



## Meningkatkan Minat Adopsi Qris Pada Pedagang Pasar Tradisional di Denpasar: Sebuah Studi Empiris

Putu Budihartanti<sup>1</sup>, Ketut Tanti Kustina<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup> Universitas Pendidikan Nasional

E-mail: [putubudihartanti@gmail.com](mailto:putubudihartanti@gmail.com)<sup>1</sup>, [tantikustina@undiknas.ac.id](mailto:tantikustina@undiknas.ac.id)<sup>2</sup>

\*Penulis Koresponden : [putubudihartanti@gmail.com](mailto:putubudihartanti@gmail.com)

**Abstract.** *This study examines how perceived enjoyment, social influence, and perceived benefit influence the intention to adopt QRIS among traditional market traders in Denpasar, with perceived convenience as a mediating variable and innovativeness as a moderating variable. The research involved 120 respondents selected through purposive sampling, and the obtained data were analyzed using SEM-PLS through SmartPLS software with a quantitative approach. The findings indicate that higher levels of perceived enjoyment, social influence, and perceived benefit significantly increase the intention to adopt QRIS. Furthermore, the mediation test demonstrates that QRIS usage, which provides perceived enjoyment, social influence, and perceived benefit, generates perceived convenience that ultimately encourages traders to adopt QRIS. However, innovativeness does not strengthen the effect of perceived enjoyment, social influence, and perceived benefit on perceived convenience, as the level of innovativeness varies among traders. Regardless of whether traders possess high or low innovativeness, perceived enjoyment, social influence, and perceived benefit can still directly influence perceived convenience. Overall, the intention to adopt QRIS is influenced by perceived enjoyment, social influence, and perceived benefit, with perceived convenience playing a key role in the adoption process. The high adoption intention of QRIS in traditional markets demonstrates traders' support for payment digitalization, which can reduce security risks and the circulation of counterfeit money, ultimately contributing positively to regional economic activity.*

**Keywords:** *Perceived Enjoyment, Social Influence, Perceived Benefit, Perceived Convenience, QRIS Adoption Intention, Innovativeness.*

**Abstrak.** Penelitian ini meneliti mengenai bagaimana *perceived enjoyment*, *social influences*, dan *perceived benefit* dapat mempengaruhi minat adopsi QRIS di Pasar Tradisional di Denpasar, dengan mempertimbangkan *perceived convenience* sebagai mediator dan *innovativeness* sebagai moderator. Penelitian ini dilakukan terhadap para pedagang Pasar Tradisional di wilayah Denpasar dengan melibatkan 120 responden, data yang telah diperoleh diuji melalui SEM-PLS dengan software SmartPLS melalui teknik *purposive sampling* dengan metode pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingginya tingkat *perceived enjoyment*, *social influences*, dan *perceived benefit* dapat meningkatkan minat adopsi QRIS. Selain itu, uji mediasi menunjukkan bahwa penggunaan QRIS yang memberikan *perceived enjoyment*, *social influences*, dan *perceived benefit* dapat menciptakan *perceived convenience* yang akhirnya meyakinkan para pedagang untuk mengadopsi QRIS. Namun, *innovativeness* tidak dapat memperkuat pengaruh *perceived enjoyment*, *social influences*, dan *perceived benefit* terhadap *perceived convenience*, hal ini dikarenakan tingkatan *innovativeness* tiap pedagang bersifat relatif. Terlepas dari dimiliki atau tidak dimilikinya *innovativeness* oleh pedagang, hal tersebut tidak menutup kemungkinan *perceived enjoyment*, *social influences*, dan *perceived benefit* dapat secara langsung mempengaruhi *perceived convenience*. Secara keseluruhan, minat adopsi QRIS dapat dipengaruhi oleh *perceived enjoyment*, *social influences*, dan *perceived benefit* karena terdapat *perceived convenience* di dalam penggunaannya. Melalui tingginya minat adopsi QRIS di Pasar Tradisional, dapat dibuktikan bahwa para pedagang telah mendukung digitalisasi pembayaran yang mampu mengurangi resiko keamanan dan penyebaran uang palsu, sehingga dianggap memiliki dampak positif terhadap perputaran ekonomi suatu daerah.

**Kata Kunci:** Kenikmatan yang Dirasakan, Pengaruh Sosial, Manfaat yang Dirasakan, Kemudahan yang Dirasakan, Minat Adopsi QRIS, Inovasi.

### 1. LATAR BELAKANG

Era digitalisasi telah mengubah sistem transaksi keuangan dari tunai menjadi non-tunai, dan salah satu implementasinya adalah QRIS yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan ASPI untuk mendukung efisiensi dan inklusi keuangan nasional. QRIS menawarkan transaksi

yang cepat, mudah, murah, dan aman, sehingga mendorong pedagang terutama di pasar tradisional beralih dari sistem pembayaran tunai yang dinilai kurang efisien. Kenikmatan penggunaan (*perceived enjoyment*) serta pengalaman transaksi yang praktis menjadi faktor yang meningkatkan minat adopsi QRIS, terutama ketika pedagang merasakan kemudahan dalam proses pembayaran dan layanan yang relevan dengan aktivitas perdagangan mereka. Selain itu, pengaruh sosial dan manfaat penggunaan (*perceived benefit*) turut memperkuat keputusan pedagang untuk mengadopsi QRIS, karena rekomendasi dari lingkungan sekitar serta manfaat seperti efisiensi waktu, keamanan, dan peningkatan potensi penjualan menjadi dasar penting dalam pemilihan metode transaksi modern.

Layanan QRIS dapat memberikan rasa nyaman (*Perceived Convenience*) pada pedagang di Pasar Tradisional karena menurut (Yudhistira & Octaviani, 2025) layanan QRIS telah memberikan kenikmatan dalam bentuk kemudahan dan kelancaran penggunaannya sehingga hal ini (*Perceived enjoyment*) yang dapat menarik minat pengguna untuk menggunakan QRIS dibandingkan dengan opsi pembayaran lainnya. Adanya pengalaman positif yang dirasakan pengguna membuat mereka termotivasi untuk membagikan pengalaman kepada orang terdekat mereka sehingga dapat menimbulkan pengaruh sosial (*Social influences*) yang dapat mendorong seorang individu untuk ikut mengadopsi QRIS. Adanya manfaat (*Perceived benefit*) dalam bentuk efektivitas dan efisiensi dalam proses transaksi dapat meningkatkan minat para pedagang yang masih menggunakan sistem transaksi tradisional untuk mengadopsi QRIS sebagai alat transaksinya. Menurut (Yamin & Abdalatif, 2024), Efisiensi dan efektivitas layanan menjadi pendorong utama yang memicu pengguna menggunakan layanan transaksi digital karena ada rasa nyaman yang diperoleh saat mengadopsi layanan QRIS ini. Kenyamanan yang dirasakan oleh pengguna dapat dilihat ketika pengguna hanya membutuhkan upaya yang minimum saat melakukan proses transaksi (Usman et al., 2025), sehingga niat penggunaan layanan QRIS ini diprediksi akan terus mengalami peningkatan. Rasa nyaman (*Perceived Convenience*) dalam melakukan transaksi menggunakan QRIS akan didapatkan ketika penggunanya merasakan adanya kenikmatan, pengaruh sosial, dan manfaat yang diperoleh, terutama pada Pasar Tradisional yang dimana para pedagang akan mengutamakan keuntungan dalam proses transaksi. Maka dari itu, *Perceived Convenience* dianggap dapat memediasi *Perceived enjoyment*, *Social influences*, dan *Perceived benefit* dalam minat adopsi QRIS oleh Pedagang di Pasar Tradisional.

Dalam melakukan transaksi pada Pasar Tradisional terutama di Denpasar biasanya terdapat dua opsi transaksi yaitu secara tunai dan non-tunai, dibandingkan dengan QRIS kemudahan transaksi yang ditawarkan dalam pembayaran secara tunai belum tentu dapat memberikan kenyamanan dalam bentuk efisiensi dan efektivitas penggunaannya. Untuk mendapatkan rasa nyaman dalam penggunaan QRIS pada Pasar Tradisional, para pedagang harus menerima adanya perkembangan teknologi dengan cara membuka diri untuk mengadopsi QRIS sehingga para pedagang dapat mengetahui bagaimana cara menggunakan layanan tersebut sehingga bisa mendapatkan manfaat yang dijanjikan. Dalam penggunaan QRIS, para pedagang di Pasar Tradisional hanya perlu mengeluarkan upaya yang minimum untuk menggunakan layanan tersebut dengan cara menyediakan kode QR transaksi yang sudah terhubung dengan bank digital atau dompet digital milik pedagang. Dengan upaya yang minim dan keuntungan yang diperoleh tentunya dapat menarik minat pedagang untuk mengadopsi QRIS karena dianggap cepat dan mudah untuk diimplementasikan, Menurut (Yamin & Abdalatif, 2024) kecepatan transaksi ini tidak mungkin didapatkan dalam metode pembayaran transaksi secara tradisional. Dibandingkan dengan transaksi secara digital, pedagang yang menggunakan QRIS hanya perlu menyediakan kode QR untuk konsumen dalam melakukan pembayaran sehingga konsumen dan pedagang tidak perlu mengeluarkan dan menerima uang tunai dalam proses transaksi. Maka dari itu, penggunaan QRIS ini dapat memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam melakukan proses transaksi, Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti hal tersebut sudah sejauh mana diterapkan karena QRIS dapat memberi kemudahan, kelancaran, kecepatan, dan keamanan transaksi yang dapat memberikan kenyamanan pada pedagang di Pasar Tradisional.

Layanan QRIS bisa diterima apabila penggunaannya memiliki sifat yang inovatif terhadap teknologi (*Innovativeness*), yaitu tiap individu mampu terbuka dalam mencoba dan menggunakan kembali layanan QRIS, sehingga individu yang mampu menerima adanya teknologi untuk melakukan transaksi dapat memperoleh manfaat dalam bentuk kemudahan dan kecepatan transaksi. Tiap individu yang cenderung terbuka pada teknologi akan mencari tahu informasi mengenai bagaimana QRIS dapat membantu mereka dalam meningkatkan produktivitas dalam bertransaksi, sehingga individu yang inovatif dapat merasakan kenikmatan (*Perceived enjoyment*) dalam penggunaan QRIS. Mereka juga akan mencoba QRIS untuk mengetahui bagaimana penggunaan QRIS ini dapat memberikan manfaat yang signifikan, sehingga dari pengalaman yang dirasakan individu yang inovatif dapat memberikan pengaruh sosial (*Social influences*) pada orang – orang disekitarnya untuk ikut

menggunakan QRIS (Yamin & Abdalatif, 2024). Karena manfaat (*Perceived benefit*) yang dirasakan dalam menggunakan QRIS dapat memberikan keuntungan bagi mereka sehingga dianggap nyaman untuk digunakan ketika bertransaksi. Oleh karena itu individu yang inovatif ini dapat menunjukkan bahwa sebagian besar niat pengguna untuk mengadopsi QRIS dapat didorong oleh bagaimana kepribadian dari setiap individu apakah mereka terbuka atau tertutup pada suatu teknologi. Maka dari itu *Innovativeness* diduga dapat memoderasi *Perceived enjoyment*, *Social influences*, dan *Perceived benefit* terhadap *Perceived Convenience* sehingga minat adopsi QRIS oleh Pedagang di Pasar Tradisional meningkat.

Berdasarkan hasil observasi oleh peneliti, Pasar Tradisional di Denpasar telah ikut serta mengadopsi QRIS namun belum diadopsi secara keseluruhan oleh para pedagang karena diduga ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat untuk mengadopsi QRIS. Sebagian besar pedagang sebelumnya masih menggunakan metode transaksi tradisional dengan uang tunai yang mengharuskan mereka untuk menerima dan mengeluarkan uang tunai, Sehingga dianggap dapat mengurangi efisiensi dan efektifitas dalam melakukan transaksi. Setiap pedagang cenderung mengutamakan manfaat yang didapatkan berupa kemudahan, kenyamanan, kesenangan, dan kecepatan dalam proses transaksi agar produktivitas transaksi mereka meningkat. Namun pada berita yang dibawa oleh (Idris, 2024) QRIS belum diadopsi secara merata di sektor perdagangan, karena pelaku di Pasar Tradisional didominasi oleh generasi X dengan rentang usia 45 – 60 tahun yang menganggap penggunaan QRIS pada *smartphone* membutuhkan upaya yang lebih besar dibandingkan menggunakan uang tunai. Sehingga hal tersebut menunjukkan kurangnya sifat inovatif yang dimiliki oleh pedagang di Pasar Tradisional, maka dari itu untuk mewujudkan digitalisasi pembayaran tiap pedagang harus bersifat terbuka untuk mencoba QRIS. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa minat adopsi QRIS oleh pedagang di Pasar Tradisional ini dapat dipengaruhi oleh beberapa hal sehingga pada penelitian ini akan membahas bagaimana pemanfaatan layanan transaksi digital berupa QRIS dapat mendorong transformasi metode pembayaran tradisional menjadi digital. Adanya *Perceived enjoyment*, *Social Influence*, dan *Perceived benefit* yang ditawarkan dalam penggunaan QRIS ini, diduga dapat memberikan rasa nyaman (*Perceived Convenience*) sehingga mampu menarik minat para pedagang di Pasar Tradisional untuk melakukan transaksi penjualannya menggunakan QRIS.

Adapun penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *Perceived Convenience* terbukti berdampak positif sehingga dapat menjadi faktor yang penting untuk mengukur minat pengguna dalam mengadopsi QRIS (Yamin & Abdalatif, 2024). Menurut (Balakrishnan &

Eesan, 2024) kenikmatan dan minat untuk mengadopsi QRIS dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan. *Perceived enjoyment* yang dirasakan oleh pengguna dapat secara langsung mendorong minat individu untuk mengadopsi QRIS (Yudhistira & Octaviani, 2025) pada perspektif konsumen dalam penelitian (Rouibah et al., 2016) *perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap minat untuk mengadopsi. *Social influences* secara positif mempengaruhi minat pengguna untuk melakukan transaksi menggunakan QRIS (Islam et al., 2024). Menurut (Ramayanti et al., 2025) dari perspektif pedagang *social influences* tidak mempengaruhi minat penggunaan QRIS tetapi mereka cenderung akan menggunakan QRIS apabila dipengaruhi oleh teman atau kerabatnya. *Perceived benefit* atau manfaat yang dirasakan pengguna memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat untuk mengadopsi layanan QRIS (Ratnawati & Malik, 2024), menurut (Daffa Arullah et al., 2024) *perceived benefit* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan QRIS karena dapat meningkatkan efektivitas dan kepuasan individu. Dan *Innovativeness* secara positif dapat mempengaruhi sikap konsumen dan minat untuk mengadopsi sistem pembayaran berbasis QRIS (Yamin & Abdalatif, 2024), disamping itu (Samberi et al., 2024) dan (Faizani & Indriyanti, 2021) juga menyatakan *innovativeness* berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS karena manfaat dan kemudahannya.

## 2. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian ini dilaksanakan pada Pasar Tradisional di wilayah Denpasar dengan fokus pada pedagang yang telah menggunakan QRIS sebagai alat transaksi. Pemilihan lokasi dilakukan karena Pasar Tradisional menjadi pusat aktivitas jual beli serta memiliki peran strategis dalam perputaran ekonomi masyarakat. Selain itu, laporan Bank Indonesia (2025a) menunjukkan bahwa Denpasar merupakan wilayah dengan jumlah pedagang pengguna QRIS tertinggi di Bali, sehingga relevan untuk dikaji dalam konteks digitalisasi pembayaran. Populasi penelitian mencakup seluruh pedagang pasar tradisional pengguna QRIS di Denpasar, sedangkan penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Dengan jumlah 24 indikator penelitian dan mengikuti rumus Hair et al. (2014), ditetapkan jumlah sampel minimal sebanyak 120 responden. (Sugiyono, 2023; Bank Indonesia, 2025a; Hair et al., 2014)

Penelitian ini menggunakan data primer berbasis data kuantitatif yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dalam bentuk Google Form dan kuesioner cetak kepada responden secara langsung. Pengukuran tanggapan responden menggunakan skala Likert

dengan lima tingkat penilaian mulai dari “Sangat Setuju” hingga “Sangat Tidak Setuju”. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan memastikan bahwa responden memenuhi kriteria penelitian, sehingga data yang diperoleh relevan dan berkualitas. Instrumen penelitian diuji menggunakan SEM-PLS melalui software SmartPLS, yang dipilih karena mampu mengolah data dengan ukuran sampel relatif kecil. Pengujian dilakukan melalui model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model) untuk menilai validitas, reliabilitas, dan hubungan antar variabel laten. (Sugiyono, 2023; Hair et al., 2014)

Pengujian outer model mencakup uji validitas konvergen, validitas diskriminan, serta reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha. Sementara itu, inner model dianalisis melalui nilai R-Square, Q-Square, serta uji signifikansi hipotesis menggunakan t-statistic dan p-value pada tingkat signifikansi 5 persen. Selain itu, penelitian ini juga menguji efek moderasi untuk mengetahui apakah variabel moderator mampu memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan dependen. Evaluasi moderasi dilakukan dengan menilai interaksi variabel serta menghitung effect size ( $f^2$ ), sehingga interpretasi hubungan antar konstruk menjadi lebih komprehensif. Metode SEM-PLS ini dipandang sesuai karena mampu memberikan prediksi yang kuat serta mendukung pengujian model dengan kompleksitas variabel yang tinggi. (Hair et al., 2014; Ramayanti et al., 2025)

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Karakteristik Responden**

Karakteristik responden dalam penelitian ini diperoleh dari 120 pedagang Pasar Tradisional di Denpasar yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Seluruh responden telah melengkapi informasi identitas terkait jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, domisili berdagang, durasi berdagang, dan durasi penggunaan QRIS. Hasil survei awal menunjukkan bahwa tingkat antusiasme pedagang untuk menggunakan QRIS sebagai alat transaksi tergolong tinggi, sejalan dengan upaya pemerintah dalam mendorong digitalisasi pembayaran di sektor ekonomi tradisional. Berdasarkan data demografis, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (52,5%), dengan rentang usia terbanyak 17–27 tahun (34,2%). Dari sisi pendidikan, sebagian besar responden berpendidikan SMA/SMK (50%) dan S1 (42,5%), yang menunjukkan bahwa tingkat pendidikan turut berperan dalam kesiapan penggunaan layanan pembayaran digital.

Karakteristik lokasi dan pengalaman berdagang juga menunjukkan distribusi yang proporsional di seluruh wilayah Denpasar, dengan jumlah terbanyak berasal dari Denpasar Barat (28,3%). Durasi berdagang responden bervariasi, namun sebagian besar telah berdagang lebih dari lima tahun (35,8%), menunjukkan pengalaman yang kuat dalam aktivitas perdagangan. Sementara itu, durasi penggunaan QRIS masih beragam, dengan kategori tertinggi pada penggunaan kurang dari tiga bulan (28,3%), diikuti penggunaan selama 6–12 bulan (26,7%). Temuan ini mencerminkan bahwa meskipun sebagian pedagang baru mengadopsi QRIS, tingkat penetrasi dan penerimaan penggunaan pembayaran digital di pasar tradisional telah berkembang secara signifikan.

### Hasil Analisis *Partial Least Square* (PLS)

Penelitian ini diuji menggunakan *Structural Equation Model – Partial Least Square* (SEM-PLS), dengan menggunakan *software* SmartPLS. Adapun dua aturan tahapan dalam pengujian menggunakan PLS yaitu melalui *Measurement Model (Outer Model)* dan *Model Structural (Inner Model)*. Berikut adalah penjelasan dari hasil analisis pada tahap pertama dan tahap kedua:

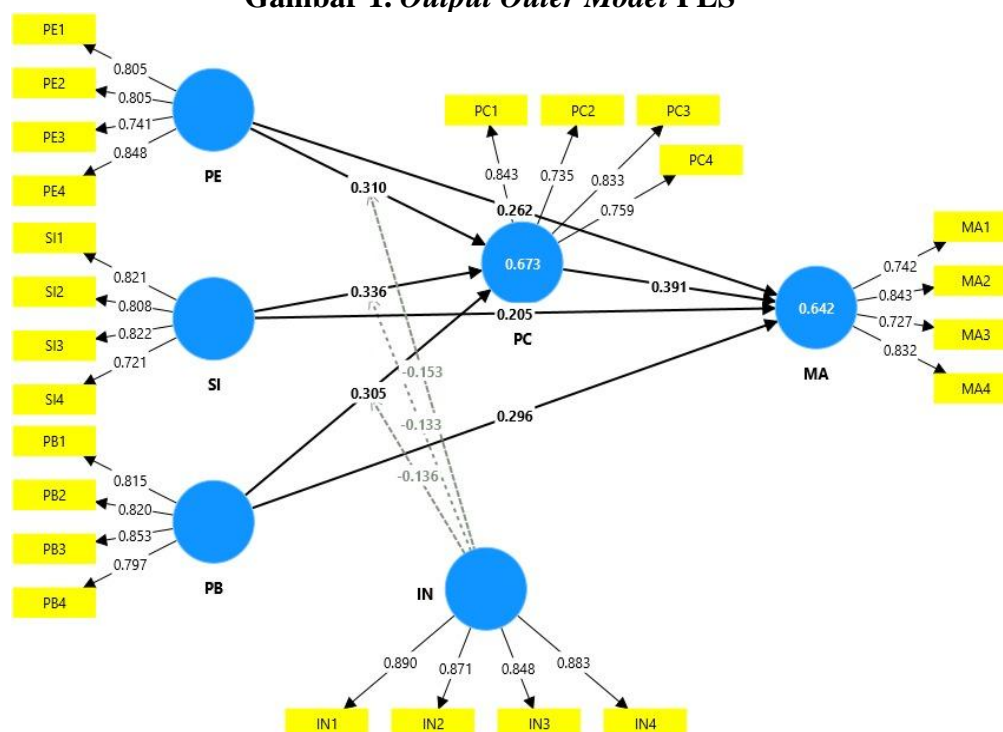
### Hasil Evaluasi *Measurement Model (Outer Model)*

*Measurement model* atau model pengukuran adalah model yang menggambarkan hubungan antara variabel konstruk atau laten dengan indikator variabelnya. Model pengukuran (*outer model*) dapat digunakan untuk menguji validitas dan realibilitas suatu konstruk dari instrumen penelitian (Hair et al., 2014).

## 1. Uji Validitas

### a. Uji Validitas Konvergen

**Gambar 1. Output Outer Model PLS**



Sumber: Data primer diolah, 2025

**Tabel 1. Hasil Outer Loading**

	<i>Innovativeness</i>	Minat Adopsi QRIS	Perceived benefit	<i>Perceived Convenience</i>	<i>Perceived enjoyment</i>	<i>Social influences</i>
IN1	0.890					
IN2	0.871					
IN3	0.848					
IN4	0.883					
MA 1		0.742				
MA 2		0.843				
MA 3		0.727				
MA 4		0.832				
PB1			0.815			
PB2			0.820			
PB3			0.853			
PB4			0.797			
PC1				0.843		
PC2				0.735		
PC3				0.833		
PC4				0.759		
PE1					0.805	
PE2					0.805	
PE3					0.741	
PE4					0.848	
SI1						0.821
SI2						0.808
SI3						0.822
SI4						0.721

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan pada Tabel 1, dapat diketahui bahwa hasil uji validitas konvergen pada penelitian ini telah memperlihatkan hasil *outer loading* dari seluruh indikator atau instrumen penelitian pada masing – masing variabel yang digunakan yaitu *innovativeness*, minat adopsi QRIS, *perceived benefit*, *perceived convenience*, *perceived enjoyment*, dan *social influences* telah memperoleh nilai hasil yang memenuhi syarat nilai *outer loading* >0,70. Maka dari itu, seluruh data dalam penelitian ini dapat dianggap valid karena telah memenuhi syarat validitas *outer loading* yang sesuai. Di samping itu, berikut adalah hasil *Average Variance Extraced* (AVE) melalui program SmartPLS dapat dijelaskan dalam gambar dan tabel berikut:



**Tabel 2. Hasil *Average Variance Extraced* (AVE)**

<i>Average Variance Extraced</i> (AVE)	
<i>Innovativeness</i>	0.762
Minat Adopsi QRIS	0.621
Perceived benefit	0.675
<i>Perceived Convenience</i>	0.630
<i>Perceived enjoyment</i>	0.641
<i>Social influences</i>	0.631

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan pada Tabel 2, dapat diketahui bahwa masing – masing konstruk dalam penelitian ini telah mendapatkan nilai hasil *Average Variance Extraced* (AVE) yang memenuhi syarat yaitu  $>0,50$ . Maka dari itu, dapat dinyatakan bahwa setiap variabel konstruk yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat validitas konvergen yang baik.

## b. Uji Validitas Diskriminan

**Tabel 3. Hasil *Cross Loading***

	<i>Innovativeness</i>	Minat Adopsi QRIS	Perceived benefit	<i>Perceived Convenience</i>	<i>Perceived enjoyment</i>	<i>Social influences</i>
IN1	0.890	0.378	0.004	0.376	0.199	0.083
IN2	0.871	0.336	-0.022	0.392	0.107	0.108
IN3	0.848	0.237	-0.045	0.285	0.065	-0.029
IN4	0.883	0.363	-0.041	0.403	0.112	0.149
MA1	0.241	0.742	0.415	0.557	0.363	0.369
MA2	0.308	0.843	0.433	0.537	0.387	0.308
MA3	0.318	0.727	0.312	0.610	0.370	0.434
MA4	0.338	0.832	0.391	0.541	0.336	0.342
PB1	0.037	0.356	0.815	0.287	0.023	0.103
PB2	-0.080	0.319	0.820	0.191	0.007	0.029
PB3	-0.001	0.523	0.853	0.442	0.151	0.237
PB4	-0.074	0.355	0.797	0.248	0.027	-0.010
PC1	0.380	0.544	0.283	0.843	0.390	0.378
PC2	0.242	0.582	0.338	0.735	0.254	0.453
PC3	0.301	0.587	0.291	0.833	0.368	0.442
PC4	0.421	0.557	0.298	0.759	0.299	0.323
PE1	0.127	0.360	0.071	0.298	0.805	0.036
PE2	0.060	0.402	0.031	0.333	0.805	0.152
PE3	0.125	0.296	-0.003	0.258	0.741	0.024
PE4	0.145	0.411	0.134	0.413	0.848	0.041
SI1	-0.009	0.445	0.194	0.432	0.072	0.821
SI2	0.152	0.362	0.093	0.467	0.035	0.808
SI3	0.153	0.384	0.024	0.386	0.140	0.822
SI4	0.001	0.240	0.111	0.278	-0.007	0.721

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan pada tabel 3, dilihat melalui nilai *cross loading* dapat dinyatakan bahwa data penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang baik. Hal tersebut dikarenakan hasil yang ditunjukkan pada tabel di atas memiliki nilai yang lebih tinggi pada korelasi indikator terhadap konstraknya dibandingkan nilai korelasi indikator dengan konstruk lainnya. Di

samping itu, berikut adalah hasil *Fornell-Larcker Criterion* yang dapat dijelaskan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4. Hasil *Fornell-Larcker Criterion***

	<i>Innovativeness</i>	Minat Adopsi QRIS	Perceived benefit	<i>Perceived Convenience</i>	<i>Perceived enjoyment</i>	<i>Social influences</i>
<i>Innovativeness</i>	0,873					
Minat Adopsi QRIS	0,383	0,788				
Perceived benefit	-0,028	0,494	0,822			
<i>Perceived Convenience</i>	0,423	0,716	0,381	0,794		
<i>Perceived enjoyment</i>	0,142	0,464	0,080	0,414	0,801	
<i>Social influences</i>	0,099	0,463	0,134	0,504	0,082	0,794

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan pada tabel 4, dilihat melalui nilai *Fornell-Larcker Criterion* yang menunjukkan nilai akar kuadrat AVE memiliki nilai yang lebih tinggi dari korelasi diantara konstruk lainnya. Maka dari itu, data penelitian ini dapat dinyatakan telah memenuhi syarat validitas diskriminan, sehingga data penelitian ini dianggap valid.

## 2. Uji Realibilitas

**Tabel 5. Hasil *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability***

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Perceived enjoyment</i>	0,814	0,830
<i>Social influences</i>	0,807	0,825
Perceived benefit	0,845	0,893
<i>Perceived Convenience</i>	0,803	0,804
Minat Adopsi QRIS	0,794	0,793
<i>Innovativeness</i>	0,897	0,907

Sumber: Data primer diolah, 2025

Hasil dari uji realibilitas yang ditunjukkan pada tabel 5 melalui *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*, menunjukkan bahwa masing – masing variabel laten pada penelitian ini telah memenuhi syarat realibilitasnya suatu data. Hal tersebut dikarenakan nilai yang diperoleh setiap konstruk memiliki nilai  $> 0,70$ , sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh item pernyataan dalam variabel penelitian ini adalah reliabel.

### Hasil Evaluasi *Model Structural (Inner Model)*

#### 1. Perhitungan melalui *R-Square* ( $R^2$ )

**Tabel 6. Hasil Perhitungan melalui *R-Square* ( $R^2$ )**

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
<b>Minat Adopsi QRIS</b>	0,642	0,630
<b><i>Perceived Convenience</i></b>	0,673	0,653

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan *R-Square*, variabel Minat Adopsi QRIS memiliki nilai  $R^2$  sebesar 0,642, yang berarti 64,2% variabel tersebut dijelaskan oleh *perceived convenience*, sementara 35,8% dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian. Nilai  $R^2$  pada variabel *perceived convenience* sebesar 0,673 menunjukkan bahwa 67,3% variabel tersebut dipengaruhi oleh *perceived enjoyment*, *social influences*, dan *perceived benefit*, sedangkan 32,7% sisanya berasal dari variabel lain, dan kedua nilai tersebut termasuk kategori moderat karena melebihi 0,50.

#### 2. Perhitungan melalui *Q-Square Predictive Relevance* ( $Q^2$ )

**Tabel 7. Hasil Perhitungan melalui *Q-Square* ( $Q^2$ )**

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
<b>Minat Adopsi QRIS</b>	480,000	305,596	0,363
<b><i>Perceived Convenience</i></b>	480,000	343,196	0,285

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan pada Tabel 7, dapat dilihat bahwa nilai *Q-Square* untuk variabel Minat Adopsi QRIS adalah 0,363, dan variabel *Perceived Convenience* adalah 0,285. Maka dari itu, model penelitian dalam penelitian ini menunjukkan memiliki kemampuan prediktif yang cukup baik. Hal tersebut dikarenakan nilai *Q-Square* yang dimiliki variabel minat adopsi QRIS dan *perceived convenience* telah memenuhi syarat sebagai nilai *Q-Square* yang masuk ke dalam kategori baik.

### Hasil Pengujian Hipotesis

**Tabel 8. Hasil *Bootstrapping***

NO	HIPOTESIS	Original sample	T statistics	P values
1	<i>Perceived enjoyment</i> -> <i>Perceived Convenience</i>	0,310	5,440	0,000
2	<i>Social influences</i> -> <i>Perceived Convenience</i>	0,336	6,931	0,000
3	<i>Perceived benefit</i> -> <i>Perceived Convenience</i>	0,305	4,255	0,000
4	<i>Perceived Convenience</i> -> Minat Adopsi QRIS	0,391	5,032	0,000
5	<i>Perceived enjoyment</i> -> Minat Adopsi QRIS	0,262	3,946	0,000
6	<i>Social influences</i> -> Minat Adopsi QRIS	0,205	3,359	0,001
7	<i>Perceived benefit</i> -> Minat Adopsi QRIS	0,296	4,264	0,000
8	<i>Perceived enjoyment</i> -> <i>Perceived Convenience</i> -> Minat Adopsi QRIS	0,121	4,380	0,000
9	<i>Social influences</i> -> <i>Perceived Convenience</i> -> Minat Adopsi QRIS	0,131	4,596	0,000

10	Perceived benefit -> PC -> Minat Adopsi QRIS	0,119	3,174	0,002
11	Innovativeness x Perceived enjoyment -> Perceived Convenience	-0,153	3,122	0,002
12	Innovativeness x Social influences -> Perceived Convenience	-0,133	2,489	0,013
13	Innovativeness x Perceived benefit -> Perceived Convenience	-0,136	2,275	0,023

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan pada Tabel 8, seluruh jalur kolerasi antar konstruk atau variabel pada penelitian ini terbukti signifikan karena telah memenuhi syarat yaitu nilai t-statistik  $> 1,96$  dan nilai p-values  $< 0,05$ . Penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *Perceived enjoyment* terhadap *Perceived Convenience*

*Perceived enjoyment* secara signifikan terbukti berpengaruh positif terhadap *Perceived Convenience*, berdasarkan tabel di atas nilai original sample adalah sebesar 0,310, t-statistik 5,440, dan p-value 0,000. Yang dimana nilai tersebut menunjukkan bahwa rasa senang yang didapatkan pedagang saat bertransaksi melalui QRIS dapat meningkatkan rasa nyaman ketika bertransaksi di Pasar Tradisional.

2. Pengaruh *Social influences* terhadap *Perceived Convenience*

*Social influences* memiliki dampak positif terhadap *Perceived Convenience*, dapat dilihat melalui tabel di atas nilai original sample sebesar 0,336, t-statistik 6,931, dan p-value 0,000. Dengan nilai tersebut, dapat dinyatakan bahwa pengaruh sosial untuk bertransaksi menggunakan QRIS yang datang dari lingkungan sekitar dapat memberikan rasa nyaman pada para pedagang di Pasar Tradisional.

3. Pengaruh Perceived benefit terhadap *Perceived Convenience*

Perceived benefit dapat mempengaruhi *Perceived Convenience* secara positif, berdasarkan tabel di atas nilai original sample adalah 0,305, t-statistik 4,255, dan p-value 0,000. Nilai yang diperoleh tersebut dapat menyatakan bahwa manfaat yang diperoleh pedagang di Pasar Tradisional ketika bertransaksi menggunakan QRIS dapat meningkatkan rasa nyaman.

4. Pengaruh *Perceived Convenience* terhadap Minat Adopsi QRIS

*Perceived Convenience* secara positif dapat mempengaruhi Minat Adopsi QRIS, berdasarkan tabel di atas nilai original sample adalah 0,391, t-statistik 5,032, dan p-value 0,000. Dengan nilai yang didapatkan tersebut, rasa nyaman yang dirasakan para pedagang di Pasar Tradisional ketika bertransaksi menggunakan QRIS dapat meningkatkan minat adopsi atau penggunaan QRIS dalam jangka waktu yang panjang.

5. Pengaruh *Perceived enjoyment* terhadap Minat Adopsi QRIS

*Perceived enjoyment* dapat mempengaruhi Minat Adopsi QRIS secara positif berdasarkan tabel di atas, nilai original sample sebesar 0,262, t-statistik 3,946, dan p-value 0,000. Maka dari itu, nilai tersebut dapat menunjukkan bahwa rasa senang yang dirasakan pedagang ketika bertransaksi dengan QRIS dapat meningkatkan minat adopsi QRIS atau penggunaan QRIS secara berulang sebagai metode transaksi.

6. Pengaruh *Social influences* terhadap Minat Adopsi QRIS

*Social influences* secara positif dapat mempengaruhi Minat Adopsi QRIS, berdasarkan tabel di atas nilai original sample adalah 0,205, t- statistik 3,359, dan p-value 0,001. Dengan nilai tersebut, dianggap lingkungan sekitar yang memberi pengaruh sosial dapat ikut serta meningkatkan minat para pedagang di Pasar Tradisional untuk menggunakan QRIS dalam bertransaksi dengan intensitas yang cukup tinggi.

7. Pengaruh *Perceived benefit* terhadap Minat Adopsi QRIS

*Perceived benefit* terbukti dapat mempengaruhi Minat Adopsi QRIS secara positif, dapat dilihat melalui tabel di atas nilai original sample sebesar 0,269, t-statistik 4,264, dan p-value 0,000. Nilai yang diperoleh tersebut dapat menyatakan bahwa manfaat yang diperoleh para pedagang ketika bertransaksi melalui QRIS di Pasar Tradisional dapat menarik minat mereka untuk mengadopsi QRIS sebagai metode transaksi.

8. Pengaruh *Perceived enjoyment* terhadap Minat Adopsi QRIS melalui *Perceived Convenience*

*Perceived enjoyment* secara positif dapat mempengaruhi Minat Adopsi QRIS melalui *Perceived Convenience*. Berdasarkan tabel di atas, nilai original sample adalah 0,121, t-statistik 4,380, dan p-value 0,000. Dengan nilai tersebut, dapat disimpulkan bahwa rasa senang yang diperoleh para pedagang dalam bertransaksi menggunakan QRIS dapat meningkatkan kenyamanan mereka, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan minat untuk bertransaksi dengan QRIS secara terus menerus di Pasar Tradisional.

9. Pengaruh *Social influences* terhadap Minat Adopsi QRIS melalui *Perceived Convenience*

*Social influences* dapat mempengaruhi Minat Adopsi QRIS melalui *Perceived Convenience* secara positif. Berdasarkan tabel di atas, nilai original sample adalah 0,131, t-statistik 4,596, dan p-value 0,000. Nilai yang diperoleh tersebut dapat menunjukkan bahwa pengaruh sosial yang didatangkan dari lingkungan sekitar dapat meningkatkan rasa nyaman yang dirasakan para pedagang. Sehingga, minat para pedagang di Pasar Tradisional untuk mengadopsi QRIS sebagai metode transaksi ikut meningkat.

10. Pengaruh *Perceived benefit* terhadap Minat Adopsi QRIS melalui *Perceived Convenience*

*Perceived benefit* berpengaruh secara positif terhadap Minat Adopsi QRIS melalui *Perceived Convenience*. Berdasarkan tabel di atas, nilai yang diperoleh diantaranya original sample 0,119, t-statistik 3,174, dan p-value 0,002. Dengan nilai tersebut, dapat dinyatakan bahwa manfaat yang diperoleh para pedagang ketika bertransaksi melalui QRIS dapat memberikan rasa nyaman, yang dimana rasa nyaman tersebut dapat meningkatkan minat para pedagang di Pasar Tradisional untuk menggunakan QRIS secara berulang saat melakukan transaksi.

11. Peran *Innovativeness* dalam memoderasi *Perceived enjoyment* terhadap *Perceived Convenience*

*Innovativeness* secara negatif memoderasi *Perceived enjoyment* terhadap *Perceived Convenience*. Berdasarkan tabel di atas, nilai original sample adalah -0,153, t-statistik 3,122, dan p-value 0,002. Dengan perolehan nilai tersebut, dapat disimpulkan bahwa sifat inovatif para pedagang tidak dapat memperkuat hubungan antara kenikmatan dan rasa nyaman para pedagang ketika bertransaksi melalui QRIS di Pasar Tradisional. Hal tersebut dikarenakan, jika para pedagang ingin mendapatkan kesenangan dalam bertransaksi mereka harus memiliki sifat terbuka lebih dahulu sebelum menggunakan QRIS. Sehingga rasa nyaman hadir ketika penggunaan QRIS yang dianggap memberi kepuasan atau kenikmatan, bukan saat para pedagang memiliki sifat inovatif.

12. Peran *Innovativeness* dalam memoderasi *Social influences* terhadap *Perceived Convenience*

*Innovativeness* tidak dapat memoderasi *Social influences* terhadap *Perceived Convenience* karena hasilnya negatif. Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai original sample sebesar -0,133, t-statistik 2,489, dan p-value 0,013. Nilai yang diperoleh tersebut dapat menunjukkan bahwa ketika mereka memiliki sifat terbuka atau inovatif, hubungan antara pengaruh sosial dengan rasa nyaman para pedagang tidak dapat diperkuat. Secara umum sifat inovatif harus ada lebih dulu dibandingkan pengaruh sosial, karena sifat inovatif (internal) tidak dapat mengubah keyakinan mereka pada pengaruh sosial (eksternal) untuk percaya bahwa QRIS memberikan rasa nyaman. Sehingga, pengaruh sosial secara langsung dapat mempengaruhi tingkat kenyamanan para pedagang tanpa harus memiliki sifat inovatif.

### 13. Peran *Innovativeness* dalam memoderasi Perceived benefit terhadap *Perceived Convenience*

*Innovativeness* secara negatif memoderasi Perceived benefit terhadap *Perceived Convenience*. Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai original sample -0,136, t-statistik 2,275, dan p-value 0,023. Secara mekanisme, manfaat dalam menggunakan QRIS dapat diketahui ketika mereka mencobanya, sehingga rasa nyaman didapatkan ketika manfaat penggunaan sudah pasti diketahui. Maka dari itu, dapat dinyatakan bahwa manfaat yang diperoleh secara langsung dapat mempengaruhi kenyamanan para pedagang ketika bertransaksi menggunakan QRIS. Terlepas dari para pedagang memiliki sifat inovatif atau tidak, mereka akan tetap merasa nyaman ketika menggunakan QRIS karena manfaatnya secara nyata telah terbukti.

### Pembahasan

Pembahasan penelitian ini menggunakan pendekatan Structural Equation Model–Partial Least Square (SEM–PLS) melalui software SmartPLS 4.0.9.9 dengan teknik bootstrapping, sehingga setiap hubungan antarvariabel dapat diuji signifikansinya secara kuantitatif. Hasilnya menunjukkan bahwa tiga konstruk utama *perceived enjoyment*, *social influences*, dan *perceived benefit* secara signifikan meningkatkan *perceived convenience* para pedagang dalam menggunakan QRIS. Secara rinci, *perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap *perceived convenience* dengan nilai original sample 0,310, t-statistik 5,440, dan p-value 0,000; *social influences* berpengaruh positif dengan original sample 0,336, t-statistik 6,931, dan p-value 0,000; sedangkan *perceived benefit* berpengaruh positif dengan original sample 0,305, t-statistik 4,255, dan p-value 0,000. Temuan ini selaras dengan UTAUT yang menempatkan rasa senang, pengaruh sosial, dan manfaat sebagai pendorong utama persepsi kemudahan dan kenyamanan penggunaan teknologi. Dalam konteks Pasar Tradisional di Denpasar, angka-angka tersebut menggambarkan bahwa kenikmatan bertransaksi tanpa uang tunai, dorongan dari sesama pedagang, konsumen, dan lembaga terkait, serta manfaat seperti efisiensi waktu, pengurangan biaya, dan minimnya risiko uang palsu membentuk persepsi bahwa QRIS adalah metode transaksi yang praktis dan nyaman digunakan.

Selanjutnya, *perceived convenience* terbukti berperan penting tidak hanya sebagai variabel dependen, tetapi juga sebagai prediktor langsung *minat adopsi QRIS*. Hubungan *perceived convenience* terhadap *minat adopsi* menghasilkan original sample 0,391, t-statistik 5,032, dan p-value 0,000, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi kenyamanan yang dirasakan pedagang, semakin besar minat mereka untuk terus mengadopsi QRIS. Di saat

yang sama, *perceived enjoyment*, *social influences*, dan *perceived benefit* juga secara langsung meningkatkan minat adopsi dengan nilai original sample masing-masing 0,262 (t-statistik 3,946; p-value 0,000), 0,205 (t-statistik 3,359; p-value 0,001), dan 0,269 (t-statistik 4,264; p-value 0,000). Peran *perceived convenience* sebagai mediator juga terkonfirmasi melalui tiga hipotesis mediasi: kenyamanan memediasi hubungan antara *perceived enjoyment* dan minat adopsi QRIS (original sample 0,121; t-statistik 4,380; p-value 0,000), antara *social influences* dan minat adopsi (original sample 0,131; t-statistik 4,596; p-value 0,000), serta antara *perceived benefit* dan minat adopsi (original sample 0,119; t-statistik 3,174; p-value 0,002). Secara substantif, angka-angka ini menunjukkan bahwa meskipun pedagang merasakan kenikmatan, dorongan sosial, dan manfaat dari QRIS, keputusan mereka untuk mengadopsi QRIS secara berkelanjutan sangat bergantung pada apakah seluruh pengalaman tersebut benar-benar diterjemahkan menjadi rasa nyaman dan kemudahan dalam praktik sehari-hari di lapak mereka.

Di sisi lain, hasil pengujian terhadap peran *innovativeness* menunjukkan dinamika yang berbeda. Tiga hipotesis moderasi (H11–H13) mengindikasikan bahwa sifat inovatif pedagang tidak mampu memperkuat hubungan antara *perceived enjoyment*, *social influences*, maupun *perceived benefit* terhadap *perceived convenience*. Hal ini tercermin dari nilai original sample yang justru bernuansa negatif: untuk hubungan *perceived enjoyment* × *innovativeness* terhadap *perceived convenience* diperoleh original sample -0,153 (t-statistik 3,122; p-value 0,002), untuk *social influences* × *innovativeness* sebesar -0,133 (t-statistik 2,489; p-value 0,013), dan untuk *perceived benefit* × *innovativeness* sebesar -0,136 (t-statistik 2,275; p-value 0,023). Secara konseptual, temuan ini menggambarkan bahwa dalam konteks pedagang Pasar Tradisional di Denpasar, keinginan menjadi pengguna teknologi yang “paling inovatif” bukanlah faktor kunci dalam membentuk persepsi kenyamanan. Pedagang lebih banyak mengandalkan pengalaman nyata, manfaat langsung, keamanan, dan rekomendasi sosial daripada dorongan pribadi untuk bereksperimen dengan teknologi baru. Dengan kata lain, meskipun UTAUT menempatkan *innovativeness* sebagai potensi pendorong adopsi teknologi, pada konteks pasar tradisional yang kuat nuansa komunal dan pragmatismenya, kenyamanan yang lahir dari manfaat dan dukungan sosial sudah cukup untuk mendorong penggunaan QRIS tanpa perlu diperkuat oleh sifat inovatif individu.



#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa *perceived enjoyment*, *social influences*, dan *perceived benefit* dapat memberikan *perceived convenience*, yang dimana secara langsung dapat mempengaruhi minat adopsi QRIS oleh para pedagang di Pasar Tradisional di wilayah Denpasar. Hal ini sejalan dengan *Unified Theory of Acceptance and Use Technology* (UTAUT), yang dimana ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan ekspektasi kinerja dapat mendorong para pedagang untuk lebih yakin mengadopsi QRIS. Yang dimana penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran secara berulang dengan intensitas yang tinggi dalam jangka waktu yang panjang dapat mendukung digitalisasi pembayaran di Pasar Tradisional. Namun *innovativeness* tidak dapat memperkuat pengaruh *perceived enjoyment*, *social influences*, dan *perceived benefit* terhadap *perceived convenience*. Hal tersebut dikarenakan sifat inovatif dari setiap pedagang bersifat relatif, namun terlepas dari dimiliki atau tidak dimilikinya sifat inovatif, mereka tetap yakin bahwa transaksi melalui QRIS dapat memberikan kenikmatan, pengaruh sosial, dan manfaat penggunaan yang sudah cukup menciptakan kenyamanan transaksi.

Selain itu, *perceived convenience* yang berperan sebagai variabel moderasi antara *perceived enjoyment*, *social influences*, dan *perceived benefit* terhadap minat adopsi QRIS, yang menunjukkan bahwa rasa nyaman yang tinggi dapat meningkatkan minat adopsi QRIS. Keberhasilan digitalisasi pembayaran di Pasar Tradisional dapat ditentukan dengan relevansi layanan QRIS yang dimana harus sesuai dengan aktivitas perdagangan mereka, sehingga para pedagang dapat meningkatkan produktivitas dan keuntungan penjualannya. Maka dari itu, para pedagang tidak lagi direpotkan dengan uang tunai yang memiliki resiko keamanan yang tinggi dan lebih rumit untuk transaksi karena mereka harus menerima dan mengembalikan lagi uang tunai tersebut. Dengan pengalaman positif dan menarik yang dirasakan para pedagang ketika menggunakan QRIS, mereka akan lebih tertarik untuk memilihnya sebagai metode transaksi dalam jangka waktu yang lama. Pada akhirnya, Pasar Tradisional yang merupakan salah satu pusat perputaran ekonomi suatu daerah dapat membuktikan bahwa mereka mampu ikut serta mewujudkan digitalisasi transaksi melalui QRIS yaitu sistem pembayaran yang berbasis kode qr.

## DAFTAR REFERENSI

- Amelia, E., Hurriyati, R., Rahayu, A., Wibowo, L. A., Widjajanta, B., & Christianingrum, C. (2024). Perceived enjoyment and Perceived Usefulness to Mobile Payment Users Continuance Intention (pp. 522–530). [https://doi.org/10.2991/978-94-6463-443-3\\_68](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-443-3_68)
- Bagus, P., Prasetya, W., Putu, N., & Lestari, N. E. (2023). Cashless Society: Tantangan dan Kesiapan Pedagang Pasar Tradisional di Kota Denpasar. *Buletin Studi Ekonomi*, 28, 83–94. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/bse/index>
- Balakrishnan, V., & Eesan, M. L. (2024). Enablers and disablers for contactless payment acceptance among Malaysian adults. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03057-7>
- Berry, L. L., Seiders, K., & Grewal, D. (2002). Understanding Service Convenience. *Journal of Marketing*, 66, 1–17.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1992). Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace. *Journal of Applied Social Psychology*, 22.
- Gunawan, A., Fatikasari, A. F., & Putri, S. A. (2023). The Effect of Using Cashless (QRIS) on Daily Payment Transactions Using the Technology Acceptance Model. *Procedia Computer Science*, 227, 548–556. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.10.557>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A primer on partial least squares structural equations modeling (PLS-SEM)*. SAGE.
- Islam, M., Tamanna, A. K., & Islam, S. (2024). The path to cashless transaction: A study of user intention and attitudes towards quick response mobile payments. *Heliyon*, 10(15). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e35302>
- Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 310–322. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.013>
- Singh, N., Sinha, N., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50, 191–205. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.022>
- Tu, M., Wu, L., Wan, H., Ding, Z., Guo, Z., & Chen, J. (2022). The Adoption of QR Code Mobile Payment Technology During COVID-19: A Social Learning Perspective. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.798199>
- Yamin, M. A. Y., & Abdalatif, O. A. A. (2024). Examining consumer behavior towards adoption of quick response code mobile payment systems: transforming mobile payment in the fintech industry. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03189-w>
- Yudhistira, P. G. A., & Octaviani, N. (2025). WHAT DRIVES INDONESIAN TRAVELLERS TO GO CASHLESS? INVESTIGATING MOBILE PAYMENT

ADOPTION THROUGH THE EXTENDED UTAUT MODEL. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 9(1). [https://doi.org/10.47263/JASEM.9\(1\)03](https://doi.org/10.47263/JASEM.9(1)03)

Zhilalul Haq, M., Hakim Handoko, L., Asysyad Rasyid, A., & History, A. (2023a). Analysis of the Influence of Perceived benefits, Easiness and Risk on Students' Interest in Using QRIS. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 02(2), 189–210. <https://doi.org/10.14421/jbmib>

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>

Sahabuddin, R., Azhari, A., Putri, A. A., Salsabila.P, E. M., Annisah, S., & Ayu, R. M. (2025). Pengaruh Manfaat dan Kemudahan Penggunaan QRIS terhadap. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2, 375–387.

Ramayanti, R., Azhar, Z., & Nik Azman, N. H. (2025a). Factors influencing intentions to use QRIS: A two-staged PLS-SEM and ANN approach. *Telematics and Informatics Reports*, 17. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2024.100185>

Samberi, I., Inan, D. I., Wurarah, R. N., Juita, R., & Sanglise, M. (2024). Analysis of the Adoption Level of Qris in West Papua: The Roles of Self-Efficacy, Personal Innovativeness, and Privacy Concern. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 13, 346–358.

Goldsmith, R. E., & Foxall, G. R. (2003). The Measurement of Innovativeness.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.