

# **Analisa Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan dan Keamanan Terhadap Minat Gen Z dalam Menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai Metode Pembayaran. (Studi Kasus: KKV Grand Batam Mall)**

Laura Ruth Grace Purba<sup>a)</sup>, Maryani Septiana<sup>b)</sup>

\*Departemen Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Batam, [lauraruthpurba@gmail.com](mailto:lauraruthpurba@gmail.com), Indonesia

\* Departemen Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Batam, [maryaniseptiana@polibatam.ac.id](mailto:maryaniseptiana@polibatam.ac.id), Indonesia

## **Abstrak**

Penelitian ini menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan, kegunaan, dan keamanan yang dirasakan terhadap minat Gen Z dalam menggunakan *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS) sebagai metode pembayaran. Berfokus pada KKV Grand Batam Mall, penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk memeriksa dampak faktor-faktor ini terhadap adopsi pengguna. Studi ini melibatkan analisis kuantitatif, mengumpulkan data dari 120 responden melalui kuesioner. Temuan mengungkapkan bahwa kegunaan yang dirasakan secara signifikan memengaruhi niat Gen Z untuk menggunakan QRIS, menyoroti pentingnya kesederhanaan dan manfaat praktis dalam mendorong adopsi pembayaran digital. Namun, keamanan yang dirasakan tidak menunjukkan efek signifikan pada kepentingan mereka. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun keamanan sangat penting, itu mungkin bukan faktor penentu bagi Gen Z dalam mengadopsi QRIS. Penelitian ini berkontribusi untuk memahami perilaku konsumen dalam lanskap pembayaran digital, terutama di kalangan generasi muda yang paham teknologi.

**Kata kunci:** QRIS, Gen Z, Kemudahan penggunaan, Manfaat, Minat menggunakan QRIS.

*Abstract: This study analyses the influence of perceived ease of use, usability and security on Gen Z's interest in using Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) as a payment method. Focusing on KKV Grand Batam Mall, this study used the Technology Acceptance Model (TAM) to examine the impact of these factors on user adoption. The study involved quantitative analysis, collecting data from 120 respondents through questionnaires. Findings revealed that perceived usefulness significantly influenced Gen Z's intention to use QRIS, highlighting the importance of simplicity and practical benefits in driving digital payment adoption. However, perceived security showed no significant effect on their importance. These results suggest that while security is very important, it may not be the deciding factor for Gen Z in adopting QRIS. This research contributes to understanding consumer behaviour in the digital payments landscape, especially among the tech-savvy younger generation.*

*Keyword: QRIS, Gen Z, Ease of use, Usefulness, Interest in using QRIS.*

## **1. Pendahuluan**

Kemajuan teknologi dalam beberapa tahun terakhir telah berdampak besar pada berbagai sektor, terutama di industri keuangan. Digitalisasi sistem pembayaran adalah salah satu kemajuan yang telah menggeser transaksi keuangan tradisional ke metode yang lebih efisien dan tanpa uang tunai. Di Indonesia, Bank Indonesia telah memelopori upaya menciptakan cashless society melalui Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT), yang berupaya meminimalkan penggunaan mata

uang fisik demi transaksi digital. Sebagai bagian dari upaya tersebut, Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) diluncurkan pada 17 Agustus 2019, untuk merampingkan dan mengintegrasikan berbagai kode QR yang digunakan untuk pembayaran digital ke dalam sistem yang terpadu.

QRIS dirancang untuk menyederhanakan proses pembayaran dengan memungkinkan bisnis dan konsumen menggunakan satu kode QR untuk semua transaksi, terlepas dari penyedia layanan pembayaran mereka. Inisiatif ini sejalan dengan

tujuan pemerintah Indonesia untuk menciptakan sistem keuangan yang lebih inklusif dan efisien, yang menguntungkan pengguna dan bisnis. QRIS memungkinkan transaksi yang lebih cepat, lebih aman, dan lebih nyaman, yang sangat penting dalam dunia yang semakin digital dan mobile saat ini.

Kebangkitan sistem pembayaran digital seperti QRIS sangat dipengaruhi oleh meningkatnya penggunaan smartphone dan internet seluler. Hal ini terutama terlihat di antara Generasi Z (Gen Z), kelompok demografis yang lahir antara tahun 1997 dan 2012. Gen Z telah tumbuh di lingkungan yang sangat digital, membuat mereka mahir menggunakan teknologi untuk tugas sehari-hari, termasuk transaksi keuangan. Ketergantungan mereka pada teknologi memosisikan mereka sebagai pendorong utama adopsi sistem pembayaran digital, termasuk QRIS.

Mengingat pentingnya QRIS dalam mempromosikan masyarakat tanpa uang tunai, memahami faktor-faktor yang memengaruhi adopsinya di kalangan Gen Z sangatlah penting. Salah satu faktor tersebut adalah kemudahan penggunaan yang dirasakan, yang mengacu pada seberapa mudah dan ramah pengguna teknologi tampak bagi penggunanya. Jika sistem pembayaran seperti QRIS mudah dinavigasi dan membutuhkan sedikit usaha untuk digunakan, kemungkinan besar akan diadopsi oleh generasi muda yang mengutamakan efisiensi dan kenyamanan.

Faktor penting lainnya dalam adopsi sistem pembayaran digital adalah kegunaannya yang dirasakan, yang berkaitan dengan sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja mereka atau memberikan manfaat nyata. Bagi Gen Z yang menghargai transaksi cepat dan lancar, kegunaan QRIS dalam mempercepat pembayaran dan menghilangkan kebutuhan uang tunai menjadikannya pilihan yang menarik untuk penggunaan sehari-hari.

Selain kemudahan penggunaan dan kegunaan, keamanan menjadi perhatian utama saat mengadopsi metode pembayaran digital. Ketika transaksi bergeser dari platform fisik ke digital, potensi risiko yang terkait dengan pelanggaran data, penipuan, dan pencurian identitas meningkat. Bagi Gen Z, generasi yang paham teknologi dan sadar keamanan, persepsi QRIS sebagai metode pembayaran yang aman memainkan peran penting dalam kesediaan mereka untuk mengadopsinya. Keyakinan bahwa informasi pribadi dan keuangan

mereka dilindungi sangat penting untuk penggunaan sistem yang berkelanjutan.

KKV Grand Batam Mall, tujuan belanja terkemuka di Batam, menawarkan studi kasus yang ideal untuk mengeksplorasi adopsi QRIS di kalangan pembeli Gen Z. Sebagai pusat bagi konsumen muda yang maju teknologi, mal ini memberikan wawasan tentang bagaimana metode pembayaran digital diintegrasikan ke dalam pengalaman berbelanja sehari-hari generasi ini. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat Gen Z untuk menggunakan QRIS di KKV Grand Batam Mall dapat memberikan wawasan berharga tentang tren adopsi pembayaran digital yang lebih luas di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kemudahan penggunaan yang dirasakan, kegunaannya yang dirasakan, dan keamanan yang dirasakan terhadap minat Gen Z untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Dengan berfokus pada KKV Grand Batam Mall, studi ini berupaya berkontribusi pada pengetahuan yang berkembang tentang sistem pembayaran digital dan menawarkan wawasan praktis bagi bisnis yang ingin meningkatkan layanan pembayaran digital mereka untuk memenuhi kebutuhan konsumen Gen Z dengan lebih baik.

## **2. Kajian Teori dan Pengembangan Hipotesis**

### **2.1 Tinjauan Teori**

#### **2.1.1 *Technology Acceptance Model (TAM)***

*Technology Acceptance Model (TAM)*, yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1986, adalah kerangka teoritis yang dibangun di atas *Theory of Reasoned Action (TRA)*. Ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana pengguna datang untuk menerima dan menggunakan teknologi. TAM berperan penting dalam memahami adopsi teknologi informasi dengan berfokus pada dua faktor inti: kemudahan penggunaan yang dirasakan dan kegunaan yang dirasakan. Faktor-faktor ini sangat penting dalam mempengaruhi sikap dan niat pengguna terhadap penggunaan teknologi.

#### **1. Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan**

Kemudahan penggunaan yang dirasakan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha. Persepsi ini memainkan peran penting dalam menentukan apakah pengguna akan mengadopsi suatu teknologi. Jika teknologi dipandang mudah digunakan, pengguna lebih cenderung

memasukkannya ke dalam rutinitas mereka. Indikator utama dari kemudahan penggunaan yang dirasakan meliputi:

- 1) Kemudahan Belajar
- 2) Menguasai
- 3) Kejelasan
- 4) Keleluasaan
- 5) Kemudahan Pengoperasian

## 2. Kemanfaatan

Kemanfaatan yang dirasakan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka. Faktor ini penting karena jika pengguna menemukan teknologi yang bermanfaat, mereka lebih mungkin untuk mengadopsinya. Indikator utama dari kegunaan yang dirasakan meliputi:

- 1) Efisiensi Kerja
- 2) Peningkatan Kinerja
- 3) Produktivitas
- 4) Efektivitas
- 5) Utilitas

## 3. Keamanan

Keamanan yang dirasakan melibatkan keyakinan pengguna tentang perlindungan data pribadi mereka saat menggunakan teknologi. Aspek ini sangat penting dalam memastikan pengguna merasa aman dan percaya diri saat berinteraksi dengan teknologi. Indikator keamanan yang dirasakan meliputi:

- 1) Keamanan Data
- 2) Kerahasiaan Data
- 3) Kepercayaan Terhadap Penyedia Layanan

Dalam konteks penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*), ketiga komponen TAM ini sangat penting dalam mengevaluasi bagaimana konsumen memandang dan mengadopsi metode pembayaran ini. Dengan memahami dan mengatasi faktor-faktor ini—kemudahan penggunaan, kegunaan, dan keamanan—peneliti dapat menilai dengan lebih baik seberapa besar kemungkinan konsumen untuk

mengintegrasikan QRIS ke dalam praktik pembayaran mereka.

### 2.1.3 Minat

Minat adalah keinginan atau kecenderungan seseorang untuk terlibat dalam perilaku tertentu. Ketika seseorang percaya bahwa suatu tindakan akan bermanfaat bagi mereka, mereka cenderung tertarik dan pada akhirnya puas. Minat terkait erat dengan nilai-nilai yang memandu keputusan hidup mereka. Selain itu, minat dipengaruhi oleh kemudahan yang dirasakan untuk terlibat dalam aktivitas dan potensi manfaat yang mungkin dibawanya. Dalam konteks adopsi teknologi, minat pengguna mengacu pada keinginan untuk menggunakan dan terus menggunakan suatu sistem atau layanan (Fatmawati Endang, 2015).

Menurut Rahmawati & Yuliana (2020), minat, bersama dengan perasaan senang atau tidak senang dan keinginan, mendorong individu menuju tindakan tertentu. Pengetahuan, pengalaman, keyakinan, manfaat yang dirasakan, dan risiko semuanya dapat memengaruhi kesediaan seseorang untuk membeli barang-barang tertentu (Prakosa, 2020). Davis (1989) mencatat bahwa jika seseorang memiliki pengalaman positif dengan suatu aplikasi, mereka cenderung lebih tertarik untuk menggunakannya lagi.

Prakosa (2020) mengidentifikasi tiga indikator yang menarik:

- 1) Frekuensi Penggunaan
- 2) Rekomendasi kepada Orang Lain
- 3) Rencana Penggunaan di Masa Depan

Memahami perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh minat pembelian, yang merupakan tahapan dalam proses pengambilan keputusan. Ketertarikan ini dapat dipicu oleh berbagai rangsangan, seperti apa yang didengar, dilihat, atau bahkan dicium. Model stimulus-respons pembeli berfungsi sebagai dasar untuk memahami perilaku pembelian.

### 2.1.3 Quick Response Indonesian Standard (QRIS)

QRIS (*Quick Response Indonesian Standard*) adalah sistem kode QR terintegrasi yang digunakan di Indonesia, menggabungkan berbagai Kode QR dari berbagai sumber. QRIS dikembangkan untuk membuat transaksi lebih

aman, cepat, dan mudah. Jalur ini diatur oleh Bank Indonesia dan diperkenalkan berdasarkan Peraturan PBI No. 16/08/PBI/2014 untuk meningkatkan QRIS (Bank Indonesia, 2020).

QRIS diluncurkan pada 17 Agustus 2019, dan memungkinkan semua Penyelenggara Layanan Sistem Pembayaran (PJSP) untuk menggunakan Kode QR sebagai metode pembayaran. QRIS bertujuan untuk menjadi Universal, Mudah, Bermanfaat, dan Instan.

Manfaat Menggunakan QRIS:

1. Kecepatan dan Modernitas
2. Tidak Perlu Uang Tunai
3. Tidak Ada Kekhawatiran tentang Ketersediaan QR
4. Keamanan

Kelebihan dan Kekurangan QRIS (Peramitha et al., 2020):

1. Pembayaran Non-Tunai yang Efisien
2. Pencegahan Kejahatan
3. Aksesibilitas.
4. Penggunaan Universal.

Kekurangan (Paramitha et al., 2020):

1. Perkembangan yang Tidak Merata
2. Masalah Konektivitas Internet
3. Adopsi Terbatas.

#### 2.1.4 Gen Z

Menurut Budiati et al. (2018), generasi adalah sekelompok orang yang diidentifikasi berdasarkan karakteristik yang sama seperti tahun lahir, usia, lokasi, dan pengalaman hidup. Ciri-ciri bersama ini secara signifikan memengaruhi perkembangan mereka selama tahun-tahun pembentukan mereka. Data Badan Pusat Statistik (BPS) mengidentifikasi Generasi Z adalah mereka yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, yang saat ini berusia antara 12 dan 27 tahun. Mereka juga dikenal sebagai internet atau generasi digital. Tumbuh di era digital, Generasi Z lahir di dunia yang sudah terhubung secara mendalam melalui PC, smartphone, perangkat game, dan internet. Mereka lebih suka

menghabiskan waktu luang mereka secara online daripada terlibat dalam aktivitas di luar ruangan.

Karakteristik Generasi Z:

1. Penduduk Asli Digital
2. Interaksi Sosial
3. Multitasking
4. Pengakuan
5. Ambisi
6. Berorientasi Tren

Generasi Z terkenal karena pemahamannya yang kuat tentang teknologi, tumbuh dengan menggunakan smartphone (Zorn, 2017). Mereka sering disebut sebagai "penduduk asli digital" karena koneksi awal dan berkelanjutan mereka ke internet (Francis & Hoefel, 2018).

Sementara karakteristik Generasi Z dapat berdampak positif pada diri mereka sendiri dan lingkungannya, ada juga potensi kerugiannya. Salah satu fenomena tersebut adalah munculnya kepribadian "Internet Famous"—selebriti media sosial seperti YouTuber dan influencer Instagram, yang sering dikagumi oleh Generasi Z daripada selebriti konvensional. Mereka sangat dipengaruhi oleh tren dan iklan di platform media sosial, yang secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian mereka.

Ciri-ciri utama Generasi Z meliputi:

- 1) Kefasihan dalam Teknologi dan Media Sosial.
- 2) Interaksi Sosial Intensif
- 3) Toleransi Budaya
- 4) Multitasking dan Berbagi Informasi
- 5) Shift Cepat.

Ciri-ciri ini dapat memiliki kekurangan, seperti loyalitas merek yang lebih rendah dan harga menjadi faktor yang kurang signifikan dalam keputusan pembelian. "Gen Z dan Revolusi Industri Keempat" menyoroti kecakapan teknologi mereka yang tinggi, aktivitas media sosial yang intens, ekspresi terbuka, dan kecenderungan untuk mengalihkan fokus dengan cepat.

## 2.2 Pengembangan hipotesis

Dalam konteks ini, manfaat yang dirasakan dikaitkan dengan keinginan Generasi Z untuk menggunakan QRIS karena berbagai alasan, termasuk transaksi yang lebih efektif dan efisien, meminimalkan kesalahan, dan kemudahan konversi. Menurut FD Davis (1989), manfaat yang dirasakan mengacu pada keyakinan individu pada kegunaan suatu teknologi. Manfaat menggunakan e-money mencerminkan nilai yang diharapkan atau diperoleh dalam melakukan berbagai transaksi. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis pertama dapat dinyatakan sebagai berikut:

**H1: Ada pengaruh dari Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan pada minat Generasi Z untuk menggunakan QRIS.**

### **Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan:**

Perceived Ease of Use, seperti yang didefinisikan oleh H. Jogyanto (2007), mengacu pada betapa mudahnya teknologi dapat digunakan tanpa usaha yang signifikan. F.D. Davis (1989) mendefinisikan kemudahan penggunaan yang dirasakan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem bebas dari usaha, dan seberapa mudah orang memahami bahwa sistem dapat digunakan secara efektif tanpa masalah. Generasi Z menginginkan QRIS menjadi alat pembayaran digital yang lebih ramah pengguna karena alasan terkait teknologi mobile commerce, minim tenaga yang diperlukan, efisiensi, dan kemudahan penggunaan. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian bahwa ketertarikan Generasi Z terhadap QRIS sebagai metode pembayaran digital karena kemudahan penggunaan, minim usaha, dan efisiensi. Oleh karena itu, hipotesis kedua adalah:

**H2: Ada pengaruh Persepsi Kemanfaatan pada minat Generasi Z dalam menggunakan QRIS.**

### **Kemanfaatan yang Dirasakan:**

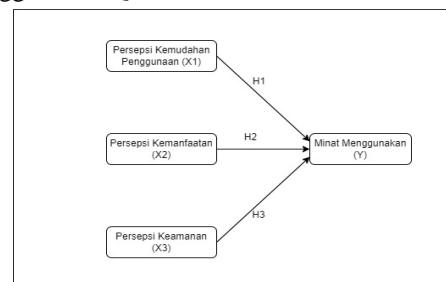
Perceived Security, menurut B. Rahardjo (2014), melibatkan pencegahan atau deteksi penipuan dalam sistem berbasis data. Dalam skenario di mana informasi tidak berarti secara fisik, konsumen perlu merasa aman menggunakan QRIS

untuk transaksi digital. Ahmad & B.S. Pambudi (2020) berpendapat bahwa keamanan sangat penting untuk menentukan kesediaan seseorang untuk menggunakan kembali layanan perbankan; Tingkat keamanan yang lebih tinggi yang ditawarkan oleh perusahaan meningkatkan minat dan penggunaan kembali layanan. Hal ini didukung oleh riset dari M.O. Pranoto & R.G. Setianegara (2020), yang menemukan bahwa keamanan secara signifikan mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Oleh karena itu, hipotesis ketiga dapat dinyatakan sebagai berikut:

**H3: Ada pengaruh dari Persepsi Keamanan pada minat Generasi Z untuk menggunakan QRIS.**

### **Jenis Penelitian:**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kuantitatif. Variabel independennya adalah X1 = Perceived Ease of Use, X2 = Perceived Usefulness, X3 = Perceived Security, dan variabel dependennya adalah Y = Generasi Z minat menggunakan QRIS.



**Gambar 2.** Pekerjaan Penelitian

*Technology Acceptance Model* (TAM) menunjukkan bahwa niat perilaku ditentukan oleh kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan, yang, pada gilirannya, memengaruhi perilaku penggunaan yang sebenarnya. Model ini membantu memahami bagaimana kemudahan penggunaan, kegunaan, dan keamanan memengaruhi minat Generasi Z pada QRIS. Penelitian menunjukkan bahwa kegunaan model TAM meningkatkan kesederhanaan tetapi tidak mengurangi kekuatan penjelasan.

### 3. Metode Penelitian

Studi ini menerapkan metode kuantitatif deskriptif menggunakan Model Penerimaan Teknologi (TAM) untuk mengevaluasi minat Gen Z dalam menggunakan QRIS. Data dikumpulkan melalui kuesioner, dan analisis dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0.

Studi ini menggunakan pendekatan penelitian primer khusus untuk mengumpulkan data. Fokus pada warga Generasi Z Kota Batam yang menggunakan QRIS untuk bertransaksi. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner Google Formulir.

Sampel untuk penelitian ini dipilih melalui purposive sampling dengan kriteria tertentu: (1) Konsumen yang menggunakan QRIS untuk pembayaran dan (2) Konsumen Generasi Z yang telah berbelanja minimal dua kali di KKV Grand Batam Mall.

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Sisik
Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan (X1) (Gunawan dkk, 2019)	Tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna saat menggunakan QRIS.	1. Kemudahan menavigasi QRIS 2. Kemudahan memahami fitur QRIS 3. Kemudahan menyelesaikan transaksi	1. Kemudahan belajar 2. Kemudahan mendapatkan 3. Kemudahan pengoperasian	Likert
Kegunaan yang Dirasakan (X2) (Rekart & Hertina, 2014)	Tingkat manfaat yang dirasakan pengguna dari penggunaan aplikasi QRIS.	1. Manfaat finansial (diskon, cashback) 2. Efisiensi waktu dan tenaga 3. Keamanan transaksi	1. Pekerjaan yang lebih cepat dan praktis (efektivitas) 2. Peningkatan kinerja individu 3. Memberikan manfaat (akurasi)	Likert
Kesamanan yang Dirasakan (X3) (Budiantara dkk, 2019)	Tingkat keamanan yang dirasakan pengguna saat menggunakan QRIS.	1. Perlindungan data pribadi 2. Keamanan transaksi 3. Percaya pada penyedia layanan	1. Kepercayaan terhadap keamanan data dan transaksi QRIS 2. Perlindungan terhadap kebocoran informasi	Likert
Niat untuk Menggunakan (Y) (Kotler & Armstrong, 2016)	Tingkat keinginan pengguna untuk menggunakan QRIS di masa depan.	1. Keinginan untuk terus menggunakan QRIS 2. Rekomendasi QRIS kepada orang lain	1. Niat untuk mengadopsi QRIS sebagai metode pembayaran utama 2. Kemungkinan merekomendasikan QRIS kepada teman atau keluarga	Likert

## 4. Hasil dan Diskusi

### 4.1 Deskripsi Karakteristik Responden

#### a) Karakteristik Jenis Kelamin

**Tabel 4.1** Karakteristik Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Total Responden	Persentase
Perempuan	70	60%
Laki-Laki	50	40%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan pada Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa mayoritas jenis kelamin responden pada penelitian ini adalah perempuan sebesar 70 orang atau 60% dibandingkan dengan laki-laki sebesar 50 orang atau 40%

#### b) Karakteristik Usia

**Tabel 4.2** Karakteristik Usia

Umur	Total Responden	Persentase
17-20 tahun	20	15%
21-24 tahun	60	50%
25-27 tahun	40	35%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa usia responden pada penelitian ini berumur 17 – 20 tahun sebanyak 20 orang atau 15%, diikuti dengan mayoritas responden yang berumur 21 – 24 tahun sebanyak 60 orang atau 50% dan responden yang berumur 25 – 27 tahun sebanyak 40 orang dengan presentasi sebesar 35%

#### c) Karakteristik Pekerjaan

**Tabel 4.3** Karakteristik Pekerjaan

Pekerjaan	Total Responden	Persentase
Pelajar / Mahasiswa	55	48%
Pegawai Swasta	40	30%
Pegawai Negeri	15	15%
Freelancer	7	4%
Lainnya	3	3%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa mayoritas pekerjaan responden pada penelitian ini pekerjaan Pelajar / Mahasiswa sebanyak 55 orang atau 48%, diikuti dengan responden dengan Pegawai Swasta sebesar 40 orang atau 30%, lanjut dengan responden dengan Pegawai Negeri sebanyak 15 orang atau 15%, Freelancer sebanyak 7 orang atau 7% dan pekerjaan Lainnya 3 orang atau 3%.

d) Karakteristik Pendidikan Terakhir

**Tabel 4.4** Karakteristik Pendidikan

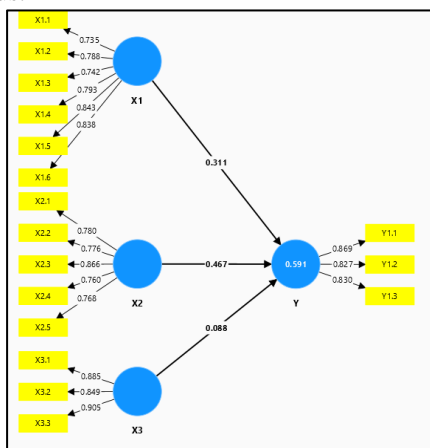
Pendidikan Terakhir	Total Responden	Persentase
SMA/SMK/Sederajat	25	15%
Diploma	35	35%
Sarjana (S1)	60	50%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui Pendidikan responden adalah SMA/SMK/Sederajat sebanyak 25 orang atau 15%, Diploma sebanyak 35 orang atau 35% dan responden mayoritas dengan pendidikan Sarjana (S1) sebanyak 60 orang atau 50%.

**4.2 Model Pengukuran (Outer Model)**

**4.2.1 Validitas Convergent**

Validitas menunjukkan bahwa indikator harus berkorelasi kuat dengan konstruksinya. Dalam PLS, validitas diukur dengan loading factor. Pada penelitian konfirmatori, nilai harus lebih dari 0,70, sedangkan pada penelitian eksploratori, indikator dengan nilai antara 0,60 hingga 0,70 sebaiknya dihapus.



**Gambar 2.** Pengujian Loading factor

Gambar 2 menunjukkan bahwa setiap faktor pemuatan indikator >0,70, oleh karena itu dapat dikatakan memenuhi validitas konvergen. Rincian nilai Loading factor dapat ditemukan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.5** Hasil Akhir Loading Factor

Construct	Indicator	Outer Loading	Validity
Perceived Ease of Use	X1.1	0.735	Valid
	X1.2	0.788	Valid
	X1.3	0.742	Valid
	X1.4	0.793	Valid
	X1.5	0.843	Valid
	X1.6	0.838	Valid
Perceived Usefulness	X2.1	0.780	Valid
	X2.2	0.776	Valid
	X2.3	0.866	Valid
	X2.4	0.760	Valid
	X2.5	0.768	Valid
Perceived Security	X3.1	0.885	Valid
	X3.2	0.849	Valid
	X3.3	0.905	Valid
Intention to Use	Y1.1	0.869	Valid
	Y1.2	0.827	Valid
	Y1.3	0.830	Valid

Untuk mengukur validitas konvergen, digunakan nilai Average Variance Extracted (AVE) dan Communalities. Communalities mengevaluasi kualitas model pengukuran pada setiap blok variabel laten, sedangkan AVE mengukur rata-rata persentase varian yang diekstraksi dari variabel laten melalui loading standar indikator dalam proses PLS.

**Tabel 4.6** Nilai AVE dan Communalities

Latent Construct	AVE	Communalities	Validitas (>0.5)
Perceived Easy of Use	0.625	0.909	Valid
Persepsi Usefulness	0.625	0.893	Valid
Persepsi Security	0.775	0.912	Valid
Intention to Use	0.709	0.880	Valid

Nilai yang diperoleh dari semua konstruksi adalah >0,50 yang menunjukkan bahwa variabel konstruksi valid.

**4.1.2 Validitas Diskriminasi**

Validitas diskriminan bertujuan untuk memastikan bahwa setiap indikator memprediksi variabel laten yang diukur lebih baik daripada variabel laten lainnya. Hal ini dapat dilihat melalui cross loading antara indikator dan konstruksinya, yang ditampilkan dalam tabel berikut.

**Tabel 4.7** Hasil Cros Loading Indikator

	X1	X2	X3	Y
X1.1	0.735	0.475	0.471	0.448
X1.2	0.788	0.496	0.469	0.476
X1.3	0.742	0.392	0.331	0.443
X1.4	0.793	0.488	0.483	0.390
X1.5	0.842	0.455	0.327	0.559
X1.6	0.838	0.467	0.371	0.606
X2.1	0.462	0.780	0.905	0.659
X2.2	0.394	0.776	0.557	0.542
X2.3	0.461	0.866	0.686	0.608
X2.4	0.547	0.760	0.603	0.511
X2.5	0.443	0.768	0.654	0.521
X3.1	0.379	0.757	0.885	0.513
X3.2	0.493	0.770	0.849	0.536
X3.3	0.462	0.780	0.905	0.659
Y1.1	0.481	0.585	0.532	0.869
Y1.2	0.593	0.625	0.610	0.827
Y1.3	0.502	0.617	0.502	0.830

predictive relevance, serta uji t dan signifikansi koefisien jalur. Model dianggap kuat jika R-square  $\geq 0,67$ , moderat jika  $\geq 0,33$ , dan lemah jika  $\geq 0,19$ .

**Tabel 6.** Nilai R Square pada Variabel Konstruk Dependen

Latent Construct	Composite Reliability	Cronbachs Alpha
Perceived Ease of Use	0.892	0.880
Perceived Usefulness	0.856	0.850
Perceived Security	0.872	0.855
Intention to Use	0.796	0.795

Nilai R Square 0,578 untuk optimalisasi penggunaan menunjukkan validitas model yang kuat dalam mengoptimalkan penggunaan.

#### 4.3 Pengujian Hipotesis

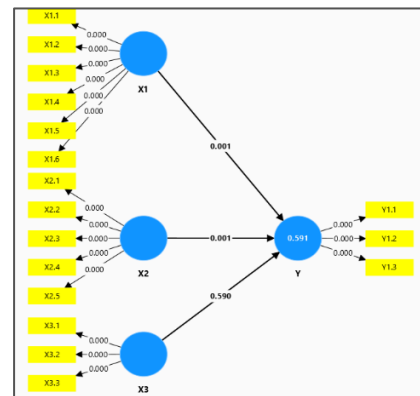
Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati signifikansi antar variabel laten menggunakan t-statistic yang dihitung melalui bootstrapping di SmartPLS.

#### 4.1.3 Construct Reliability

Selain uji validitas, uji reliabilitas juga penting dalam penelitian ini. Dalam pendekatan PLS, reliabilitas diukur melalui composite reliability dan Cronbach's alpha. Sebuah konstruk dianggap reliabel jika nilai composite reliability lebih dari 0,70 dan Cronbach's alpha  $\geq 0,50$ .

**Tabel 5.** Nilai Composite & Cronbachs

Variabel Dependen	R Square
Optimalisasi Penggunaan	0.578



**Gambar 3.** Hasil Bootstrapping

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan tingkat kesalahan 5% dan tingkat akurasi 95%, artinya t-statistik harus lebih besar dari 1,96. Hasil Statistik T, Nilai P, dan Koefisien Jalur yang diperoleh dari proses bootstaping SmartPLS.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa semua konstruk dalam model penelitian ini reliabel karena nilai composite reliability dan Cronbach's alpha memenuhi kriteria yang ditetapkan.

#### 4.2 Pengujian Struktural (Inner Model)

Model struktural (*inner model*) menggambarkan hubungan antar variabel laten, dengan variabel independen tidak memiliki nilai R-Square. Evaluasi model dilakukan menggunakan R-square untuk variabel dependen, uji Q-square untuk

Hypothesis	Path	Path Coefficient	T Statistics	P Value	Result (>1.96)
H1	X1 -> Y1	0.311	3.324	0.001	Signifikan
H2	X2 -> Y1	0.467	3.195	0.001	Signifikan
H3	X3 -> Y1	0.088	0.539	0.590	Not Significant

**Tabel 7.** Kesimpulan Tes Hipotesis

Suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak berdasarkan signifikansi T-Statistic dan p-value. Hipotesis diterima jika nilai T-statistic lebih besar dari tabel 1,96 (5%) dan nilai p-value kurang dari 0,05 artinya berpengaruh (hipotesis diterima). Hasil analisis sebagai berikut. Berdasarkan pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa:

**Hipotesis 1:** Persepsi kemudahan penggunaan memiliki positif yang signifikan terhadap minat penggunaan, dengan nilai T-statistic sebesar 3,324 yang melebihi ambang batas >1,96, dan nilai signifikansi p-Value sebesar 0,00 yang lebih rendah dari <0,05. Dengan demikian, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa hipotesis penelitian ini dapat diterima.

**Hipotesis 2:** Persepsi manfaat memiliki dampak positif yang signifikan terhadap minat penggunaan, dengan T-Statistic sebesar 3,195 yang melebihi ambang batas >1,96, dan nilai signifikansi p-Value sebesar 0,00 yang lebih rendah dari <0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini dapat diterima.

**Hipotesis 3:** Persepsi keamanan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap minat penggunaan, dengan nilai T-Statistic sebesar 0,539 yang kurang ambang batas >1,96, dan nilai signifikansi p-Value sebesar 0,00 yang lebih rendah dari <0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini tidak dapat diterima.

## 5. Kesimpulan, Saran, dan Batasan

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: (1) Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*). Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat Gen Z dalam menggunakan QRIS. Hasil analisis menunjukkan nilai p-value sebesar 0,001, yang berarti lebih kecil dari ambang batas signifikansi 0,05. Nilai p-value yang rendah ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan QRIS berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan minat Gen Z dalam menggunakan metode pembayaran ini. Dengan kata lain, semakin mudah QRIS digunakan, semakin tinggi minat Gen Z untuk mengadopsinya.;(2) Kegunaan (*Perceived Usefulness*). Kegunaan juga berpengaruh

signifikan terhadap minat Gen Z dalam menggunakan QRIS, dengan nilai p-value sebesar 0,001. Sama seperti pada kemudahan penggunaan, nilai p-value ini menunjukkan bahwa kegunaan QRIS sebagai metode pembayaran memberikan dampak yang signifikan terhadap minat Gen Z. Artinya, semakin tinggi persepsi Gen Z terhadap manfaat yang diperoleh dari penggunaan QRIS, semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakannya. ; (3) **Keamanan (*Perceived Security*)**. Keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat Gen Z menggunakan QRIS, dengan nilai p-value sebesar 0,590. Nilai p-value yang jauh lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa persepsi keamanan QRIS tidak secara signifikan mempengaruhi minat Gen Z untuk menggunakannya. Hal ini mungkin menunjukkan bahwa meskipun faktor keamanan adalah pertimbangan penting, dalam konteks penelitian ini, persepsi keamanan tidak memiliki dampak yang cukup besar terhadap keputusan Gen Z untuk menggunakan QRIS. Kemungkinan penyebabnya bisa meliputi tingkat kepercayaan yang sudah ada atau mungkin kurangnya perhatian terhadap aspek keamanan dalam keputusan penggunaan QRIS oleh Gen Z.

### 5.2 Saran

Berdasarkan analisis deskriptif terhadap data yang dikumpulkan dari 120 responden Gen Z di KKV Grand Batam Mall, beberapa saran strategis dapat diberikan untuk meningkatkan penggunaan QRIS. Pertama, KKV perlu meningkatkan kemudahan penggunaan QRIS dengan memastikan akses yang cepat dan mudah untuk memindai QR code di kasir, memberikan panduan yang jelas dan visual di setiap titik transaksi, serta menyediakan staf yang dapat membantu pengguna pertama kali yang kurang terbiasa dengan teknologi QRIS. Kedua, KKV perlu mengkomunikasikan kegunaan QRIS kepada Gen Z dengan menekankan berbagai keuntungan yang bisa didapatkan dari penggunaan QRIS, seperti promosi eksklusif untuk pengguna QRIS, cashback, atau sistem poin loyalitas. Ketiga, KKV perlu meningkatkan aksesibilitas penggunaan QRIS di seluruh area toko dengan memastikan QR code tersedia di berbagai titik pembayaran dengan cara yang mudah diakses dan terlihat jelas. Terakhir, KKV perlu mempromosikan penggunaan QRIS kepada Gen Z

dengan memanfaatkan media sosial dan iklan dalam aplikasi untuk lebih menyosialisasikan penggunaan QRIS. Dengan memperhatikan aspek kemudahan, manfaat, dan tetap menjaga persepsi keamanan yang baik, KKV dapat memperkuat strategi penggunaan QRIS untuk menarik lebih banyak pengguna Gen Z dan meningkatkan efisiensi transaksi di toko.

### 5.3 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian ini hanya berfokus pada responden Gen Z di KKV Grand Batam Mall, sehingga hasilnya mungkin tidak digeneralisasi untuk populasi yang lebih luas atau kelompok usia lain. Kedua, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, sehingga penggalan data lebih dalam mengenai minat dan persepsi individu hanya terbatas pada pilihan jawaban dalam kuesioner, tanpa analisis kualitatif yang lebih mendalam. Ketiga, variabel keamanan tidak menunjukkan pengaruh signifikan dalam konteks penelitian ini, namun bisa jadi variabel tersebut penting dalam konteks atau lokasi lain yang lebih memperhatikan isu keamanan dalam penggunaan QRIS. Terakhir, penelitian ini hanya mempertimbangkan tiga variabel utama; Kemudahan penggunaan, manfaat, dan keamanan—sehingga masih terdapat faktor lain, seperti promosi atau faktor sosial, yang belum dianalisis dan mungkin berpengaruh terhadap minat menggunakan QRIS.

### Daftar Pustaka

- al, AE (2017). *Peran Kepercayaan memediasi pengaruh Pengalaman terhadap niat menggunakan kembali jasa Go-Jek di Kota Denpasar*. Von <http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/bismana/article/view/623> abgerufen
- al, HE (2020). *The Self-Driven Digital, Generasi Z Baru di Asia: Dinamika, Perbedaan, Digitalisasi Konteks yang Berubah dalam Mengelola Manusia*.
- Alfikri, A. (2023). *Peran Pendidikan Karakter Generasi Z dalam Menghadapi Tantangan DI Era Society 5.0*. Von <https://proceeding.unnes.ac.id/snpasca/article/download/2091/1574/5463> abgerufen
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). *Sikap dan niat konsumen untuk mengadopsi dompet seluler di India – Sebuah studi empiris*. Von <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJBM-09-2018-0256/full/html> abgerufen
- Darma, I., & Devi, S. (2022). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Norma Subjektif terhadap minat penggunaan E-Wallet di Masa New Normal (Studi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Denpasar)*. Von <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/40981> abgerufen
- Davis, F. (1989). *Kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, dan penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi*. Von <https://www.jstor.org/stable/249008> abgerufen
- Devita, V. (2024). *E-Wallet Lokal Masih Mendominasi Q2 2019-2020*. Von <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/> abgerufen
- Ericaningtyas, R., & Minarso, B. (2021). *Analisis Fakot-Fakor Yang mempengaruhi Mahasiswa Dalam Minat Penggunaan Sistem Pembayaran E-Wallet Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisni Universitas Dian Nuswantoro Semarang)*. Von <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/jaka/article/view/5412> abgerufen
- Fatmawati Endang. (2015). *Techonology Acceptance Model (TAM) Untuk menganalisis Penerimaan Terhadap SIStem Informasi Perpustakaan*. Von [https://www.academia.edu/93114321/Technology\\_Acceptance\\_Model\\_TAM\\_Untuk\\_Menganalisis\\_Penerimaan\\_Terhadap\\_Sistem\\_Informasi\\_Perpustakaan](https://www.academia.edu/93114321/Technology_Acceptance_Model_TAM_Untuk_Menganalisis_Penerimaan_Terhadap_Sistem_Informasi_Perpustakaan) abgerufen
- Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). *Menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi millennial menggunakan e-*

- money. Von <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/7499> abgerufen
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desrtasi Ilmu Manajemen*.
- Rambut dkk. (2014). *Primer tentang Pemodelan Persamaan Struktural Kuadrat Terkecil Parsial (PLS-SEM)*.
- Hoetama, & Hendry. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Tingkat Kepercayaan pada Minat Menggunakan Uang Elektronik Gopay*. Von <http://repository.matanauniversity.ac.id:8080/xmlui/handle/123456789/607> abgerufen
- Kademaunga, C., & Phiri, J. (2019). *Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan implementasi pengadaan elektronik di lembaga pemerintah berdasarkan model penerimaan teknologi*. Von [https://www.scirp.org/html/12-1530899\\_95248.htm](https://www.scirp.org/html/12-1530899_95248.htm) abgerufen
- Katon, F., & Yuniati, U. (2020). *Fenomena Cashless Society Dalam Pandemi Covid-19 (Kajian Interaksi Simbolik Pada Generasi Milenial)*. Von <https://jurnal.ugj.ac.id/index.php/Signal/article/view/3490> abgerufen
- Kumala, D., Pranata, J., & Thio, S. (2020). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, and Security Terhadap Minat Penggunaan GoPay Pada Generasi X Di Surabaya*. Von <https://jurnalperhotelan.petra.ac.id/index.php/hot/article/view/22913> abgerufen
- Kurniasari, P., & Priambada, S. (2018). *Analisis Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi Online Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya*. Von [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Analisis+Persepsi+Kemanfaatan+Dan+Persepsi+Kemudahan+Terhadap+Minat+Perilaku+Penggunaan+Aplikasi+Transportasi+Online+Pada](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Analisis+Persepsi+Kemanfaatan+Dan+Persepsi+Kemudahan+Terhadap+Minat+Perilaku+Penggunaan+Aplikasi+Transportasi+Online+Pada) +Mahasiswa+Brawijaya.+Malang.&btnG= abgerufen
- Laudon, K., & Laudon, J. (2014). *Sistem Informasi Manajemen: Mengelola Perusahaan Digital*. Pearson.
- OJK. (2019). *Yuk Mengenal FinTech! Keuangan Digital Yang tengah Naik Daun*. Von <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10468> abgerufen
- Prakosa, A. (2020). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan ulang e-wallet pada generasi milenial di daerah istimewa yogyakarta*. Von <http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/bismana/article/view/623> abgerufen
- Rahman, A., Yochanan, C., Samanlangi, A., & Purnomo, H. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Von [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Sugiyono%2C+%282018%29.+Metode+Penelitian+Kuantitatif%2C+Kualitatif%2C+dan+R%26D.+Bandung%3A+Alfabeta.&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Sugiyono%2C+%282018%29.+Metode+Penelitian+Kuantitatif%2C+Kualitatif%2C+dan+R%26D.+Bandung%3A+Alfabeta.&btnG=abgerufen) abgerufen
- Rahmawati, W. (2016). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim Dalam Membeli Produk Asuransi Jiwa Syariah (Studi Pada AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah, Cabang Margonda)*. Von <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/30559> abgerufen
- Rahmawati, Y., & Yuliana, R. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng*. Von <https://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id/jurnal/index.php/econbank/article/view/215> abgerufen
- Raman, A., & Annamalai, V. (2011). *Layanan Web dan Keputusan e-Shopping: Studi tentang E-Consumer Malaysia*. Von [https://www.researchgate.net/publication/286456862\\_Web\\_Services\\_and\\_e-Shopping\\_Decisions\\_A\\_Study\\_on\\_Malaysian\\_e-Consumer](https://www.researchgate.net/publication/286456862_Web_Services_and_e-Shopping_Decisions_A_Study_on_Malaysian_e-Consumer) abgerufen
- Rithmaya, C. (2016). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam*

- Menggunakan Internet Banking*. Von [https://www.academia.edu/110856574/Pengaruh\\_Kemudahan\\_Penggunaan\\_Kemanafaatan\\_Sikap\\_Risiko\\_Dan\\_Fitur\\_Layanan\\_Terhadap\\_Minat\\_Ulang\\_Nasabah\\_Bank\\_Bca\\_Dalam\\_Menggunakan\\_Ineternet\\_Banking?sm=a](https://www.academia.edu/110856574/Pengaruh_Kemudahan_Penggunaan_Kemanafaatan_Sikap_Risiko_Dan_Fitur_Layanan_Terhadap_Minat_Ulang_Nasabah_Bank_Bca_Dalam_Menggunakan_Ineternet_Banking?sm=a) abgerufen
- Rodiah, & Melati. (2020). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang*. Von <https://ejournal.ivet.ac.id/index.php/jee/article/view/1293> abgerufen
- Rumondang, A. (2019). *Fintech: Inovasi Sistem Keuangan di Era Digital*. Von <https://kitamenulis.id/2019/10/10/fintech-inovasi-sistem-keuangan-di-era-digital/> abgerufen
- Saputri, O. (2020). *Preferensi konsumen dalam menggunakan quick response code indonesia standard (qris) sebagai alat pembayaran digital*. Von <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/7355> abgerufen
- Septian, A. (2023). *Ngintip KKV Grand Batam Spot Foto OOTD Kekinian*. Von <https://asedino.com/2023/04/11/ngintip-kkv-grand-batam-spot-foto-ootd-kekinian/> abgerufen
- Shomad, & Purnomosidhi. (2012). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-Commerce*. Von <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/466> abgerufen
- Sinaga, O., Marpaung, F., & Dewi, R. (2021). *Kontribusi perceived usefulness, perceived ease of use dan perceived security terhadap behavioral intent to use aplikasi JAKET*. Von <http://journals.insightpub.org/index.php/imj/article/view/71> abgerufen
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *"Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D"*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Von [https://www.researchgate.net/profile/Hery-Purnomo/publication/377469385\\_METODE\\_PENELITIAN\\_KUANTITATIF\\_KUALITATIF\\_DAN\\_RD/links/65a89006bf5b00662e196dde/METODE-PENELITIAN-KUANTITATIF-KUALITATIF-DAN-R-D.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Hery-Purnomo/publication/377469385_METODE_PENELITIAN_KUANTITATIF_KUALITATIF_DAN_RD/links/65a89006bf5b00662e196dde/METODE-PENELITIAN-KUANTITATIF-KUALITATIF-DAN-R-D.pdf) abgerufen
- Sugiyono. (kein Datum). *Metode Penelitian Pendd.*
- Sugiyono, & Noeraini, I. (2016). *Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya*. Von <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/687/698> abgerufen
- Susanto, A., Chang, Y., & Ha, Y. (2016). *Penentu Niat Kelanjutan Untuk Menggunakan Layanan Perbankan Smartphone: Perpanjangan Mode Konfirmasi Harapan*. Von <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IMDS-05-2015-0195/full/html> abgerufen
- Syaifuddin, A. F., & Rahman, K. (2022). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan QRIS Sebagai Metode Pembayaran Pada Masa Pandemi*. Von [https://journal.uinsi.ac.id/index.php/INA\\_SJIF/article/view/4739](https://journal.uinsi.ac.id/index.php/INA_SJIF/article/view/4739) abgerufen
- Tahar, A., Riyadh, H., Sofyani, H., & Purnomo, W. (2020). *Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan, Kegunaan yang Dirasakan, Keamanan yang Dirasakan dan Niat untuk Menggunakan E-Filing: Peran Kesiapan Teknologi*. Von <https://koreascience.kr/article/JAKO202026061031385.page> abgerufen
- Tyas, E., & Darma, E. (2017). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul*

*Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah  
Istimewa Yogyakarta.* Von  
<https://journal.umy.ac.id/index.php/rab/article/view/7658> abgerufen

Yulianto, d. (2016). Metodologi Penelitian Bisnis.