

Analisis Faktor yang Memengaruhi Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)

Diah Ayu Sulistio Hadi^{1*}, Loggar Bhilawa²

^{1,2} Program Studi Akuntansi, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
diah.21028@mhs.unesa.ac.id^{1*}, loggarbhilawa@unesa.ac.id²

Korespondensi penulis: diah.21028@mhs.unesa.ac.id

Abstract. *This study analyzes the factors that influence the use of the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) among Generation Z in Surabaya, using the Technology Acceptance Model (TAM) approach extended with gender variables. With quantitative methods and PLS-SEM analysis, the results of the study indicate that perceived ease of use and usefulness of QRIS significantly influence attitudes toward use, behavioral intentions, and actual behavior. In addition, gender also has a positive effect on perceived ease of use and usefulness. These findings confirm that convenience, benefits, and gender differences play an important role in driving the adoption and use of QRIS by Generation Z.*

Keywords: *Attitude Toward Using, Behavioral Intention, Behavior, Gender, Generation Z*

Abstrak. Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) di kalangan Generasi Z di Surabaya, menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang diperluas dengan variabel gender. Dengan metode kuantitatif dan analisis PLS-SEM, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan QRIS secara signifikan memengaruhi sikap terhadap penggunaan, minat perilaku, dan perilaku aktual. Selain itu, gender juga berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan. Temuan ini menegaskan bahwa kemudahan, manfaat, dan perbedaan gender berperan penting dalam mendorong adopsi dan penggunaan QRIS oleh Generasi Z.

Kata kunci: Sikap terhadap Penggunaan, Niat Perilaku, Perilaku, Gender, Generasi Z

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital di era Revolusi Industri 4.0 telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam hal transaksi keuangan. Aktivitas sehari-hari kini semakin mudah dilakukan melalui perangkat seluler, mulai dari berbelanja, memesan makanan, hingga melakukan pembayaran tanpa uang tunai. Inovasi di bidang sistem pembayaran telah mendorong peralihan dari penggunaan uang tunai ke sistem pembayaran digital yang lebih efisien dan aman (Nawawi, 2020)

Salah satu upaya pemerintah dalam mendukung transformasi ini adalah melalui peluncuran Gerakan Nasional Non-Tunai oleh Bank Indonesia. Inisiatif ini diambil untuk mengatasi tantangan seperti tingginya biaya pencetakan dan distribusi uang, serta maraknya pemalsuan uang. Sebagai solusi, Bank Indonesia mengembangkan sistem pembayaran berbasis kode QR yang dikenal dengan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard). QRIS memungkinkan transaksi non-tunai dilakukan hanya dengan satu kode QR yang dapat digunakan untuk berbagai aplikasi pembayaran digital. QRIS

resmi diperkenalkan pada 17 Agustus 2019 dan mulai diberlakukan secara nasional sejak 1 Januari 2020. Dalam waktu singkat, metode ini mengalami pertumbuhan signifikan. Hingga tahun 2024, jumlah pengguna QRIS mencapai 43,44 juta, dengan peningkatan volume transaksi sebesar 175,2% dibandingkan tahun sebelumnya (Bank Indonesia, 2024). Pertumbuhan ini menunjukkan peningkatan minat dan kepercayaan masyarakat terhadap sistem pembayaran digital sebagai alternatif pembayaran yang aman dan praktis (Haliza & Anasrulloh, 2023)

Salah satu kelompok masyarakat yang berperan penting dalam adopsi teknologi ini adalah Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Generasi ini dikenal memiliki literasi digital tinggi, terbiasa menggunakan internet dan smartphone dalam aktivitas harian. Di kota besar seperti Surabaya, populasi Generasi Z cukup dominan, dan menjadikan kota ini sebagai wilayah yang tepat untuk mengkaji pola penggunaan QRIS. QRIS semakin banyak digunakan di sektor ritel, kuliner, transportasi, hingga hiburan, menunjukkan bahwa sistem ini telah terintegrasi dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat perkotaan. Namun, meskipun QRIS menawarkan berbagai kemudahan, tidak semua orang secara otomatis mengadopsi teknologi ini. Penelitian terdahulu (Ayem et al., 2024) menunjukkan bahwa terdapat sejumlah faktor yang memengaruhi keinginan individu untuk menggunakan sistem pembayaran digital, seperti persepsi terhadap manfaat dan kemudahan teknologi, serta pengalaman pribadi. Oleh karena itu, penting untuk memahami tingkat penerimaan teknologi sebagai indikator utama dalam keberhasilan adopsi sistem digital.

Untuk menjelaskan proses penerimaan teknologi, berbagai teori telah dikembangkan, salah satunya adalah Technology Acceptance Model (TAM). Teori ini dikembangkan oleh Davis dan menyatakan bahwa *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) adalah dua faktor utama yang memengaruhi sikap seseorang dalam menggunakan teknologi. Model ini telah banyak digunakan dalam studi-studi terkait sistem informasi karena kesederhanaannya dan validitas teoritis yang kuat (Jogiyanto, 2007). Dalam konteks QRIS, persepsi seseorang terhadap kemudahan dan manfaat teknologi menjadi penentu dalam pembentukan sikap dan niat menggunakan QRIS.

Selain TAM, penelitian ini juga menggunakan teori atribusi untuk memperkaya pemahaman terkait perilaku penggunaan teknologi. Teori atribusi menjelaskan bagaimana individu menafsirkan penyebab suatu tindakan atau peristiwa, baik yang berasal dari faktor internal seperti motivasi, pengetahuan, atau kemampuan, maupun dari faktor eksternal seperti tekanan sosial atau ketersediaan fasilitas (Weiner, 1986). Dalam konteks

penggunaan QRIS, individu yang merasa kesulitan bisa saja menilai bahwa hal tersebut disebabkan oleh kurangnya pengetahuan pribadi, atau bisa juga karena tidak adanya dukungan dari lingkungan sosial.

Untuk memperluas model TAM, beberapa penelitian juga menambahkan variabel eksternal, salah satunya adalah gender. Studi oleh (Gardner & Amoroso, 2004) menunjukkan bahwa gender dapat memengaruhi cara individu memandang dan menggunakan teknologi. Penelitian dari Gefen & Straub (1997) yang mengungkapkan bahwa perempuan lebih suka bekerja secara kolaboratif, sedangkan laki-laki lebih kompetitif dalam mengadopsi teknologi. Dengan demikian, memahami peran gender sebagai variabel moderasi penting untuk menilai apakah terdapat perbedaan pola adopsi QRIS antar pengguna laki-laki dan perempuan.

2. KAJIAN TEORITIS

Technology Acceptance Model (TAM)

Diperkenalkan oleh Fred Davis (1986) dan dikembangkan lebih lanjut pada tahun 1989, merupakan kerangka teoretis fundamental untuk menganalisis adopsi teknologi informasi. Berakar dari Theory of Reasoned Action (TRA) dan Theory of Planned Behavior (TPB), TAM secara spesifik berfokus pada prediksi dan penjelasan penerimaan serta penggunaan sistem teknologi oleh pengguna. Model ini mengemukakan dua variabel utama yang memengaruhi sikap dan niat perilaku pengguna: Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use), yaitu keyakinan bahwa sistem mudah digunakan, dan Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness), yaitu keyakinan bahwa sistem akan meningkatkan kinerja (Davis, 1989)

Teori Atribusi

Teori Atribusi, yang pertama kali digagas oleh Heider, menjelaskan bagaimana individu secara kognitif menginterpretasikan penyebab perilaku, baik perilaku diri sendiri maupun orang lain. Teori ini menekankan bahwa perilaku adalah hasil interaksi antara faktor internal (seperti disposisi pribadi atau keterampilan) dan faktor eksternal (pengaruh situasional atau sosial). Asumsi dasarnya adalah bahwa setiap individu berupaya memahami alasan fundamental di balik tindakan, mengidentifikasi atribusi internal atau eksternal untuk menjelaskan suatu perilaku.

QRIS

QRIS (*Quick Response Indonesian Standard*) adalah sistem kode QR terintegrasi di Indonesia yang diatur oleh Bank Indonesia, diluncurkan pada Agustus 2019, bertujuan memfasilitasi transaksi pembayaran yang aman, cepat, dan mudah dengan prinsip universal, mudah, bermanfaat, dan instan. Keunggulan utamanya meliputi efisiensi pembayaran nontunai, kecepatan, keamanan, dan aksesibilitas luas. Meskipun demikian, implementasinya masih menghadapi beberapa keterbatasan, seperti adanya batasan nominal transaksi, biaya bagi merchant, dan belum meratanya distribusi di daerah terpencil.

Generasi Z

Generasi Z (lahir 1997-2012) adalah "penduduk asli digital" yang sangat melek teknologi, tumbuh dengan internet, dan memiliki preferensi kuat terhadap aktivitas daring. Mereka dominan di media sosial, mudah terpengaruh tren digital, serta mengandalkan internet sebagai sumber informasi dan hiburan utama.

Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU), menurut (Davis, 1989), didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem teknologi informasi dapat dilakukan dengan mudah dan tanpa usaha berlebih (Harahap & Zoraya, 2024). Ini mencerminkan seberapa jauh pengguna merasa bahwa teknologi tersebut mudah dipahami, dipelajari, dan digunakan secara lancar. Indikator PEOU meliputi aspek mudah dipelajari, mampu menambah hal baru, jelas dan dapat dipahami, fleksibel, serta kemudahan dalam operasionalnya (Fatmawati, 2015).

Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) adalah keyakinan pengguna bahwa penggunaan suatu teknologi atau sistem akan memberikan keuntungan, meningkatkan efisiensi, dan memperbaiki kinerja (Davis, 1989). Indikator PU meliputi kemampuan teknologi untuk mempercepat pekerjaan, meningkatkan produktivitas, dan mempermudah tugas secara keseluruhan.

Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude toward Using*)

Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude toward Using*) adalah evaluasi individu-positif atau negatif-terhadap penerimaan dan pemanfaatan teknologi, dibentuk oleh persepsi manfaat, kemudahan, dan pengaruh sosial. Sikap positif mendorong niat adopsi lebih tinggi, Indikator AT meliputi persepsi teknologi sebagai solusi, kesenangan dalam penggunaan, kemampuan untuk menikmati, perasaan bosan (sebagai indikator negatif), dan kecenderungan untuk merekomendasikan (Nurul Rohman et al., 2023)

Minat Perilaku (*Behavioral Intention*)

Minat Perilaku (*Behavioral Intention*) didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk secara berkelanjutan menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989) Konsep ini merepresentasikan tingkat ketertarikan seseorang yang menjadi prasyarat sebelum mengambil tindakan atau keputusan. Indikator BI meliputi keinginan untuk menggunakan teknologi, intensi untuk mempertahankannya di masa depan, kecenderungan untuk memilih penggunaannya, serta adanya rencana konkret untuk mengaplikasikannya (Pratiwi et al., 2017)

Perilaku (*Behavior*)

Perilaku (*Behavior*) dalam konteks penelitian teknologi informasi merujuk pada tindakan nyata individu dalam menggunakan suatu sistem atau teknologi. Indikator umum untuk menilai perilaku penggunaan meliputi intensitas dan frekuensi penggunaan teknologi (Aziziyah, 2021)

Variabel Eksternal

Variabel eksternal adalah faktor di luar inti TAM yang memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat teknologi. Contohnya fitur sistem atau pelatihan (Gardner & Amoroso, 2004). Dalam penelitian ini, fokus variabel eksternal adalah gender (Venkatesh et al., 2000)

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif untuk mengidentifikasi dan menguji faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan QRIS pada Generasi Z. Studi dilaksanakan di Surabaya. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dari 100 responden Generasi Z di Surabaya yang telah menggunakan QRIS, dipilih menggunakan teknik

purposive sampling, Variabel penelitian meliputi Gender sebagai variabel eksternal, serta Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude Toward Using, Behavioral Intention, dan Behavior yang diukur menggunakan skala Likert. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) melalui aplikasi SmartPLS, mencakup pengujian outer model (validitas konvergen dan diskriminan, reliabilitas, multikolinearitas, normalitas) dan inner model (R-Square, F-Square, Goodness of Fit, serta uji hipotesis via bootstrapping) untuk menguji hubungan antar variabel dalam model yang dikembangkan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Outer Model

a. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Konvergen-Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Nilai Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
<i>Perceived Usefulness</i>	0,664	Valid
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,634	Valid
<i>Attitude Toward Behavior</i>	0,752	Valid
<i>Behavioral Intention</i>	0,671	Valid
<i>Behavior</i>	0,854	Valid

Sumber: (Data diolah SmartPLS versi 4, 2025)

b. Uji Nilai Factor Loading

Tabel 2. Hasil Uji Nilai Factor Loading

Variabel	Item	Factor Loading	Keterangan
<i>attitude toward behavior</i> (sikap terhadap perilaku)	AT1	0,870	Valid
	AT2	0,888	Valid
	AT3	0,800	Valid
	AT4	0,893	Valid
	AT5	0,881	Valid
<i>Behavior</i> (Perilaku)	B1	0,940	Valid
	B2	0,909	Valid
<i>behavioral intention</i> (Minat Perilaku)	BI1	0,832	Valid
	BI2	0,796	Valid
	BI3	0,838	Valid

Variabel	Item	Factor Loading	Keterangan
Gender <i>Perceived Ease of Use</i> (Kemudahan penggunaan persepsian)	BI4	0,810	Valid
	G	1,000	Valid
	PE1	0,807	Valid
	PE2	0,800	Valid
	PE3	0,805	Valid
	PE4	0,759	Valid
<i>Perceived Usefulness</i> (Kegunaan persepsian)	PE5	0,808	Valid
	PU1	0,796	Valid
	PU2	0,834	Valid
	PU3	0,838	Valid
	PU4	0,813	Valid
	PU5	0,792	Valid

Sumber: (Data diolah SmartPLS versi 4, 2025)

Seluruh variabel memiliki nilai AVE > 0,5 dan loading factor > 0,7, menunjukkan terpenuhinya validitas konvergen. Uji validitas diskriminan melalui Fornell-Larcker dan cross loading juga menunjukkan hasil memadai, karena setiap indikator lebih kuat terkait dengan konstruknya dibanding konstruk lain.

c. Uji Fornell-Larcker Criterion

Tabel 3. Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion

	AT	B	BI	G	PE	PU
AT	0.867					
B	0.548	0.924				
BI	0.587	0.703	0.819			
G	0.439	0.276	0.275	1.000		
PE	0.712	0.517	0.565	0.554	0.796	
PU	0.755	0.660	0.673	0.550	0.661	0.815

Sumber: (Data diolah SmartPLS versi 4, 2025)

d. Cros Loading

Tabel 4. Cross Loadings

	AT	B	BI	G	PE	PU
AT1	0,870	0,484	0,560	0,275	0,610	0,636
AT2	0,888	0,444	0,575	0,384	0,630	0,683

	AT	B	BI	G	PE	PU
AT3	0,800	0,447	0,391	0,367	0,572	0,613
AT4	0,893	0,490	0,525	0,432	0,688	0,655
AT5	0,881	0,512	0,476	0,447	0,582	0,687
B1	0,569	0,940	0,697	0,295	0,503	0,681
B2	0,432	0,909	0,595	0,207	0,449	0,526
BI1	0,471	0,570	0,832	0,281	0,450	0,588
BI2	0,500	0,515	0,796	0,297	0,481	0,511
BI3	0,438	0,667	0,838	0,148	0,432	0,528
BI4	0,519	0,545	0,810	0,184	0,494	0,578
G	0,439	0,276	0,275	1,000	0,554	0,550
PE1	0,601	0,486	0,505	0,345	0,807	0,564
PE2	0,617	0,393	0,513	0,490	0,800	0,572
PE3	0,506	0,411	0,403	0,482	0,805	0,541
PE4	0,431	0,363	0,389	0,439	0,759	0,447
PE5	0,653	0,403	0,429	0,447	0,808	0,497
PU1	0,565	0,613	0,563	0,358	0,535	0,796
PU2	0,545	0,622	0,545	0,482	0,528	0,834
PU3	0,748	0,561	0,589	0,381	0,562	0,838
PU4	0,629	0,475	0,565	0,491	0,608	0,813
PU5	0,574	0,404	0,469	0,550	0,450	0,792

Sumber: (Data diolah SmartPLS versi 4, 2025)

Nilai Fornell-Larcker dan cross loading (>0,7) menunjukkan bahwa data telah memenuhi validitas diskriminan. Selanjutnya, di lakukan uji reliabilitas.

e. *Uji Reliabilitas*

1) *Uji Reliabilitas*

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
AT	0,917	Reliabel
B	0,831	Reliabel
BI	0,837	Reliabel
PE	0,856	Reliabel
PU	0,873	Reliabel

Sumber: (Data diolah SmartPLS versi 4, 2025)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,7, sehingga kuesioner dinyatakan reliabel.

2) *Uji Multikolinearitas*

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Item	VIF	Keterangan
<i>attitude toward behavior</i>	AT1	2,817	Nonmultikolinearitas
	AT2	3,610	Nonmultikolinearitas
	AT3	2,470	Nonmultikolinearitas
	AT4	3,366	Nonmultikolinearitas
	AT5	3,332	Nonmultikolinearitas
<i>behavioral</i>	B1	2,021	Nonmultikolinearitas
	B2	2,021	Nonmultikolinearitas
<i>behavioral intention</i>	BI1	1,883	Nonmultikolinearitas
	BI2	1,734	Nonmultikolinearitas
	BI3	1,894	Nonmultikolinearitas
	BI4	1,751	Nonmultikolinearitas
Gender	Gender	1,000	Nonmultikolinearitas
<i>Perceived Ease of Use</i>	PE1	1,921	Nonmultikolinearitas
	PE2	1,859	Nonmultikolinearitas
	PE3	2,011	Nonmultikolinearitas
	PE4	1,748	Nonmultikolinearitas
	PE5	1,913	Nonmultikolinearitas
<i>Perceived Usefulness</i>	PU1	2,071	Nonmultikolinearitas
	PU2	2,370	Nonmultikolinearitas
	PU3	2,143	Nonmultikolinearitas
	PU4	2,052	Nonmultikolinearitas
	PU5	1,976	Nonmultikolinearitas

Sumber: (Data diolah SmartPLS versi 4, 2025)

Hasil uji kolinearitas menunjukkan bahwa tidak ada nilai VIF > 10, sehingga tidak terjadi multikolinearitas, dan model diperkirakan memiliki koefisien jalur yang stabil dan dapat diinterpretasikan dengan baik.

3) Uji Normalitas Data

Tabel 7. Uji Normalitas Data

Name	Excess Kurtosis	Skewness	Keterangan
Gender	-1.784	-0.502	Normal
PE1	4.905	-2.404	Normal
PE2	1.324	-1.384	Normal
PE3	0.347	-0.916	Normal
PE4	1.436	-1.113	Normal
PE5	0.565	-1.037	Normal
PU1	1.225	-1.107	Normal
PU2	0.949	-1.077	Normal
PU3	0.868	-1.345	Normal
PU4	0.968	-1.416	Normal
PU5	-0.818	-0.790	Normal
AT1	0.376	-1.225	Normal
AT2	0.718	-1.420	Normal
AT3	-1.836	-0.328	Normal
AT4	-0.085	-0.955	Normal
AT5	-0.832	-0.684	Normal
BI1	1.863	-1.404	Normal
BI2	1.879	-1.312	Normal
BI3	2.336	-1.768	Normal
BI4	1.191	-1.402	Normal
B1	2.865	-1.800	Normal
B2	1.439	-1.437	Normal

Sumber: (Data diolah SmartPLS versi 4, 2025)

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai kurtosis < 3 dan skewness < 7 , sehingga data dinyatakan berdistribusi normal dan layak untuk dianalisis lebih lanjut dengan PLS-SEM.

Inner Model

a. Uji R-square

Tabel 8. Nilai *R-Square*

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>	Kriteria
AT	0,651	0,643	Moderat
B	0,559	0,550	Moderat
BI	0,468	0,457	Moderat
PE	0,306	0,299	Moderat
PU	0,489	0,478	Moderat

Sumber: (Data diolah SmartPLS versi 4, 2025)

Hasil uji R-Square menunjukkan bahwa variabel AT dijelaskan sebesar 65,1%, B sebesar 55,9%, BI sebesar 46,8%, PE sebesar 30,6%, dan PU sebesar 48,6% oleh variabel-variabel lain dalam model. Sisanya dipengaruhi oleh faktor di luar model penelitian.

b. Uji F-square

Tabel 9. *F-Square*

	AT	B	BI	G	PE	PU
AT			0,027			
B						
BI		0,278				
G					0,442	0,095
PE	0,230					0,357
PU	0,411	0,145	0,231			

Sumber: (Data diolah SmartPLS versi 4, 2025)

Hasil analisis jalur menunjukkan pengaruh moderat dari PE terhadap AT (0,230), PU terhadap AT (0,411/kuat), BI terhadap B (0,278), PU terhadap B (0,145), dan PU terhadap BI (0,231). Pengaruh lemah terlihat dari AT terhadap BI (0,027) dan G terhadap PU (0,095). Sementara itu, G berpengaruh kuat terhadap PE (0,442), dan PE juga berpengaruh kuat terhadap PU (0,357).

c. Model Fit

Tabel 10. Hasil Uji *Model Fit*

	<i>Saturated model</i>	<i>Estimated model</i>
SRMR	0,070	0,073
d_ULS	1,233	1,353
d_G	0,756	0,776
Chi-square	417,193	427,121
NFI	0,750	0,744

Sumber: (Data diolah SmartPLS versi 4, 2025)

Nilai SRMR sebesar 0,073 ($< 0,10$) menunjukkan bahwa model telah memenuhi Goodness of Fit dan layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

Uji Hipotesis**Tabel 11.** Hasil Pengujian Hipotesis dengan Skema *Bootstrapping*

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>	Keterangan
PE -> PU	0.514	5.129	0.000	Diterima
PU -> AT	0.505	3.939	0.000	Diterima
PE -> AT	0.378	2.923	0.003	Diterima
AT-> BI	0.183	1.963	0.050	Diterima
PU -> BI	0.535	4.235	0.000	Diterima
BI -> B	0.473	2.963	0.003	Diterima
PU -> B	0.342	2.136	0.033	Diterima
G -> PE	0.554	9.059	0.000	Diterima
G -> PU	0.266	3.630	0.000	Diterima

Sumber: (Data diolah SmartPLS versi 4, 2025)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis (H1–H9) diterima. PE berpengaruh positif terhadap PU dan AT, PU berpengaruh terhadap AT, BI, dan B, sedangkan AT berpengaruh terhadap BI, dan BI berpengaruh terhadap B. Selain itu, Gender juga berpengaruh positif terhadap PE dan PU. Semua hubungan signifikan dengan $t > 1,96$ dan $p < 0,05$.

Perceived Ease of Use Berpengaruh terhadap Perceived Usefulness

Perceived Ease of Use secara signifikan positif memengaruhi Perceived Usefulness, yang dibuktikan oleh analisis data dengan nilai koefisien jalur 0,514, t-statistik 5,129, dan

p-value 0,000, sehingga Hipotesis 1 diterima. Temuan ini sejalan dengan Technology Acceptance Model (TAM), yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan mendorong persepsi kegunaan suatu teknologi, seperti QRIS. Konsisten dengan studi sebelumnya oleh (Faizani & Indriyanti, 2021) dan (Ningsih et al., 2021) kemudahan penggunaan QRIS tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi, tetapi juga mengurangi beban psikologis pengguna, membuat mereka merasa sistem tersebut sangat membantu.

Perceived Usefulness Berpengaruh terhadap Attitude toward Using

Perceived Usefulness positif dan signifikan memengaruhi Attitude toward Using (sikap terhadap penggunaan), dengan nilai koefisien jalur 0,505, t-statistik 3,939, dan p-value 0,000, sehingga Hipotesis 2 diterima. Hal ini sejalan dengan Technology Acceptance Model (TAM), di mana persepsi akan keuntungan seperti penghematan waktu dan kenyamanan dalam menggunakan teknologi seperti QRIS akan membentuk sikap positif. Dari perspektif Teori Atribusi, sikap positif ini timbul karena pengguna mengaitkan manfaat yang dirasakan dengan fitur teknologi atau keberhasilan adaptasi mereka. Temuan ini didukung oleh penelitian (Puspa et al., 2021) dan sangat relevan bagi Generasi Z yang pragmatis, karena mereka cenderung mengembangkan sikap positif terhadap QRIS yang dianggap meningkatkan efektivitas pembayaran dalam aktivitas sehari-hari.

Perceived Ease of Use Berpengaruh terhadap Attitude toward Using

Perceived Ease of Use memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Attitude toward Using, dengan nilai koefisien jalur 0,378, t-statistik 2,923, dan p-value 0,003, sehingga Hipotesis 3 diterima. Hal ini konsisten dengan Technology Acceptance Model (TAM), yang menjelaskan bahwa kemudahan teknologi, seperti QRIS, mengurangi hambatan bagi pengguna, dan berdasarkan Teori Atribusi, persepsi kemudahan dapat berasal dari kemampuan pribadi atau desain sistem yang sederhana. Penelitian (Handayani et al., 2023) juga mendukung bahwa semakin sederhana teknologi, semakin positif sikap terhadapnya; bagi pengguna digital, kepraktisan QRIS misalnya, tanpa uang tunai menciptakan kenyamanan dan adaptasi mudah, yang pada akhirnya membentuk sikap positif.

Attitude toward Using Berpengaruh terhadap Behavioral Intention

Hasil analisis menunjukkan bahwa Attitude toward Using (AT) berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention (BI) dengan nilai koefisien 0,183, t-statistics 1,963, dan p-

value 0,050, sehingga H4 diterima. Sesuai TAM, sikap positif mendorong niat menggunakan teknologi secara berkelanjutan. Teori Atribusi mendukung bahwa niat ini terbentuk dari pengalaman positif, baik karena faktor internal maupun eksternal. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Chopdar et al., 2018) yang menyatakan bahwa sikap positif pengguna menjadi indikator kuat terhadap niat berperilaku.

Perceived Usefulness Berpengaruh terhadap Behavioral Intention

Hasil analisis menunjukkan bahwa Perceived Usefulness (PU) berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention (BI) dengan koefisien 0,231, t-statistics 4,235 > 1,96, dan p-value 0,000 < 0,05, sehingga H5 diterima. Ketika pengguna merasa QRIS bermanfaat, seperti efisien dan aman, maka niat untuk terus menggunakannya meningkat. Berdasarkan Teori Atribusi, hal ini dipengaruhi oleh pengalaman positif (atribusi eksternal) dan kemampuan adaptasi pengguna (atribusi internal). Temuan ini sejalan dengan (Monica & Japariato, 2022), yang menyatakan bahwa perceived usefulness merupakan faktor utama dalam membentuk minat penggunaan aplikasi pembayaran, khususnya bagi Generasi Z.

Behavioral Intention Berpengaruh terhadap Behavior

Hasil analisis menunjukkan bahwa Behavioral Intention (BI) berpengaruh positif terhadap Behavior (B) dengan koefisien 0,278, t-statistics 2,963 > 1,96, dan p-value 0,003 < 0,05, sehingga H6 diterima. Sesuai TAM, niat berperilaku mendorong perilaku aktual, dan menurut Teori Atribusi, tindakan ini lahir dari pengalaman positif sebelumnya. Pada Generasi Z, niat kuat untuk menggunakan QRIS terbukti diwujudkan dalam perilaku nyata seperti pembayaran digital di berbagai layanan sehari-hari.

Perceived Usefulness Berpengaruh terhadap Behavior

Hasil analisis menunjukkan bahwa Perceived Usefulness (PU) berpengaruh positif terhadap Behavior (B) dengan koefisien 0,145, t-statistics 2,136 > 1,96, dan p-value 0,033 < 0,05, sehingga H7 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat yang kuat dapat mendorong pengguna langsung berperilaku menggunakan teknologi, tanpa harus melalui proses niat terlebih dahulu. Bagi Generasi Z, manfaat praktis seperti kecepatan, keamanan, dan kenyamanan menjadi faktor utama dalam keputusan menggunakan QRIS dalam aktivitas sehari-hari.

Gender Berpengaruh terhadap Perceived Ease of Use

Hasil analisis menunjukkan bahwa Gender berpengaruh positif terhadap Perceived Ease of Use (PE) dengan koefisien 0,442, t-statistics 9,059 > 1,96, dan p-value 0,000 < 0,05, sehingga H8 diterima. Penelitian sebelumnya mendukung bahwa perempuan cenderung lebih memperhatikan kemudahan penggunaan dalam adopsi teknologi, termasuk QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dapat dipengaruhi oleh perbedaan gender.

Gender Berpengaruh terhadap Perceived Usefulness

Hasil analisis menunjukkan bahwa Gender berpengaruh positif terhadap Perceived Usefulness (PU) dengan koefisien 0,095, t-statistics 3,630 > 1,96, dan p-value 0,000 < 0,05, sehingga H9 diterima. Persepsi manfaat teknologi dipengaruhi oleh gender: laki-laki lebih fokus pada efisiensi dan produktivitas, sedangkan perempuan lebih menghargai kenyamanan dan fleksibilitas. Oleh karena itu, strategi promosi QRIS sebaiknya disesuaikan dengan preferensi masing-masing gender.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan dan kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap, niat, dan perilaku penggunaan QRIS oleh Generasi Z, didukung oleh pengaruh gender dalam membentuk persepsi tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan, manfaat, serta perbedaan pengalaman berdasarkan gender memengaruhi adopsi teknologi secara nyata. Oleh karena itu, penyedia layanan QRIS disarankan untuk meningkatkan tampilan, fitur, dan edukasi aplikasi agar lebih mudah dipahami oleh semua kalangan. Pemerintah juga perlu memperkuat regulasi dan sosialisasi, khususnya bagi UMKM dan masyarakat dengan literasi digital rendah. Peneliti selanjutnya diharapkan memperluas cakupan wilayah, menambah variabel lain, serta melibatkan generasi berbeda untuk memperkaya hasil penelitian.

DAFTAR REFERENSI

- Ayem, S., Cahyaning, E. K., Ramadhan, I., Nurlitawati, M., Langkodi, H., & Trasno, F. A. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi behavior intention terhadap penggunaan digital payment: Systematic literature review. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(2). <https://doi.org/10.26740/jupe.v12n2.p196>

- Aziziyah. (2021). Peran persepsi manfaat sebagai mediasi dalam pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap penggunaan e-commerce pada aplikasi Traveloka. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9.
- Chopdar, P. K., Korfiatis, N., Sivakumar, V. J., & Lytras, M. D. (2018). Mobile shopping apps adoption and perceived risks: A cross-country perspective utilizing the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Computers in Human Behavior*, 86, 109–128. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.04.017>
- Davis, F. D. (1989). Acceptance of public procurement digitalization using the TAM Technology Acceptance Model.
- Faizani, S. N., & Indriyanti, A. D. (2021). Analisis pengaruh technology readiness terhadap perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap behavioral intention dari Quick Response Indonesian Standard (QRIS) untuk pembayaran digital (Studi kasus: Pengguna aplikasi e-Wallet Go-Pay, DANA, OVO, dan LinkAja di Surabaya). *JEISBI*, 2.
- Fatmawati, E. (2015). *Technology Acceptance Model (TAM) untuk menganalisis penerimaan terhadap sistem informasi perpustakaan*. *Jurnal Iqra*, 9.
- Gardner, C., & Amoroso, D. L. (2004). Development of an instrument to measure the acceptance of internet technology by consumers. *Hawaii International Conference on System Sciences*.
- Haliza, H. N., & Anasrulloh, M. (2023). Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian online melalui marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(7), 1756–1766. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i7.671>
- Handayani, S. W., Gunaningrat, R., & Suyatno, A. (2023). Behavioral intention to use Flip.id oleh perceived ease of use melalui attitude towards using. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(5), 13–25. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v1i5.134>
- Harahap, R. A., & Zoraya, I. (2024). The influence of perceived ease of use, usefulness, and security on Gen Z's interest in using Q-RIS (Quick Response Code Indonesian Standard) as a payment method. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 3(3), 853–866. <https://doi.org/10.55927/fjas.v3i3.8407>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem informasi keperilakuan*. Andi.
- Monica, F., & Japarianto, E. (2022). Analisa pengaruh perceived ease of use dan melalui perceived enjoyment terhadap behavior intention pada digital payment. *Manajemen Pemasaran*. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.9-15>
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan e-wallet di kalangan mahasiswa. *Jurnal Emik*, 3(2). <https://qwords.com/blog/sejarah-singkat-internet/>
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa. [Nama jurnal tidak dicantumkan]

- Nurul Rohman, A., Mukhsin, M., & Ganika, G. (2023). Penggunaan Technology Acceptance Model dalam analisis actual use penggunaan e-commerce Tokopedia Indonesia. *Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan Bisnis Digital*.
- Pratiwi, M. T., Indriani, F., & Sugiarto, J. (2017). Analisis pengaruh technology readiness terhadap minat menggunakan T-Cash di Kota Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*, 26(1), 76–88.
- Puspa, M., Achiriani, A., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh performance expectancy, effort expectancy, social influence, perceived risk, perceived cost terhadap behavioral intention pada pengguna dompet digital DANA di Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 8.
- Venkatesh, V., Smith, R. H., & Morris, M. G. (2000). Why don't men ever stop to ask for directions? Gender, social influence, and their role in technology acceptance and usage behavior. *MIS Quarterly*, 24(1), 115–139.