaan.
- 3) *Small Dynamic Enterprise* adalah usaha yang memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan dengan kontrak dan biasanya sudah mampu untuk melakukan kegiatan ekspor
- 4) *Fast Moving Enterprise* adalah usaha yang memiliki jiwa kewirausahaan dan akan berkembang menjadi bisnis besar.

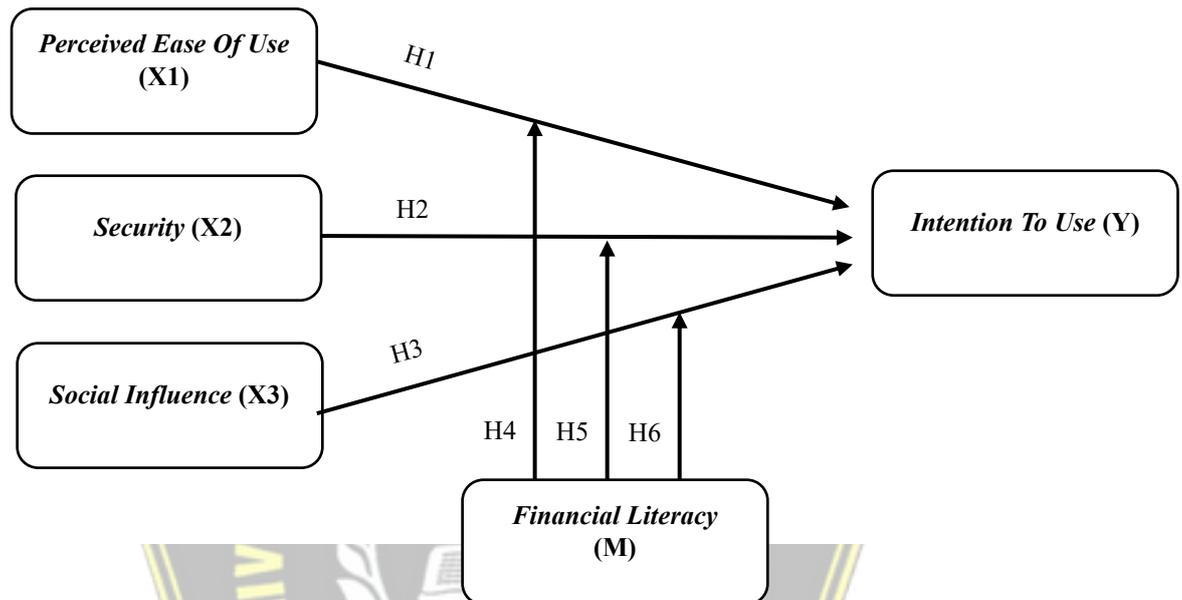
## **2.2 Kerangka Teori dan Rumusan Hipotesis**

### **2.2.1. Kerangka Teori**

Kerangka berpikir merupakan “model empirik tentang bagaimana sebuah teori dapat berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting” (Sugiyono, 2019: 72). Kerangka berpikir memberikan penjelasan tentang bagaimana variabel yang ingin diteliti ini dapat berhubungan satu sama lain. lebih tepatnya, hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini, variabel independen yang ingin diteliti ada 3 yaitu *Perceive Ease Of Use* (X1), *Security* (X2), *Social Influence* (X3) dan variabel dependen adalah Minat menggunakan (Y). Kemudian *Financial Literacy*

(M) sebagai variabel moderasi. Berikut gambar kerangka berpikir dari penelitian ini:

**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis**



### 2.3.2. Pengembangan Hipotesis Penelitian

#### 1. Pengaruh *Perceive Ease Of Use* terhadap *Intention To Use* QRIS

Menurut Rivaldi, (2022) “*perceive ease of use* merupakan kondisi dimana seseorang berfikir bahwa dalam menggunakan suatu sistem itu bisa lebih mempermudah atau effort-free”. Artinya, untuk menggunakan sebuah sistem itu tidak memerlukan lagi penuh usaha. “Seseorang akan merasa atau yakin bahwa teknologi informasi akan mudah digunakan, maka pengguna akan menggunakannya. Tetapi, sebaliknya jika teknologi tersebut tidak mudah digunakan, maka pengguna tidak akan menggunakannya” (Ratnasari et al., 2024)

Penelitian yang dilakukan oleh (Buluati et al., 2023) menunjukkan bahwa “*perceive ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use* QRIS pada pelaku UMKM”. Kemudian penelitian (Edwin Zusrony et al., 2023) menunjukkan adanya “pengaruh positif dan signifikan antara variabel *perceive ease of use* dengan minat penggunaan pembayaran digital QRIS pada pelaku UMKM”. Dapat disimpulkan bahwa semakin mudah penggunaan suatu teknologi yang digunakan oleh seseorang maka minat menggunakan teknologi digital tersebut semakin meningkat. Berdasarkan teori dan pernyataan diatas maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

**H1: *Perceive Ease Of Use* Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Minat Menggunakan QRIS.**

## 2. Pengaruh *Security* terhadap *Intention To Use* QRIS

Menurut Siswanti et al., (2022) *security* adalah keyakinan dari seseorang ketika ia bertransaksi merasa aman sehingga akan sangat mudah timbul persepsi bahwa dengan menggunakan layanan itu akan menguntungkannya. *Security* merupakan salah satu unsur penting pada pembayaran digital. Jika tingkat *security* layanan tersebut tinggi, maka akan ada lebih banyak orang yang akan berminat untuk menggunakannya (Memakai et al., 2022).

Penelitian yang dilakukan Fadhilah et al., (2021) menyatakan bahwa “*security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use* QRIS para pelaku UMKM binaan BI KPW Solo”. Selanjutnya penelitian (Buluati et al., 2023) menunjukkan hasil bahwa “*security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap

*intention to use* QRIS pada pelaku UMKM”. Dapat disimpulkan bahwa Ketika seseorang merasa aman menggunakan suatu teknologi maka mereka cenderung akan memakai teknologi tersebut. Berdasarkan teori dan pernyataan diatas maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

## **H2: *Security* Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Minat Menggunakan QRIS.**

### 3. Pengaruh *Social Influence* terhadap *Intention To Use* QRIS

Menurut Endrica & Sari (2021) *social influence* adalah tingkat dimana seseorang yang menganggap keyakinan seseorang adalah hal yang penting bagi dirinya dalam menggunakan sistem teknologi digital. “Ketika seseorang berada di dalam lingkungan yang menggunakan produk ataupun layanan *fintech* seperti pembayaran digital, maka lingkungan tersebut juga dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan produk ataupun layanan tersebut. Dalam hal ini saran dari orang-orang yang mereka anggap penting memiliki peranan dalam sebuah pengambilan keputusan penggunaan produk ataupun layanan *fintech*” (Damayanti & Fathihani, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Bagus Prasasta Sudiatmika & Ayu Oka Martini, (2022) menyatakan bahwa “*social influence* berpengaruh positif terhadap niat menggunakan QRIS pada UMKM di Denpasar”. Kemudian penelitian (Fithri Meuthia et al., 2020) menunjukkan hasil bahwa “*social influence* berpengaruh positif terhadap *intention to use* uang elektronik pada pelaku UMKM di kota

Padang”. Berdasarkan teori dan pernyataan diatas maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

**H3: *Social Influence* berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Minat Menggunakan QRIS.**

4. Pengaruh *Perceive Ease Of Use* terhadap Minat Menggunakan QRIS dengan *Financial Literacy* sebagai Variabel Moderating.

Menurut Sukandar & Hermawan (2022) *perceive ease of use* merujuk tentang “sejauh mana seseorang mempercayai bahwa dengan ia menggunakan suatu teknologi akan terbebas dari usaha”. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fardani *et al.*, (2024) menunjukkan bahwa “*perceive ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use QRIS*”. Dalam konteks ini, apabila semakin mudah penggunaan suatu teknologi yang digunakan oleh seseorang maka minat menggunakan teknologi digital tersebut semakin meningkat

Penelitian yang dilakukan oleh (Fardani *et al.*, 2024) menunjukkan bahwa “*financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use QRIS* pada pelaku UMKM di DKI Jakarta”. “Seseorang yang memiliki *financial literacy* yang baik akan memiliki tingkat pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam membuat Keputusan keuangan, sehingga pengguna akan merasa lebih mudah dalam menggunakannya” (Agustina & Riyanto, 2023). Dari uraian tersebut, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H4: *Financial literacy* dapat memperkuat hubungan *perceive ease of use* terhadap *intention to use QRIS*.**

5. Pengaruh *Security* terhadap Minat Menggunakan QRIS dengan *Financial Literacy* sebagai Variabel Moderating.

*Security* merupakan salah satu faktor penting dalam layanan transaksi digital. Dalam penelitian Trenggonowati & Kulsum (2022) *security* memiliki pengaruh positif terhadap niat memakai payment fintech. *Security* dapat membuat orang lebih paham mengenai manfaat dan risiko penggunaan layanan digital yang akan dipakai. Ini dapat menyebabkan lebih banyak orang menggunakan pembayaran digital dan lebih banyak orang yang tahu tentang risiko keamanannya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Fardani et al., 2024) menunjukkan bahwa “*financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use* QRIS pada pelaku UMKM di DKI Jakarta”. Dengan demikian, seseorang yang memiliki *financial literacy* yang baik maka akan dapat mengelola dan memilih berbagai layanan keuangan. Sehingga semakin tinggi tingkat *financial literacy* seseorang maka akan semakin besar pula kemungkinan seseorang untuk menggunakan pembayaran digital QRIS. Dari uraian tersebut, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H5: *Financial literacy* dapat memperkuat hubungan *security* terhadap *intention to use* QRIS.**

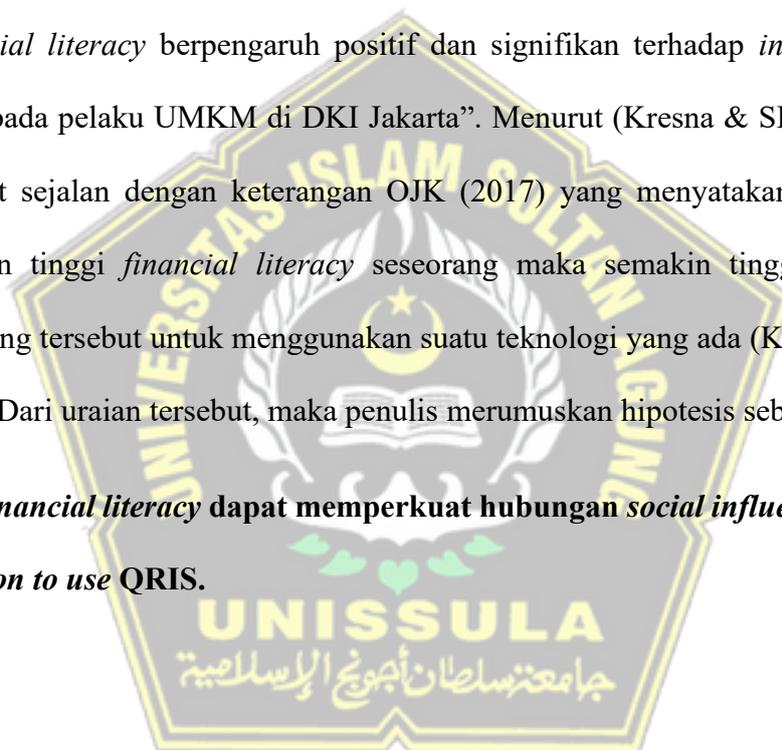
6. Pengaruh *Social influence* terhadap Minat Menggunakan QRIS dengan *Financial Literacy* sebagai Variabel Moderating.

Pengaruh lingkungan sosial dapat menyebabkan individu atau kelompok untuk merubah perilaku dan sikap orang-orang yang ada pada lingkungan tersebut

untuk hal tertentu atas dasar kepercayaan Fauziah & Siti., (2021). *Social influence* dalam konteks ini merupakan kondisi di mana seseorang melihat pandangan orang lain, seperti keluarga, teman, atau orang yang dianggap penting, dapat mempengaruhi keyakinannya bahwa mereka juga harus menggunakan teknologi tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh (Fardani et al., 2024) menunjukkan bahwa “*financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use* QRIS pada pelaku UMKM di DKI Jakarta”. Menurut (Kresna & SBM, 2022) hal tersebut sejalan dengan keterangan OJK (2017) yang menyatakan fakta bahwa semakin tinggi *financial literacy* seseorang maka semakin tinggi pula minat seseorang tersebut untuk menggunakan suatu teknologi yang ada (Kresna & SBM, 2022). Dari uraian tersebut, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H6: *Financial literacy* dapat memperkuat hubungan *social influence* terhadap *intention to use* QRIS.**



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, menggunakan jenis penelitian metode kuantitatif. Metode kuantitatif menurut Sugiyono (2019:16) adalah “metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme. Biasanya digunakan oleh para peneliti untuk meneliti tentang populasi ataupun sampel tertentu, mengumpulkan data atau instrument penelitian dan menganalisis data tersebut secara statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan”.

#### 3.2 Populasi dan Sampel

##### 3.2.1 Populasi

Populasi menurut Sigit (2016:168) adalah “keseluruhan Kumpulan elemen seperti karakteristik umum yang bisa digunakan untuk membuat Kesimpulan”. Populasi dalam penelitian ini yaitu jumlah Usaha Mikro kecil menengah (UMKM) yang ada di Kota Semarang.

##### 3.2.2 Sampel

Sampel menurut adalah sub kelompok yang dipih dan kemudian akan digunakan dalam penelitian. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik *Non Probability Sampling* dan metode pengambilannya dengan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013) *non probability sampling* adalah “Teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan kesempatan yang sama untuk setiap elemen dalam anggota populasi untuk dijadikan sampel”. Sugiyono (2019)

mengartikan *purposive sampling* adalah “pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan tertentu”. Alasan penggunaan *purposive sampling* karena tidak semua sampel masuk kedalam kriteria yang akan diteliti. Adapun kriteria yang harus dipenuhi sampel dalam penelitian ini adalah:

- 1) Usaha Mikro Kecil Menengah yang berada di Kota Semarang
- 2) Menggunakan QRIS untuk kegiatan transaksinya.
- 3) Telah menggunakan QRIS minimal 3 Bulan.

Karena dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui jumlah pastinya, maka untuk menentukan sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

$Z_{\alpha}$  = Skor kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi, karena data belum didapat, maka di pakai 50% = 0,5

d = Tingkat kesalahan 10% = 0,1

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,1}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1}$$

n = 96,04 dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan perhitungan diatas, maka dapat ditentukan bahwa sampel yang harus diambil adalah 100 responden yang memiliki kriteria yang sudah peneliti tentukan yaitu UMKM yang berada di Kota Semarang dan menggunakan QRIS untuk kegiatan transaksinya.

### **3.3 Sumber dan Jenis Data**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber dan jenis data dari data primer dan sekunder. Penjabaran sumber dan jenis data yang dipakai sebagai berikut:

#### **3.3.1 Data Primer**

Data primer menurut Sigit (2016:118) adalah “data yang dikumpulkan secara khusus untuk keperluan penelitian yang sedang dilakukan”. Data primer dalam penelitian ini didapatkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah ditentukan.

#### **3.3.2 Data Sekunder**

Peneliti memakai data sekunder dari hasil kepustakaan , yaitu dengan mencari bahan pendukung dari berbagai sumber seperti buku, artikel, jurnal, website resmi dll.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Kuesioner/Angket**

Kuesioner merupakan Kumpulan daftar pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui informasi dari respinden Sigit (2016:133). Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data tentang *perceive ease of use, security, social*

*influence* terhadap *intention to use* QRIS dengan *financial literacy* sebagai variabel moderasi pada UMKM di Kota Semarang.

Penyebaran kuesioner dilakukan secara online dengan menggunakan media *google form*. Penelitian ini menggunakan skala likert dengan 5 pilihan pertanyaan

**Tabel 3. 1 Skala Likert**

Kode	Keterangan	Skor
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
CS	Cukup Setuju	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

### 3.5 Variabel dan indikator

#### 3.5.1 Variabel

Variabel menurut Sigit (2016:47) adalah “ciri-ciri, sifat, komponen dan ukuran lainnya yang banyak variasinya yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dilakukan penelitian”. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel *Perceive Ease Of Use* (X1), *Security* (X2), *Social Influence* (X3) sebagai variabel independen. Sedangkan variabel *Intention To Use* sebagai variabel dependen (Y). Dan variabel *Financial Literacy* ditambahkan dalam penelitian ini sebagai variabel moderating (Z).

#### 3.5.2 Indikator

**Tabel 3. 2 Variabel, Definisi operasional, dan Indikator Penelitian**

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1	<i>Perceive Ease Of se</i>	<i>Perceive ease of use</i> adalah perasaan seseorang tentang suatu penggunaan teknologi menjadikan dirinya lebih dipermudah sehingga tidak perlu lagi mengeluarkan usaha yang lebih seperti sebelumnya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah dipelajari</li> <li>2. Fleksibel</li> <li>3. Mudah digunakan</li> <li>4. Jelas dan dapat dipahami</li> </ol> <p>Menurut Davis (1989) dalam (Bangsa &amp; Khumaeroh, 2023)</p>
2	<i>Security</i>	<i>Security</i> adalah persepsi pengguna bahwa apabila ia menggunakan suatu sistem teknologi akan merasa aman dan tidak akan terjadi kebocoran informasi terkait transakniya ataupun informasi data pribadinya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jaminan Keamanan</li> <li>2. Kerahasiaan Data</li> <li>3. Citra Penjualan</li> <li>4. Kualitas Produk</li> </ol> <p>Menurut Farokha &amp; Rivai, (2022)</p>
3	<i>Social influence</i>	Social Influence adalah factor-faktor dari luar individu seperti factor norma, citra, orang orang disekitar yang dapat mempengaruhi minat dan perilaku seseorang dalam menggunakan suatu teknologi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Subjective norms</li> <li>2. Social Factor</li> <li>3. Image</li> </ol> <p>Menurut Venkatesh et al (2003) dalam Sudiatmika &amp; Martini, 2022)</p>
4	<i>Intention To Use</i>	<i>Intention to use</i> adalah keputusan seseorang untuk menggunakan sesuatu yang mereka sukai dan sesuai preferensi mereka.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rasa ingin menggunakan</li> <li>2. Selalu menggunakan</li> <li>3. Berlanjut menggunakan dimasa yang akan dating</li> </ol>

			Menurut Jogiyanto 2007 dalam Ratnasari & Santi (2024)
5	<i>Financial Literacy</i>	<i>Financial literacy</i> adalah pemahaman dan pengetahuan seseorang tentang pengelolaan keuangan sehingga nantinya bisa membuat Keputusan keuangan yang baik untuk pengelolaan keuangannya.	1. Pengetahuan 2. Keterampilan 3. Sikap keuangan 4. Perilaku keuangan Menurut SNLIK OJK (2019)

### 3.6 Teknik Analisis

#### 3.6.1 Uji Instrumen

##### 3.6.1.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018:51) “uji validitas digunakan untuk menilai keakuratan instrumen yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan informasi”. Instrumen yang digunakan peneliti adalah kuesioner. Sehingga uji validitas digunakan untuk menguji valid atau tidaknya kuesioner yang akan digunakan oleh peneliti. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS 26 dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  table maka pernyataan dinyatakan valid
- b) Apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  table maka pernyataan dinyatakan tidak valid

##### 3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:51) uji reliabilitas digunakan untuk menilai instrument yang digunakan peneliti itu dapat konsisten dari waktu ke waktu. Uji ini dilakukan dengan uji Cronbach alpha dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Apabila koefisien Cronbach alpha  $> 0,60$  maka pernyataan memiliki reabilitas yang baik
- b) Apabila koefisien Cronbach alpha  $< 0,60$  maka pernyataan memiliki reliabilitas yang buruk

### **3.6.2 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.6.2.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi variabel residual berdistribusi normal atau tidak (Ghozali 2018). Pada penelitian ini pengujian dilakukan dengan uji statistic non-parametrik Kolmogorov Smirnov dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

- a) Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  atau 5% maka data terdistribusi normal
- b) Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  atau 5% maka data terdistribusi tidak normal

#### **3.6.2.2 Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antara model regresi dengan variabel independen. Model regresi yang baik adalah tidak ditemukannya korelasi diantara variabel independen. Uji Multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai Varian Inflation Factor (VIF) nilai Tolerance nya. Cara untuk mengetahui Multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- a) Apabila besar nilai VIF  $> 10$  dan nilai tolerance  $< 0,10$  maka terjadi multikolinearitas
- b) Apabila besar nilai VIF  $< 10$  dan nilai tolerance  $> 0,10$  maka tidak terjadi multikolinearitas

### 3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah ada ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Kriteria uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

- a) Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  , maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- b) Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  , maka terjadi heteroskedastisitas

### 3.6.3 Uji Hipotesis

#### 3.6.3.1 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pngaruh secara individu (parsial) dari masing-masing variabel independen ( $X_1, X_2, X_3$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Pengujian dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% (Ghozali, 2006). Kriteria dalam uji t adalah sebagai berikut:

- a) Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka hipotesis diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y
- b) Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  atau  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka hipotesis ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

### 3.6.3.2 Uji f

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh secara Bersama-sama (simultan) dari variabel independen ( $X_1, X_2, X_3$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Pengujian dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% (Ghozali, 2006). Kriteria dalam uji f sebagai berikut:

- a) apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  atau  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka hipotesis diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan antara variabel dependen terhadap variabel independen.
- b) Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  atau  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka hipotesis ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

### 3.6.3.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kontribusi model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu. Nilai koefisien determinasi yang mendekati nol artinya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen rendah/lemah dan jika nilai koefisien determinasi mendekati satu maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen tinggi/kuat (Ghozali, 2018: 97)

### 3.6.3.4 Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independent terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini

variabel Y adalah variabel dependen yaitu *intention to use* dan variabel X1, X2 dan X3 adalah variabel independen yaitu *perceive ease of use*, *security* dan *social influence*. Model regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

$Y = \textit{Intention to use}$

$a = \text{Konstanta}$

$\beta_1 = \text{Koefisien regresi dari } \textit{perceive ease of use}$

$\beta_2 = \text{Koefisien regresi dari } \textit{security}$

$\beta_3 = \text{Koefisien regresi dari } \textit{social influence}$

$X_1 = \textit{Perceive ease of use}$

$X_2 = \textit{Security}$

$X_3 = \textit{Social influence}$

$e = \text{Error}$

### 3.6.3.5 Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) digunakan untuk menguji persamaan regresi yang mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Ghozali, 2018:227). Analisis ini dilakukan guna untuk mengetahui hubungan kausal antara variabel independen dengan variabel dependen apakah diperkuat atau diperlemah oleh variabel pemoderasi. Model persamaan untuk analisis ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 Z + \beta_5 (X_1 \times Z) + \beta_6 (X_2 \times Z) + \beta_7 (X_3 \times Z) + e$$

Keterangan:

$a$  = Konstanta

$Z$  = *Financial literacy* (variabel moderasi)

$X_1$  = *Perceive ease of use*

$X_2$  = *Security*

$X_3$  = *Social influence*

$\beta_1$  = Koefisien regresi dari *Perceive ease of use*

$\beta_2$  = Koefisien regresi dari *security*

$\beta_3$  = Koefisien regresi dari *social influence*

$\beta_4$  = Koefisien regresi dari *financial literacy*

$\beta_5$  = Koefisien dari interaksi  $X_1$  dan  $Z$

$\beta_6$  = Koefisien dari interaksi  $X_2$  dan  $Z$

$\beta_7$  = Koefisien dari interaksi  $X_3$  dan  $Z$

$e$  = Error

Dasar pengambilan Keputusan untuk uji MRA menurut Ghozali, (2016)

adalah sebagai berikut:

- a) Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  , maka hipotesis ditolak, artinya variabel moderasi tidak mampu mempengaruhi variabel independen terhadap variabel dependen
- b) Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  , maka hipotesis diterima , artinya variabel moderasi mampu mempengaruhi variabel independen terhadap variabel dependen.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian/Responden

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Perceived Ease of Use, Security, dan Social Influence terhadap Intention to Use QRIS dengan Financial Literacy sebagai variabel Moderating. QRIS adalah standarisasi pembayaran di Indonesia yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Penyelenggara Pembayaran Indonesia (ASPI). Dengan adanya QRIS memungkinkan semua pembayaran digital dapat diterima di seluruh *merchant* tanpa perlu menggunakan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang sama sehingga transaksi pembayaran digital bisa menjadi lebih efektif dan efisien.

Penelitian ini berlangsung selama 2 bulan, dari awal November hingga akhir Desember 2024. Penentuan sampel menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*, yaitu memilih responden yang sesuai dengan kriteria penelitian.

Dalam penelitian ini objek penelitiannya adalah para pelaku UMKM di Kota Semarang. Sampel/responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100. Dan kriteria yang harus dipenuhi agar memnuhi syarat sebagai responden yaitu:

- 1) Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berada di Kota Semarang
- 2) Telah menggunakan QRIS minimal 3 Bulan.

Kemudian Responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan lokasi usaha, jenis usaha, lama usaha, jumlah karyawan, dan lama penggunaan QRIS.

Berikut adalah penyajian data responden:

#### 4.1.1 Responden berdasarkan lokasi usaha

Berdasarkan lokasi usaha yang dijalankan, diklasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 4. 1 Lokasi Usaha**

No	Lokasi Usaha (Kecamatan)	Frekuensi	Persentase
1	Mijen	3	3%
2	Gunungpati	3	3%
3	Banyumanik	2	2%
4	Gajah Mungkur	2	2%
5	Candisari	3	3%
6	Tembalang	17	17%
7	Pedurungan	12	12%
8	Genuk	12	12%
9	Gayamsari	2	2%
10	Semarang Selatan	4	4%
11	Semarang Timur	11	11%
12	Semarang Utara	4	4%
13	Semarang Tengah	13	13%
14	Semarang Barat	4	4%
15	Tugu	2	2%
16	Ngaliyan	6	6%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

**Sumber** : Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan table 4.1 menunjukkan bahwa Lokasi usaha didominasi oleh responden yang berdomisili di Kecamatan Tembalang sebanyak 17 responden (17%). Semarang Tengah sebanyak 13 responden (13%). Pedurungan dan Genuk masing-masing sebanyak 12 responden (12%). Semarang Timur sebanyak 11 responden (11%). Ngaliyan sebanyak 6 responden (6%). Semarang Selatan,

Semarang Utara dan Semarang Barat masing-masing sebanyak 4 responden (4%). Mijen, Gunungpati dan Candisari masing-masing sebanyak 3 responden (3%). Banyumanik, Gajah Mungkur, Gayamsari, dan Tugu masing-masing sebanyak 2 responden (2%).

#### 4.1.2 Responden berdasarkan jenis usaha

Berdasarkan jenis usaha yang dijalankan, diklasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 4. 2 Jenis Usaha**

No	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Makanan/minuman	63	63%
2	Fashion & Beauty	11	11%
3	Jasa	13	13%
4	Lainnya	10	10%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

**Sumber :** Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa jika berdasarkan jenis usaha, responden didominasi oleh UMKM pemilik usaha makanan/minuman sebanyak 63 responden (63%). Kemudian jenis usaha jasa sebanyak 13 responden (13%). Selanjutnya jenis usaha fashion & beauty sebanyak 11 responden (11%) dan jenis usaha lainnya sebanyak 10 responden (10%).

#### 4.1.3 Responden berdasarkan lama usaha

Berdasarkan lama usaha yang dijalankan, diklasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 4. 3 Lama Usaha**

No	Lama Usaha	Frekuensi	Persentase
1	< 1 Tahun	23	23%
2	1 – 3 Tahun	37	37%
3	> 3 Tahun	40	40%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

**Sumber** : Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa jika berdasarkan lama usaha, responden didominasi oleh UMKM yang telah berusaha selama > 3 tahun sebanyak 40 responden (40%). Kemudian responden dengan lama usaha 1-3 tahun sebanyak 37 responden (37%). Dan responden dengan lama usaha < 1 tahun sebanyak 23 responden (23%).

#### 4.1.4 Responden berdasarkan jumlah karyawan

Berdasarkan jumlah karyawan dalam usaha yang dijalankan, diklasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 4. 4 Jumlah Karyawan**

No	Jumlah Karyawan	Frekuensi	Persentase
1	1 - 4	90	90%
2	5 - 19	5	5%
3	20-99	5	5%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

**Sumber** : Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa jika berdasarkan jumlah karyawan, responden didominasi oleh UMKM yang mempunyai karyawan 1-4 orang sebanyak 90 responden (40%). Kemudian responden dengan jumlah karyawan 5-19 orang dan 20-99 orang masing-masing sebanyak 5 responden (5%).

#### 4.1.5 Responden berdasarkan lama penggunaan QRIS

Berdasarkan pengalaman penggunaan QRIS, diklasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 4. 5 Lama Penggunaan QRIS**

No	Lama Penggunaan QRIS	Frekuensi	Persentase
1	3Bulan– 1 Tahun	60	60%
2	>1 Tahun	40	40%
	Total	100	<b>100%</b>

**Sumber** : Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa jika berdasarkan lama penggunaan QRIS, responden didominasi oleh UMKM yang telah menggunakan QRIS selama 3 bulan- 1 tahun penggunaan sebanyak 60 responden (60%). Kemudian responden yang telah menggunakan QRIS selama > 1 tahun sebanyak 40 responden (40%).

#### 4.2 Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif variabel dalam penelitian ini bertujuan untuk menyajikan data yang diperoleh dari hasil kuesioner. Setelah memperoleh jawaban dari responden terkait variabel-variabel yang diteliti, kemudian dilakukan analisis deskriptif untuk mengetahui skor jawaban dari responden terhadap setiap pertanyaan yang diajukan. Pada penelitian ini menggunakan skala likert 1-5 (sangat tidak setuju hingga sangat setuju) sehingga nantinya rentang skala akan dikelompokkan menjadi 3 kategori dalam pengukuran kualitas jawaban responden, berikut kategorinya:

**Tabel 4. 6 Kategori Analisis Deskriptif**

Interval	Kategori
1,00 – 2,33	Rendah
2,34 – 3,67	Sedang
3,68 – 5,00	Tinggi

Berdasarkan nilai rentang skala dan nilai indeks, maka berikut ini akan disajikan hasil analisis deskriptif untuk masing-masing variabel penelitian.

#### 4.2.1 Variabel Perceived Ease Of Use (X1)

**Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif variabel Perceived Ease Of Use**

No	Perceived Ease Of Use	Standar Deviasi	Mean	Kategori
1	Mudah dipelajari	0,775	4,31	Tinggi
2	Fleksibel	0,751	4,39	Tinggi
3	Mudah digunakan	0,880	4,21	Tinggi
4	Jelas dan dapat dipahami	0,706	4,31	Tinggi
<b>Rata-rata</b>		0,778	4,30	Tinggi

**Sumber :** Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa variabel Perceived Ease Of Use (X1) yang terdiri dari 4 indikator memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,30. Hal tersebut dapat diartikan bahwa Sebagian responden berpersepsi penggunaan QRIS mudah untuk dipelajari, mudah digunakan dan mudah dalam memahami fitur-fitur yang ada didalamnya serta berpersepsi bahwa dengan menggunakan QRIS kegiatan transaksi bisnis menjadi lebih fleksibel. Dapat disimpulkan penilaian responden tentang Perceived Ease Of Use dalam menggunakan QRIS sudah baik, yang ditunjukkan dengan indicator mudah dipelajari, fleksibel, mudah digunakan, jelas dan mudah dipahami masuk kedalam kategori tinggi.

#### 4.2.2 Variabel Security (X2)

**Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel security**

No	Security	Standar Deviasi	Mean	Kategori
1	Jaminan keamanan	0.840	4.04	Tinggi
2	Kerahasiaan data	0.730	4.18	Tinggi
3	Citra penjualan	0.702	4.25	Tinggi
4	Kualitas produk	0.748	4.16	Tinggi
<b>Rata-rata</b>		0.764	4.15	Tinggi

**Sumber :** Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa variabel Security (X2) yang terdiri dari 4 indikator memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,15. Hal tersebut dapat diartikan bahwa Sebagian besar responden merasa dalam penggunaan QRIS terjamin keamanan dan kerahasiaan data nya Ketika bertransaksi dan karena QRIS telah memiliki citra dan reputasi yang baik dalam hal keamanannya karena diawasi oleh BI dan ASPI. Dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang Security dalam penggunaan QRIS sudah baik, yang ditunjukkan dengan indicator jaminan keamanan, kerahasiaan data, citra penjualan dan kualitas produk masuk kedalam kategori tinggi.

#### 4.2.3 Variabel Social Influence (X3)

**Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel Social Influence**

No	Security	Standar Deviasi	Mean	Kategori
1	Subjective norms (1)	0.969	3.64	Sedang
2	Subjective norms (2)	0.935	3.79	Tinggi
3	Social Factor	0.854	4.09	Tinggi
4	Image	0.875	4.11	Tinggi
<b>Rata-rata</b>		0.910	3.91	Tinggi

**Sumber :** Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa variabel Social Influence (X3) yang terdiri dari 4 indikator memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,93. Hal tersebut dapat diartikan bahwa Sebagian besar responden dalam menggunakan QRIS karena dipengaruhi oleh keluarga, teman dan kerabat, juga karena trend sosial dan citra QRIS di Masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang Social Influence dalam menggunakan QRIS sudah baik, yang ditunjukkan dengan indicator subjective norms (2; pengaruh dari teman dan kerabat), social factor dan image masuk kedalam kategori tinggi serta subjective norms (1; pengaruh dari keluarga) masuk kedalam kategori sedang.

#### 4.2.4 Variabel Financial Literacy (M)

**Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel Financial Literacy**

No	Security	Standar Deviasi	Mean	Kategori
1	Pengetahuan	0.828	4.04	Tinggi
2	Keterampilan	0.888	3.86	Tinggi
3	Sikap keuangan	0.841	4.14	Tinggi
4	Perilaku keuangan	0.904	4.01	Tinggi
<b>Rata-rata</b>		0.865	4.01	Tinggi

**Sumber** : Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel Financial Literacy (M) yang terdiri dari 4 indikator memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,01. Hal tersebut dapat diartikan bahwa Sebagian besar responden memiliki pengetahuan yang baik tentang QRIS karena penyelenggaranya memberikan literasi yang jelas tentang QRIS, terampil dan berpengalaman dalam penggunaan produk keuangan, sadar akan sikap keuangan dengan melakukan evaluasi pencatatan keuangan berkala, dan perilaku yang konsisten dalam mengalokasikan

Sebagian pendapatannya. Dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang Financial Literacy dalam penggunaan QRIS sudah baik, yang ditunjukkan dengan indikator pengetahuan, ketrampilan, sikap keuangan dan perilaku keuangan masuk kedalam kategori tinggi.

#### 4.2.5 Variabel Intention To Use (Y)

**Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Variabel Intention To Use**

No	Security	Standar Deviasi	Mean	Kategori
1	Rasa ingin menggunakan	0.829	4.20	Tinggi
2	Selalu menggunakan	0.859	4.10	Tinggi
3	Berlanjut menggunakan	0.809	4.18	Tinggi
<b>Rata-rata</b>		0.832	4.16	Tinggi

**Sumber** : Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa variabel Intention To Use (Y) yang terdiri dari 3 indikator memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,16. Hal tersebut dapat diartikan bahwa Sebagian besar responden setelah berpengalaman dalam menggunakan QRIS akan tetap berlanjut menggunakan QRIS dalam kegiatan transaksi bisnisnya.. Dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang Intention To Use dalam penggunaan QRIS sudah baik, yang ditunjukkan dengan indikator rasa ingin menggunakan, selalu menggunakan dan berlanjut menggunakan masuk kedalam kategori tinggi.

### 4.3 Hasil Analisis data

#### 4.3.1 Uji Instrumen

##### 4.3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai keakuratan instrument/kuesioner yang dalam mengumpulkan informasi. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Apabila r hitung > r table maka pernyataan dinyatakan valid, apabila r hitung < r table maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

**Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Sig ( < 0,05)	Keterangan	
<b>Perceived</b>	X1.1	0,883	0,232	0,000	Valid	
	X1.2	0,846	0,232	0,000	Valid	
<b>Ease Of</b>	X1.3	0,848	0,232	0,000	Valid	
	X1.4	0,822	0,232	0,000	Valid	
<b>Security</b>	X2.1	0,937	0,232	0,000	Valid	
	X2.2	0,940	0,232	0,000	Valid	
	X2.3	0,930	0,232	0,000	Valid	
	X2.4	0,889	0,232	0,000	Valid	
<b>Social</b>	X3.1	0,767	0,232	0,000	Valid	
	<b>Influence</b>	X3.2	0,862	0,232	0,000	Valid
		X3.3	0,842	0,232	0,000	Valid
		X3.4	0,817	0,232	0,000	Valid
<b>Intention</b>	Y.1	0,913	0,232	0,000	Valid	
	<b>To use</b>	Y.2	0,946	0,232	0,000	Valid
		Y.3	0,924	0,232	0,000	Valid
<b>Financial</b>	Z.1	0,820	0,232	0,000	Valid	
	<b>Litearcy</b>	Z.2	0,870	0,232	0,000	Valid
		Z.3	0,821	0,232	0,000	Valid
		Z.4	0,839	0,232	0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa masing-masing item pertanyaan/indicator dari variabel Perceived Ease Of Use, Security, Social Influence, Intention to Use dan Literasi Keuangan memiliki hasil nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel dan nilai signifikansi  $< 0,5$ . Maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing item pertanyaan dari indicator variabel tersebut dapat dikatakan valid dan layak untuk diuji ketahap selanjutnya.

#### 4.3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini digunakan untuk menilai instrument/kuesioner yang digunakan apakah konsisten dari waktu ke waktu. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai Cronbach's Alpha nya. Apabila koefisien Cronbach's alpha  $> 0,60$  maka pernyataan memiliki reabilitas yang baik. Namun apabila koefisien Cronbach's Alpha  $< 0,60$  maka pernyataan memiliki reliabilitas yang buruk

**Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Standarisasi	Keterangan
Perceived Ease Of Use	0,869	0,60	Reliabel
Security	0,941	0,60	Reliabel
Social Influence	0,838	0,60	Reliabel
Intention To Use	0,919	0,60	Reliabel
Financial Literacy	0,858	0,60	Reliabel

**Sumber** : Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa masing-masing variabel dalam penelitian ini yaitu Perceived Ease Of Use, Security, Social Influence, Intention to Use dan Literasi Keuangan memiliki nilai Cronbach's Alpha  $> 0,6$ . Maka dapat

disimpulkan bahwa masing-masing variabel tersebut telah memenuhi persyaratan reliabel dan layak untuk diuji ketahap selanjutnya.

### 4.3.2 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi variabel residual berdistribusi normal atau tidak (Ghozali 2018). Pada penelitian ini pengujian dilakukan dengan uji statistic non-parametrik Kolmogorov Smirnov dengan kriteria penilaian apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  atau 5% maka data terdistribusi normal dan apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  atau 5% maka data terdistribusi tidak normal.

**Tabel 4. 14 Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov***

Model	Nilai Sig
<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	0,056

**Sumber** : Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.14 hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan angka signifikansi sebesar 0.056. Dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal karena nilai  $0,053 >$  dari 0,05.

#### 4.3.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antara model regresi dengan variabel independen. Model regresi yang baik adalah tidak ditemukannya korelasi diantara variabel independen. Uji Multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai Varian Inflation Factor

(VIF) nilai Tolerance nya. Kriteria penilaiannya apabila besar nilai VIF  $> 10$  dan nilai tolerance  $< 0,10$  maka terjadi multikolinieritas dan apabila besar nilai VIF  $< 10$  dan nilai tolerance  $> 0,10$  maka tidak terjadi multikolinieritas.

**Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinieritas**

No	Variabel	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Perceived Ease Of Use	.462	2.163
2	Security	.332	3.010
3	Social Influence	.460	2.172
4	Financial Literacy	.352	2.841

**Sumber** : Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.15 hasil uji Multikolinieritas menunjukkan masing-masing variabel yang ada dalam penelitian ini yaitu Perceived Ease Of Use, Security, Social Influence dan Financial Literacy memiliki nilai tolerance  $> 0,10$  dan VIF  $< 10,00$ . Maka berdasarkan nilai Tolerance dan VIF maka dapat disimpulkan bahwa variabel Perceived ease Of Use, Security, Social influence, dan Financial Literacy tidak terjadi gejala multikolinieritas.

#### 4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah ada ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Kriteria penilaiannya yaitu apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  , maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  , maka terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

No	Variabel	Nilai Sig
1	Perceived Ease Of Use	.206
2	Security	.510
3	Social Influence	.161
4	Financial Literacy	.229

**Sumber** : Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.16 hasil Uji Heteroskedastisitas menunjukkan masing-masing variabel yang ada dalam penelitian ini yaitu Perceived Ease Of Use, Security, Social Influence dan Financial Literacy memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$ . Berdasarkan nilai signifikansi maka dapat disimpulkan bahwa variabel Perceived ease Of Use, Security, Social influence, dan Financial Literacy tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

### 4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independent terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel Y adalah variabel dependen yaitu *intention to use* dan variabel X1, X2 dan X3 adalah variabel independen yaitu *perceive ease of use*, *security* dan *social influence*. Model regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

**Tabel 4. 17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized			Sig.
	Coefficients B	t		
1 (Constant)	-.499	-.820	.414	
Perceived Ease Of Use	.205	3.938	.000	
Security	.155	2.665	.009	
Social Influence	.437	8.168	.000	

**Sumber** : Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.20 diatas maka dapat regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = -0.499 + 0,205 + 0,155 + 0,437 + e$$

Berdasarkan persamaan regersi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai b1 sebesar 0,205 menunjukkan bahwa variabel Perceived Ease Of Use (X1) memberikan pengaruh positif terhadap Intention To Use (Y). Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan Perceived Ease Of use maka akan meningkatkan nilai Intention To Use sebesar 0,205 atau 20,5% dengan asumsi bahwa variabel lainnya sebagai konstanta. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Perceived Ease Of Use maka Intention To Use juga akan semakin meningkat.
- 2) Nilai b2 sebesar 0,155 menunjukkan bahwa variabel Security (X2) memberikan pengaruh positif terhadap Intention To Use (Y). Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan Security maka akan meningkatkan nilai Intention To Use sebesar 0,155 atau 15% dengan asumsi bahwa variabel lainnya sebagai konstanta. Dapat disimpulakn bahwa semakin tinggi Security maka Intention To Use juga akan semakin meningkat.
- 3) Nilai b3 sebesar 0,437 menunjukkan bahwa variabel Social Influence (X3) memberikan pengaruh positif terhadap Intention To Use (Y). Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan Social Influence maka akan

meningkatkan nilai Intention To Use sebesar 0,437 atau 43,7% dengan asumsi bahwa variabel lainnya sebagai konstanta. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Social Influence maka Intention To Use juga akan semakin meningkat.

#### 4.3.4 Uji Hipotesis

##### 4.3.4.1 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara individu (parsial) dari masing-masing variabel independen (X1, X2, X3) terhadap variabel dependen (Y). Pengujian dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% (Ghozali, 2006). Kriteria dalam uji t yaitu apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka hipotesis diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Dan apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  atau  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka hipotesis ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Nilai f hitung didapat dari hasil pengujian statistic dan nilai t tabel didapat dari perhitungan dengan rumus:

$$\alpha ; df = n - k$$

Dimana :

n = jumlah responden

k = jumlah variabel - 1

$\alpha$  = error sebesar 1%

Maka :

0,01 ;  $df = 100 - 4$

0,01 ; 96, maka diperoleh t tabel adalah 2,365

**Tabel 4. 18 Hasil Uji t**

	<b>Model</b>	<b>t hitung</b>	<b>t tabel</b>	<b>Sig.</b>
1	(Constant)	-.499		.414
	PEOU	3.938	2,365	.000
	SEC	2.665	2,365	.009
	SI	8.168	2,365	.000

**Sumber** : Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.17 hasil uji t menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen dalam penelitian ini yaitu Perceived Ease Of Use, Security, dan Social Influence memiliki t hitung > t tabel dan nilai signifikansi < 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Perceived Ease Of Use, Security dan Social Influence berpengaruh positif signifikan terhadap Intention to Use QRIS (Y).

#### 4.3.4.2 Uji F

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh secara Bersama-sama (simultan) dari variabel independen (X1, X2, X3) terhadap variabel dependen (Y). Pengujian dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% (Ghozali, 2006). Kriteria dalam uji f yaitu apabila nilai signifikansi < 0,05 atau f hitung > f tabel maka hipotesis diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan antara variabel dependen terhadap variabel independen. Dan apabila nilai signifikansi > 0,05 atau f hitung < f tabel maka hipotesis ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai f hitung didapat dari hasil pengujian statistic dan nilai t tabel didapat dari perhitungan dengan rumus:

$$df(N1) = k - 1$$

$$df(N2) = n - k$$

dengan  $\alpha$  sebesar 1% dan 1 arah

Dimana :

$n$  = jumlah responden

$k$  = jumlah variabel - 1

Maka :

$df(N1) = 4 - 1 = 3$

$df(N2) = 100 - 4 = 96$ , maka diperoleh t tabel adalah 3,99

**Tabel 4. 19 Hasil Uji f**

Model	f hitung	f tabel	Sig.
Regression	164.801	3,99	.000 <sup>b</sup>
1 Residual			
Total			

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.18 hasil uji f menunjukkan bahwa nilai f hitung  $>$  f tabel dan nilai signifikansi  $<$  0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independent dalam penelitian ini yaitu Perceived Ease Of Use, Security dan Social Influence secara Bersama-sama/simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Intention to Use QRIS (Y).

#### 4.3.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kontribusi model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu. Menurut Chin 1998, jika nilai R-Square  $>$  0,67 maka dikategorikan kuat, jika nilai R-Square berada antara 0,33 – 0,67 maka dikategorikan moderat dan jika nilai R-Square  $<$  0,33 maka dikategorikan rendah/lemah. Nilai koefisien determinasi yang baik adalah yang

mendekati satu maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen tinggi/kuat (Ghozali, 2018: 97)

**Tabel 4. 20 Hasil Uji R2 (Koefisien Determinasi)**

<b>Model</b>	<b>R Square</b>
Intention To use (Y)	0,837

**Sumber** : Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.19 menunjukkan hasil nilai R Square (R<sup>2</sup>) sebesar 0.837 atau 83,7%. Hal tersebut berarti bahwa variabel Perceived Eae Of Uuse, Security, dan Social Influence dikatakan mampu untuk menjelaskan 83,7% dalam mempengaruhi Intention To Use QRIS dan selebihnya 16,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Dan dapat disimpulkan bahwa nilai R Square sebesar 0,837 ( $> 0,67$ ) mendekati 1 maka hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen cukup kuat.

#### **4.3.4.5 Uji Moderated Regression Analysis (MRA)**

Uji *Moderated Regresion Analysis* (MRA) digunakan untuk menguji persamaan regresi yang mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Ghozali, 2018:227). Analisis ini dilakukan guna untuk mengetahui hubungan kausal antara variabel independen dengan variabel dependen apakah diperkuat atau diperlemah oleh variabel moderasi.

**Tabel 4. 21 Hasil Uji MRA**

	<b>Model</b>	<b>Unstandardized Coefficients B</b>	<b>t</b>	<b>Sig.</b>
1	(Constant)	-.438	-.426	.671
	PEOU*FL	.038	3.760	.045
	SEC*FL	.011	1.139	.258
	SI*FL	-.050	-3.224	.002

**Sumber** : Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.21 hasil persamaan uji MRA menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel interaksi Perceived Ease Of Use dan Financial Literacy sebesar 0,038 dan nilai signifikansi 0,45 yang berarti  $< 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Financial Literacy mampu memperkuat hubungan Perceived Ease Of Use terhadap Intention To Use QRIS. Kemudian nilai koefisien regresi variabel interaksi Security dan Financial Literacy sebesar 0,011 dan nilai signifikansi 0,258 yang berarti  $> 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Financial Literacy tidak mampu memperkuat hubungan Security terhadap Intention To Use QRIS. Selanjutnya nilai koefisien regresi variabel interaksi Social Influence dan Financial Literacy sebesar -0,050 dan nilai signifikansi 0,002 yang berarti  $< 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Financial Literacy memiliki pengaruh signifikan akan tetapi tidak mampu memperkuat hubungan Social Influence terhadap Intention To Use QRIS.

#### **4.4 Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil analisis yang telah disebutkan sebelumnya, kemudian dapat diuraikan pembahasan secara keseluruhan dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### 4.4.1 Pengaruh Perceived Ease Of Use terhadap Intention To Use QRIS

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah Perceived Ease Of Use berpengaruh positif signifikan terhadap Intention To Use QRIS. Dari hasil analisis uji t pada tabel 4.17 diperoleh t hitung variabel Perceived Ease Of Use sebesar 3,938 menunjukkan bahwa  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $3,938 > 2,365$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa Perceived Ease Of Use berpengaruh positif signifikan terhadap Intention To Use QRIS. Hasil koefisien regresi dari Perceived Ease Of Use menunjukkan nilai sebesar 0,205 ini berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan Perceived Ease Of Use maka akan meningkatkan nilai Intention To Use sebesar 0,205 atau 20,5% dan dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Perceived Ease Of Use maka Intention To Use juga akan semakin meningkat. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa **H1 diterima**.

Berdasarkan uraian diatas menunjukkan bahwa seseorang dalam menggunakan QRIS dipengaruhi oleh Perceived Ease Of Use. Dapat dipahami bahwa seseorang yang memiliki persepsi tentang kemudahan fitur dan penggunaan dalam suatu teknologi maka akan semakin tinggi pula minat seseorang dalam menggunakan QRIS. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner Sebagian besar responden merasa bahwa penggunaan QRIS mudah dipelajari, mudah digunakan dan tidak mengalami kesulitan Ketika menggunakannya serta kegiatan transaksi bisnisnya menjadi lebih fleksibel ketika menggunakan QRIS.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian (Edwin Zusrony et al., 2023) yang menyatakan Perceived Ease Of Use memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Intention To Use QRIS pada UMKM. Dan penelitian (Buluati et al.,

2023) juga mengatakan bahwa Perceived Ease Of Use berpengaruh positif signifikan terhadap Intention To Use

#### 4.4.2 Pengaruh Security terhadap Intention To Use QRIS

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah Security berpengaruh positif signifikan terhadap Intention To Use QRIS. Dari hasil analisis uji t pada tabel 4.17 diperoleh t hitung variabel Security sebesar 2,665 menunjukkan bahwa t hitung > t tabel ( $2,665 > 2,365$ ) dan nilai signifikansi  $0,009 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa Security berpengaruh positif signifikan terhadap Intention To Use QRIS. Hasil koefisien regresi dari Security menunjukkan nilai sebesar 0,155 ini berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan Security maka akan meningkatkan nilai Intention To Use sebesar 0,155 atau 15,5% dan dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Security maka Intention To Use juga akan semakin meningkat. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa **H2 diterima**.

Berdasarkan uraian diatas menunjukkan bahwa seseorang dalam menggunakan QRIS dipengaruhi oleh Security. Dapat dipahami bahwa seseorang yang merasa aman dalam menggunakan teknologi maka akan semakin tinggi pula minat seseorang dalam menggunakan QRIS. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner Sebagian besar responden merasa aman dalam penggunaan QRIS karena terjamin kerahasiaan data pribadi dan transaksinya, standar kualitas dapat dipercaya dan diandalkan serta merasa yakin keamanannya karena citra QRIS di mata Masyarakat sangat baik.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian (Buluati et al., 2023) yang menyatakan Perceived Ease Of Use memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Intention To Use QRIS pada UMKM. Dan penelitian (Fadhilah et al., 2021) juga mengatakan bahwa Perceived Ease Of Use berpengaruh positif signifikan terhadap Intention To Use QRIS.

#### 4.4.3 Pengaruh Social Influence terhadap Intention To Use QRIS

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah Social Influence berpengaruh positif signifikan terhadap Intention To Use QRIS. Dari hasil analisis uji t pada tabel 4.17 diperoleh t hitung variabel Security sebesar 8,168 menunjukkan bahwa t hitung  $> t$  tabel ( $8,168 > 2,365$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa Social Influence berpengaruh positif signifikan terhadap Intention To Use QRIS. Hasil koefisien regresi dari Social Influence menunjukkan nilai sebesar 0,437 ini berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan Social Influence maka akan meningkatkan nilai Intention To Use sebesar 0,437 atau 43,7% dan dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Social Influence maka Intention To Use juga akan semakin meningkat. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa **H3 diterima**.

Berdasarkan uraian diatas menunjukkan bahwa seseorang dalam menggunakan QRIS dipengaruhi oleh Social Influence. Dapat dipahami bahwa seseorang yang mempunyai pengaruh sosial yang tinggi maka akan semakin tinggi pula minat seseorang dalam menggunakan QRIS. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner Sebagian besar responden dalam memilih penggunaan QRIS untuk

kegiatan transaksi bisnisnya karena dipengaruhi oleh keluarga, teman ataupun kerabat, trens sosial dan citra QRIS.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian (Fithri Meuthia et al., 2020) yang menyatakan Social Influence memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Intention To Use uang elektronik pada UMKM. Dan penelitian (Bagus Prasasta Sudiarmika & Ayu Oka Martini, 2022) juga mengatakan bahwa Perceived Ease Of Use berpengaruh positif signifikan terhadap Intention To Use QRIS pada UMKM.

#### **4.4.4 Pengaruh Perceived Ease Of Use terhadap Intention To Use QRIS yang di moderasi oleh Financial Literacy**

Hipotesis keempat dalam penelitian ini menguji apakah *Financial Literacy* dapat memperkuat hubungan antara *Perceived Ease Of Use* terhadap *Intention to Use* QRIS. Berdasarkan hasil analisis uji MRA pada tabel 4.21, diperoleh nilai koefisien interaksi sebesar 0,038, dan nilai signifikansi sebesar 0,045 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,045 < 0,05$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel *Perceived Ease Of Use* berpengaruh positif signifikan terhadap *Intention to Use* QRIS ketika dimoderasi oleh *Financial Literacy*. Artinya, *Financial Literacy* sebagai moderasi mampu memperkuat hubungan *Perceived Ease Of Use* terhadap *Intention to Use* QRIS. Maka, dapat disimpulkan bahwa **H4 diterima**.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dijelaskan bahwa individu yang merasakan QRIS sebagai sistem yang mudah digunakan dan didukung oleh tingkat literasi keuangan yang baik akan lebih terdorong untuk mengadopsi QRIS. Financial Literacy memberikan pemahaman tambahan tentang manfaat

penggunaan teknologi keuangan, sehingga memperkuat kepercayaan diri dan kemauan individu untuk beralih ke transaksi digital.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, sebagian besar responden merasa bahwa QRIS mudah dipelajari, mudah dioperasikan, dan tidak menimbulkan kesulitan saat digunakan dalam transaksi bisnis. Selain itu, responden dengan tingkat literasi keuangan tinggi juga menunjukkan sikap yang lebih positif terhadap penggunaan QRIS, karena mereka memahami kelebihan efisiensi, keamanan, dan pencatatan transaksi secara otomatis.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh (PUTRI et al., 2023) yang menemukan bahwa Perceived Ease of Use memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan QRIS pada pelaku UMKM di Denpasar Selatan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa Financial Literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS, meskipun tidak secara eksplisit menguji peran moderasi. Selain itu, studi oleh (Ratnawati & Malik, 2024) menunjukkan bahwa Perceived Ease of Use memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Intention to Use QRIS di Kota Semarang. Meskipun penelitian ini tidak secara langsung menguji peran moderasi Financial Literacy, temuan ini mendukung pentingnya kemudahan penggunaan dalam mendorong adopsi QRIS.

#### 4.4.5 Pengaruh Security terhadap Intention To Use QRIS yang di moderasi oleh Financial Literacy

Hipotesis kelima dalam penelitian ini menguji apakah *Financial Literacy* dapat memperkuat hubungan antara *Security* terhadap *Intention to Use QRIS*. Berdasarkan hasil analisis uji MRA pada tabel 4.21, diperoleh nilai koefisien interaksi sebesar 0,011, dan nilai signifikansi sebesar 0,258 yang lebih besar dari 0,05 ( $0,045 > 0,05$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel *Security* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Intention to Use QRIS* ketika dimoderasi oleh *Financial Literacy*. Artinya, *Financial Literacy* sebagai moderasi tidak mampu memperkuat hubungan *Perceived Ease Of Use* terhadap *Intention to Use QRIS*. Maka, dapat disimpulkan bahwa **H5 ditolak**.

Secara teoritis, individu dengan literasi keuangan yang tinggi seharusnya memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai risiko dan manfaat teknologi finansial, sehingga jika mereka merasa QRIS aman, mereka akan lebih cenderung untuk menggunakannya. Namun, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *Financial Literacy* tidak memperkuat hubungan tersebut.

Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, meskipun individu dengan literasi keuangan tinggi memiliki pemahaman yang lebih baik tentang risiko dan manfaat, mereka juga cenderung lebih berhati-hati dan tidak hanya bergantung pada persepsi keamanan. Mereka lebih fokus pada faktor lain, seperti kepercayaan, dan manfaat jangka panjang dari penggunaan QRIS, yang dianggap lebih relevan dengan kebutuhan mereka (Putra et al., 2024).

Kedua, pelaku UMKM lebih memprioritaskan faktor-faktor praktis dan langsung terkait dengan bisnis mereka, seperti kemudahan penggunaan dan keuntungan operasional. Meskipun mereka memiliki tingkat literasi keuangan yang baik, aspek keamanan digital sering kali dianggap sebagai hal yang sudah sepantasnya ada, bukan menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan mereka untuk mengadopsi teknologi.

Ketiga, minat menggunakan QRIS pada pelaku UMKM lebih dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti tuntutan pasar, atau kebutuhan untuk mengikuti perkembangan zaman, daripada pertimbangan personal terkait keamanan dan literasi keuangan. Oleh karena itu, meskipun ada kesadaran tentang pentingnya keamanan dan literasi keuangan, keduanya tidak cukup memperkuat hubungan antara keamanan sistem dan minat untuk menggunakannya.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Deaz Aurellia Febrilianda et al., 2023) yang menunjukkan bahwa persepsi keamanan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan QRIS. Hasil ini juga didukung oleh (Alomari & Abdullah, 2023) , yang menyatakan bahwa Financial Literacy tidak mampu memperkuat hubungan antara Security dan Intention to Use QRIS.

#### **4.4.6 Pengaruh Social Influence terhadap Intention To Use QRIS yang di moderasi oleh Financial Literacy**

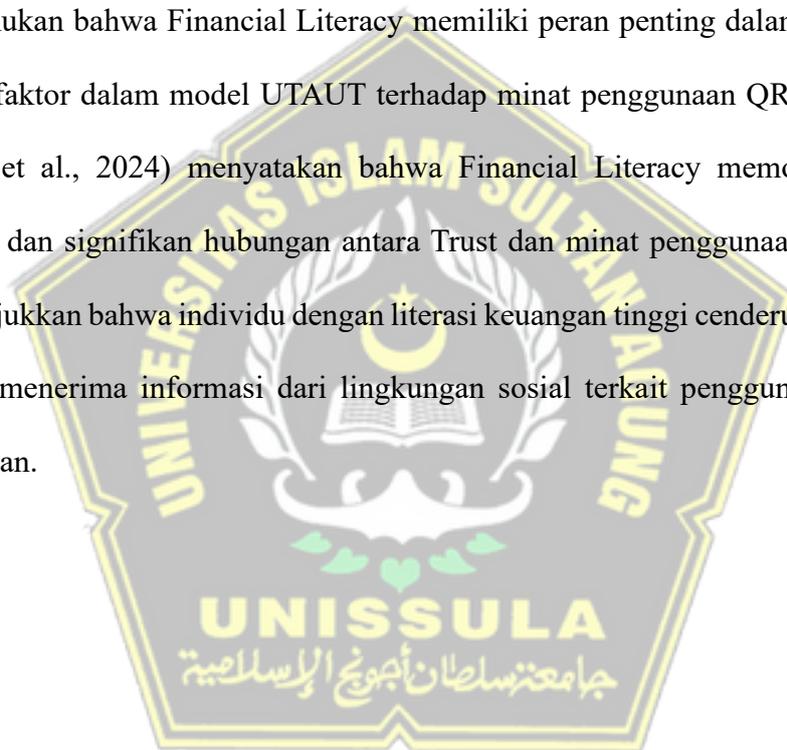
Hipotesis keenam dalam penelitian ini menguji apakah *Financial Literacy* dapat memperkuat hubungan antara *Social Influence* dengan *Intention to Use QRIS*. Berdasarkan hasil analisis uji interaksi pada tabel 4.21, diperoleh nilai koefisien

interaksi sebesar -0,250, dan nilai signifikansi sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,002 < 0,05$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel *Social Influence* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Intention to Use QRIS* ketika dimoderasi oleh *Financial Literacy*. Artinya, *Financial Literacy* sebagai moderasi memperlemah pengaruh *Social Influence* terhadap *Intention to Use QRIS*. Maka, dapat disimpulkan bahwa **H6 ditolak**.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada responden dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi, pengaruh tekanan sosial atau ajakan dari lingkungan (seperti teman, keluarga, atau tokoh masyarakat) terhadap niat untuk menggunakan QRIS justru menurun. Individu dengan pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih mandiri dalam pengambilan keputusan dan lebih kritis dalam mengevaluasi manfaat serta risiko dari penggunaan QRIS, sehingga tidak terlalu terpengaruh oleh pengaruh sosial dalam memutuskan apakah akan menggunakan QRIS atau tidak.

Salah satu faktor yang mempengaruhi penurunan niat penggunaan QRIS pada individu dengan literasi keuangan tinggi adalah adanya biaya administrasi (*Merchant Discount Rate* atau MDR) sebesar 0,7% yang dibebankan kepada pedagang atau pelaku usaha mikro sejak 1 Juli 2023 oleh Bank Indonesia. Pelaku usaha yang memiliki pemahaman keuangan yang baik menyadari bahwa biaya tersebut dapat mengurangi margin keuntungan mereka. Akibatnya, mereka mungkin memilih metode pembayaran alternatif seperti transfer melalui mobile banking yang biayanya dibebankan kepada pembeli, sehingga lebih menguntungkan bagi penjual.

Hasil penelitian ini didukung oleh oleh (Arta Setiawan W & Luh Putu Mahyuni, 2020) yang mengidentifikasi bahwa biaya penggunaan QRIS menjadi salah satu faktor penghambat minat UMKM dalam mengadopsi QRIS . Penelitian (Ningrum dan Anwar , 2024) yang menyatakan bahwa Financial Literacy mampu memoderasi pengaruh Social Influence terhadap Intention to Use cashless payment pada Generasi Z di Surabaya. Penelitian oleh (Wardani et al., 2024) juga menemukan bahwa Financial Literacy memiliki peran penting dalam memoderasi faktor-faktor dalam model UTAUT terhadap minat penggunaan QRIS. Selain itu, (Putra et al., 2024) menyatakan bahwa Financial Literacy memoderasi secara negatif dan signifikan hubungan antara Trust dan minat penggunaan QRIS, yang menunjukkan bahwa individu dengan literasi keuangan tinggi cenderung lebih kritis dalam menerima informasi dari lingkungan sosial terkait penggunaan teknologi keuangan.



## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Perceived Ease Of Use, Security, dan Social Influence terhadap Intention To Use qris pada pelaku UMKM di Kota Semarang. Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, hasil analisis data, dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut:

1. Perceived Ease Of Use berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Intention To Use QRIS pada UMKM di Kota Semarang. Hal ini berarti bahwa semakin mudah penggunaan QRIS dengan indikator mudah dipelajari, fleksibel, mudah digunakan, jelas dan mudah dipahami oleh seseorang maka minat menggunakan QRIS tersebut semakin meningkat.
2. Security berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Intention To Use QRIS pada UMKM di Kota Semarang. Hal ini berarti bahwa semakin seseorang merasa aman dalam menggunakan teknologi yang meliputi indikator jaminan keamanan, kerahasiaan data, citra penjualan dan kualitas produk semakin tinggi maka akan semakin tinggi pula minat seseorang dalam menggunakan QRIS.
3. Social Influence berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Intention To Use QRIS pada UMKM di Kota Semarang. Hal ini berarti bahwa apabila seseorang mempunyai pengaruh sosial yang tinggi yang

meliputi indicator subjective norms (pengaruh dari keluarga, teman/kerabat), trend/faktor sosial, citra produk maka akan semakin tinggi pula minat seseorang dalam menggunakan QRIS.

4. Financial Literacy mampu memoderasi pengaruh Perceived Ease Of Use terhadap Intention To Use QRIS pada UMKM di Kota Semarang. Hal ini berarti bahwa Financial Literacy sebagai variabel pemoderasi dapat memperkuat hubungan antara Perceived ease Of use dan Intention To Use QRIS
5. Financial Literacy tidak mampu memoderasi pengaruh Security terhadap Intention To Use QRIS pada UMKM di Kota Semarang. Hal ini berarti bahwa Financial Literacy sebagai variabel pemoderasi tidak dapat memperkuat hubungan antara Security dan Intention To Use QRIS
6. Financial Literacy tidak mampu memoderasi pengaruh Social Influence terhadap Intention To Use QRIS pada UMKM di Kota Semarang. Hal ini berarti bahwa Financial Literacy sebagai variabel pemoderasi tidak dapat memperkuat hubungan antara Social influence dan Intention To Use QRIS akan tetapi malah memperlemah hubungan antara Social influence dan Intention To Use QRIS.

## **5.2 Implikasi Manajerial**

Berdasarkan hasil pada penelitian ini, implikasi yang dapat diterapkan bagi manajerial untuk meningkatkan Intention To Use QRIS yang dapat dilakukan oleh Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) QRIS adalah sebagai berikut:

1. Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) disarankan memanfaatkan media digital interaktif seperti video tutorial, webinar, atau konten edukasi di media sosial yang menarik dan mudah dipahami untuk meningkatkan persepsi kemudahan dalam penggunaan QRIS. Hal ini didasarkan pada hasil penelitian di mana indikator mudah digunakan memiliki nilai yang rendah, menunjukkan bahwa masih ada pelaku UMKM yang merasa QRIS sulit untuk digunakan. Dengan adanya konten digital yang praktis dan bisa diakses kapan saja, diharapkan dapat membantu pelaku UMKM lebih memahami cara kerja QRIS serta mendorong mereka untuk lebih percaya diri dalam menggunakannya.
2. Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) QRIS perlu meningkatkan edukasi terkait keamanan transaksi QRIS serta mempercepat transaksi secara real time. Karena dari hasil penelitian ini indikator jaminan keamanan memiliki nilai terendah, hal ini menunjukkan bahwa meskipun QRIS memiliki citra keamanan yang baik, masih ada pengguna yang ragu terkait jaminan keamanannya. Oleh karena itu, transparansi dalam pengelolaan keamanan harus lebih diperhatikan
3. PJSP dapat melakukan kampanye pemasaran melalui testimoni dari pengguna yang berpengaruh untuk meningkatkan image QRIS. Karena hasil penelitian ini indikator subjective norms (1) memiliki nilai terendah, hal ini menunjukkan bahwa pendapat atau saran dari keluarga tidak terlalu berpengaruh dalam Keputusan penggunaan. Namun, indikator image memiliki nilai yang paling tinggi diantara indikator lainnya. Oleh

karena itu, strategi pemasaran dapat dilakukan seperti testimoni pelaku usaha yang sukses dan memiliki pengaruh dalam dunia bisnis.

4. Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) QRIS disarankan untuk mengintegrasikan program edukasi literasi keuangan digital dalam setiap sosialisasi atau kampanye penggunaan QRIS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki peran signifikan sebagai variabel moderasi. Artinya, semakin tinggi literasi keuangan pengguna, maka semakin besar kemungkinan mereka terdorong untuk menggunakan QRIS. Oleh karena itu, pelatihan sederhana tentang layanan keuangan digital sangat penting agar pelaku UMKM mampu mengambil keputusan penggunaan secara lebih percaya diri dan rasional.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini tentunya masih banyak memiliki keterbatasan yang bisa dijadikan pengembangan untuk peneliti selanjutnya. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Dalam penelitian ini penggunaan sampel terlalu sedikit karena menentukan jumlah sampel rumus lemeshow dengan standar error 10%.
2. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan hanya melalui kuesioner yang dibagikan melalui google form sehingga jawaban responden terkadang tidak menunjukkan pada kondisi yang sebenarnya. Selain itu, penggunaan google form sebagai satu-satunya alat pengumpulan data membuat pertanyaan yang diajukan kurang mendalam sehingga informasi yang diperoleh menjadi terbatas.

3. Terdapat temuan bahwa Financial Literacy tidak mampu memoderasi hubungan antara variabel Independen yaitu Perceived Ease Of Use, Security dan Social Influence terhadap variabel Dependen (Intention To Use).

#### **5.4 Agenda Penelitian Mendatang**

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih besar dengan menurunkan standar error dalam perhitungan dengan rumus Lemeshow atau menggunakan metode penghitungan sampel yang lain yang lebih sesuai.
2. Penelitian mendatang dapat menggunakan metode pengumpulan data yang lebih bervariasi seperti wawancara untuk mendapat informasi yang lebih mendalam
3. Penelitian mendatang dapat menggunakan variabel moderasi yang lain yang berkaitan dengan Intention To Use QRIS pada UMKM
4. Menggunakan variabel dependen selain variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini untuk memahami lebih dalam faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi UMKM dalam Intention To use QRIS.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Fintech. *Jebm*, 24(2), 245–258. <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i2.10330>
- Agustina, I. D., & Riyanto, F. D. (2023). Determinan Minat Penggunaan E-payment Syariah Dimoderasi Literasi Keuangan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2059. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9010>
- Alomari, A. S. A., & Abdullah, N. L. (2023). Factors influencing the behavioral intention to use Cryptocurrency among Saudi Arabian public university students: Moderating role of financial literacy. *Cogent Business and Management*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2178092>
- Amalia, R. D., & Purwantini, A. H. (2021). Investigasi Niat Penggunaan Financial Technology Payment Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 19(1), 35–47.
- Arta Setiawan W, & Luh Putu Mahyuni. (2020). Qris Di Mata Umkm Eksplorasi Persepsi Dan Intensi Umkm Menggunakan Qris. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 9(10), 921–946.
- Aulia, P., Asisa, W., Dalianti, N., & Handa, Y. R. (2022). Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan Digital Payment Terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar. *Jurnal Dinamika*, 3(1), 23–50. <https://doi.org/10.18326/dinamika.v3i1.23-50>
- Bagus Prasasta Sudiarmika, N., & Ayu Oka Martini, I. (2022). Faktor-Faktor Mempengaruhi Niat Pelaku Umkm Kota Denpasar Menggunakan Qris. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 11(3), 239–254. <https://doi.org/10.29303/jmm.v11i3.735>
- Bangsa, J. R., & Khumaeroh, L. L. (2023). The Effect of Perceived Benefits and Ease of Use on the Decision to Use Shopeepay QRIS on Digital Business Students of Ngudi Waluyo University. *Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 62–67. <http://jibaku.unw.ac.id>
- Buluati, R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Kepercayaan Bertransaksi Terhadap Minat Menggunakan QRIS (Quick Response Indonesian Standard) Pada Pelaku UMKM Di Kabupaten Boalemo. *Wahana*, 75(2), 33–47. <https://doi.org/10.36456/wahana.v75i2.7378>
- Cahyani, I., Ismanto, & Kumalasari, Fi. (2023). Analisis Faktor Determinan yang Mempengaruhi Adopsi FinTech pada (UMKM Bidang Fashion di Kabupaten Kolaka). *Student Research Journal*, 1(5), 327–241.
- Damayanti, S., & Fathihani, F. (2023). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengaruh Sosial Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan

*Financial Technology ( Fintech ) ( Studi Kasus Pada Generasi Milenial Mahasiswa Universitas Dian Nusantara )*. 4(6), 1014–1023.

Deaz Aurellia Febrilianda, Istiqomah, & Rakhmawati. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Yogyakarta Dalam Bertransaksi Menggunakan Qris. *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 5(3), 1429–1446. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol5.iss3.art9>

Dianta, I. A., & Zusrony, E. (2019). Analisis Pengaruh Sistem Keamanan Informasi Perbankan Pada Nasabah Pengguna Internet Banking. *INTENSIF: Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Penerapan Teknologi Sistem Informasi*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.29407/intensif.v3i1.12125>

Edwin Zusrony, Luthfy Purnanta Anzie, Pindo Asti, Gibson Manalu, Ivan Permana, & Tri Imaliya. (2023). EDW Analisis Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Perceived Risk Terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Digital Quick Response Indonesia Standard (QRIS) Pada Pelaku UMKM. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 200–206. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1.1211>

Ekonomi, J., Dan, B., Embiss, S., Asgina, S., & Siti, F. (2021). (Uji Multikolonieritas) Fauziah et al, 2021 Pengaruh Social Influencedan Self-efficacy Terhadap Intention to Use Mobile Payment System Pada Pengguna E-wallet.pdf. 1(4), 307–317.

Endrica, A. Y. V., & Sari, R. C. (2021). Pengaruh Performance Expectancy, Social Influence, Literasi Keuangan Digital dan Computer Self Efficacy terhadap Penggunaan E-wallet pada Mahasiswa Akuntansi UNY. *Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 9(4), 1–16.

Fadhilah, S. A., Nugroho, J. A., & Sangka, K. B. (2021). Pengaruh Kemudahan dan Keamanan terhadap minat menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard Pada Pelaku UMKM Binaan Bank Indonesia KPW Solo. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 7(3), 1–7.

Fardani, F. E., Suadiardhita, I. K. R., & Sebayang, K. D. A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kegunaan dan Kemudahan terhadap Minat Menggunakan QRIS pada Pelaku UMKM di DKI Jakarta. *Jurnal Serambi Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 487–496. <https://ojs.serambimekkah.ac.id/serambi->

Farokha, S., & Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Niat Menabung Pada Produk Tabungan Emas Pegadaian. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 1323–1341.

Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan. *Iqra ' : Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 9(1), 1–13. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>

- Febriani, N. K. D., Utami, N. W., & Putri, I. G. A. P. D. (2023). Analisis Behavioral Intention dan Use Behavior Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada UMKM Dengan Metode UTAUT 2 di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 17(1), 67. <https://doi.org/10.32815/jitika.v17i1.890>
- Fithri Meuthia, R., Putra Ananto, R., & Afni, Z. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM Terhadap Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Padang. *Akuntansi Dan Manajemen*, 15(1), 143–155. <https://doi.org/10.30630/jam.v15i1.113>
- Khotija Hadi Ningrum, M. A. (2024). *Surabaya Pembayaran Non Tunai*. 5(2), 8467–8479.
- Kresna, R. B., & SBM, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, dan Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Indonesia Standar (QRIS) Pada Pelaku UMKM di Kecamatan Temanggung. *Diponegoro Journal of Economics*, 11, 146–162. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jme>
- Kudu, Y. U., Pakereng, Y. M., & Kelen, L. H. S. (2023). Efektifitas Penggunaan Payment QRIS Pada Transaksi Penjualan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Juremi : Jurnal Riset Ekonomi*, 3(2), 195–210.
- Kusuma, H., & Asmoro, W. K. (2021). Perkembangan Financial Technology (Fintech) Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam. *ISTITHMAR : Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam*, 4(2), 141–163. <https://doi.org/10.30762/itr.v4i2.3044>
- Memakai, N., Fintech, P., & Prawirasasra, K. P. (2022). *Privasi, Keamanan dan Niat Memakai Payment Fintech LinkAja pada UMKM Padang Rika Desiyanti Universitas Bung Hatta Padang A. Pendahuluan Globalisasi pada saat dewasa ini dan teknologi digital yang terjadi membuat pebisnis usaha bergerak dan berkembang da*. 7(2), 83–90.
- Muhajir. (2022). *Definisi, Kriteria, Dan Konsep Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm)*. <http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/m93qv>
- Mustagfiroh, L., & Supriyadi, A. (2024). *Efektivitas Penggunaan QRIS sebagai Media Pembayaran dalam Meningkatkan Perkembangan UMKM di Jepara*. 2(2), 204–218.
- Pengaruh, A., Ekonomi, M., Risiko, K. D. A. N., Minat, T., Financial, P., & Fintech, T. (2022). ANALISIS PENGARUH MANFAAT EKONOMI, KEAMANAN DAN RISIKO TERHADAP MINAT PENGGUNAAN FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH) (Study Kasus pada Masyarakat di Wilayah Kecamatan Bekasi Timur). *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsuraya*, 7(2), 89–105. <https://doi.org/10.35968/jbau.v7i2.899>
- Penggunaan, P. K., Dan, E. P., & Kunci, K. (2024). *RISIKO TERHADAP MINAT*

*BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN FINANCIAL TECHNOLOGY ( Studi Kasus UMKM Di Kota Cimahi ) Ratnasari Dewi , Santi Paramita Program Studi Manajemen , Universitas Jenderal Achmad Yani , Indonesia Abstrak Di era globalisasi 5 . 0 saat ini , dima. 7.*

- Purwanto, E., & Alli. (2020). Model Konseptual Minat Penggunaan E-Wallet: Technology Acceptance Model (TAM). *Technology Adoption A Conceptual Framework*, July, 33.
- Putra, M. W., Manajemen, M., Ekonomi, F., Islam, U., & Agung, S. (2024). *Pengaruh Perceived Benefits and Trust Terhadap Minat dalam Menggunakan QRIS dengan Financial Literacy sebagai Variabel Moderasi pada Gen X dan Generasi Milenial di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Timur.*
- Putri, A. R., Waluyo, B., & Farhani, N. H. (2022). Pengaruh Pengetahuan Dan Kepercayaan Pelaku Umkm Wilayah Bogor Terhadap Minat Pembiayaan Melalui Fintech Lending Syariah. *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 131–139. <https://doi.org/10.30997/jsei.v8i1.4879>
- Putri, N. I., Munawar, Z., & Komalasari, R. (2022). Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Pasca Pandemi. *SISFOTEK: Sistem Informasi Dan Teknologi*, 6, 155–160.
- PUTRI, N. K. D. I., KAWISANA, P. G. W. P., & SUTAPA, I. N. (2023). The Influence of Perceived Ease and Risk of Use and Financial Literacy on Decisions to Make Transactions Using QRIS in SMES in South Denpasar. *Journal of Tourism Economics and Policy*, 3(1), 70–74. <https://doi.org/10.38142/jtep.v3i1.583>
- Ratnawati, A. T., & Malik, A. (2024). The Effect of Perceived Ease of Use, Benefits, and Risks on Intention in Using the Quick Response Code Indonesian Standard. *Global Business and Finance Review*, 29(7), 110–125. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2024.29.7.110>
- Rivaldi, S. (2022). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN FINTECH PADA UMKM DI KOTA BANDA ACEH MENGGUNAKAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL ( TAM ).* 7(1), 1–15.
- Romdhoni, A. H. (2022). *5976-18205-1-PB.pdf.* 8(02), 2195–2201.
- Semarang, P. (2023). *Digitalisasi Pelaku UMKM Kota Semarang.* 17 Mei 2023. [https://semarangkota.go.id/p/4729/digitalisasi\\_pelaku\\_umkm,\\_pemkot\\_semarang\\_bakal\\_bangun\\_portal\\_khusus\\_umkm\\_d](https://semarangkota.go.id/p/4729/digitalisasi_pelaku_umkm,_pemkot_semarang_bakal_bangun_portal_khusus_umkm_d)
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 287–297. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>

- Sri, C., & Andayani, S. U. (2023). *Go digital umkm kabupaten demak 1,2. 1(1)*, 340–349.
- Sukandar, F., & Hermawan, S. (2022). Fintech Adoption for SME Development: Perceived Usefulness and Ease of Use. *Academia Open*, 7, 1–17.  
<https://doi.org/10.21070/acopen.7.2022.3469>
- Sukmawati, K., & Kowanda, D. (2022). Keputusan Penggunaan E-Wallet Gopay Berdasarkan Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(05), 66–72.  
<https://doi.org/10.56127/jukim.v1i05.481>
- Utami, M. C. (2019). Implementasi Analytical Hierarchy Process (Ahp) Dalam Pemilihan E-Wallet Untuk Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 21(3), 259–265. <https://doi.org/10.33557/jurnalmatrik.v21i3.730>
- Wardani, K. V., Wardoyo, C., & Wulandari, D. (2024). Investigasi variabel-variabel yang memengaruhi minat penggunaan QRIS oleh mahasiswa: financial literacy sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 451–468.
- Widowati, N., & Khusaeni, M. (2022). Adopsi Pembayaran Digital QRIS pada UMKM Berdasarkan Technology Acceptance Model. *Journal of Development Economic and Social Studies*, 01(3), 325–347.  
<http://dx.doi.org/10.21776/jdess>.

