

EVALUASI FAKTOR-FAKTOR PENERIMAAN QUICK RESPONSE INDONESIA STANDARD (QRIS) DI MASYARAKAT JABODETABEK DENGAN MODIFIKASI UTAUT 2

Deni Saputra, Anies Lastiati
Universitas Trilogi – Jakarta
iamdeni.saputra93@gmail.com

ABSTRAK

Revolusi digital telah menjadi pendorong utama perubahan ekonomi global, mempercepat transformasi berbagai sektor, termasuk sistem pembayaran. Di Indonesia, salah satu inovasi penting yang muncul adalah Quick Response Indonesia Standard (QRIS). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan QRIS di wilayah Jabodetabek. Penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner melalui google form kepada 123 responden. Data yang dikumpulkan kemudian diolah menggunakan analisis SEM-PLS. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan QRIS, Sebaliknya, *effort expectancy* dan *trust* tidak signifikan dalam mempengaruhi niat penggunaan. *Social influence* dan *facilitating condition* berhubungan negatif dan signifikan dengan niat penggunaan, *hedonic motivation* dan *perceived security* tidak signifikan mempengaruhi niat penggunaan QRIS. *Price value* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, *Habit* memiliki pengaruh positif dan signifikan, Terakhir, *perceived risk* berhubungan negatif dan signifikan, dimana risiko yang dirasakan menurunkan niat penggunaan QRIS.

Kata Kunci : *Facilitating Condition*, Niat Perilaku, *Performance Expectancy*, *Social Influence*

ABSTRACT

The digital revolution has become a major driver of global economic change, accelerating the transformation of various sectors, including payment systems. In Indonesia, one of the important innovations that has emerged is the Quick Response Indonesia Standard (QRIS). This research is expected to provide in-depth insight into the factors that influence QRIS acceptance in the Jabodetabek area. This research is quantitative research. Data was obtained by distributing questionnaires via Google Form to 123 respondents. The data collected was then processed using SEM-PLS analysis. The results of this research explain that *performance expectancy* has a positive and significant influence on intention to use QRIS. On the other hand, *effort expectancy* and *trust* are not significant in influencing intention to use. *Social influence* and *facilitating conditions* are negatively and significantly related to intention to use, *hedonic motivation* and *perceived security* do not significantly influence intention to use QRIS. *Price value* shows a positive and significant influence, *Habit* has a positive and significant influence. Lastly, *perceived risk* has a negative and significant relationship, where perceived risk reduces the intention to use QRIS.

Keywords: *Facilitating Condition, Behavioral Intention, Performance Expectancy, Social Influence*

PENDAHULUAN

Revolusi digital telah menjadi pendorong utama perubahan ekonomi global, mempercepat transformasi berbagai sektor, termasuk sistem pembayaran. Di Indonesia, salah satu inovasi penting yang muncul adalah Quick Response Indonesia Standard (QRIS). QRIS, yang diperkenalkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), merupakan standar nasional kode QR yang bertujuan untuk menyederhanakan dan memperluas adopsi transaksi non-tunai di seluruh negeri. Dengan hanya menggunakan satu kode QR, pengguna dapat melakukan pembayaran melalui berbagai platform pembayaran digital, baik yang dikeluarkan oleh lembaga perbankan maupun non-perbankan (Bank Indonesia, 2019).

Penerapan QRIS diharapkan dapat memberikan manfaat signifikan, termasuk meningkatkan efisiensi transaksi, mempercepat inklusi keuangan, serta memudahkan masyarakat dalam melakukan pembayaran. Meskipun demikian, keberhasilan QRIS sangat bergantung pada sejauh mana masyarakat, terutama di wilayah metropolitan seperti Jabodetabek, menerima dan mengadopsi teknologi ini. Jabodetabek, sebagai pusat kegiatan ekonomi dengan tingkat adopsi teknologi yang tinggi, menjadi wilayah yang strategis untuk mengevaluasi penerimaan QRIS. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan dan adopsi QRIS di kalangan masyarakat Jabodetabek, dengan menggunakan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) yang telah dimodifikasi.

Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) dikembangkan oleh Venkatesh dkk, (2012) untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh konsumen. Model ini mencakup beberapa variabel kunci, seperti harapan kinerja, usaha yang dibutuhkan, nilai sosial, dan motivasi hedonik, yang semuanya berkontribusi pada niat penggunaan teknologi dan penggunaan aktual. Model ini telah digunakan secara luas dalam penelitian mengenai adopsi teknologi untuk menjelaskan bagaimana berbagai faktor mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan teknologi baru.

Dalam konteks QRIS, model UTAUT2 perlu dimodifikasi untuk memasukkan variabel tambahan yang relevan, seperti persepsi risiko, persepsi keamanan, dan kepercayaan. Variabel-variabel ini dianggap penting karena dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan sistem pembayaran digital. Misalnya, persepsi risiko dan keamanan sering kali menjadi kendala dalam adopsi teknologi baru, sementara kepercayaan dapat mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik (Slade dkk, 2015; Park dkk, 2018).

Beberapa penelitian telah mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi pembayaran digital. Penelitian oleh Alalwan dkk, (2017) menunjukkan bahwa kepercayaan berperan penting dalam niat adopsi sistem pembayaran elektronik. Namun, penelitian Limantara dkk (2018) menunjukkan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan mobile payment di Indonesia. Temuan ini menunjukkan adanya perbedaan dalam pengaruh kepercayaan terhadap niat adopsi teknologi di berbagai konteks dan lokasi.

Persepsi risiko dan keamanan juga dianggap penting dalam mempengaruhi penerimaan teknologi. Penelitian oleh Widyanto dkk, (2020) mengungkapkan bahwa persepsi keamanan tidak memiliki dampak signifikan terhadap niat menggunakan

aplikasi pembayaran mobile, yang berbeda dari studi lain yang menekankan pentingnya keamanan dalam transaksi online (Petersen dkk, 2015; Shin, 2010). Persepsi keamanan berkaitan dengan kekhawatiran konsumen mengenai kemungkinan terjadinya kejahatan saat menggunakan teknologi, yang dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik (Rader dkk, 2007).

Digitalisasi pembayaran tidak hanya menawarkan kemudahan dan kecepatan, tetapi juga menghadirkan tantangan baru, seperti persepsi risiko dan kekhawatiran terkait keamanan. QRIS diharapkan mampu mengatasi beberapa masalah yang dihadapi oleh sistem pembayaran sebelumnya, termasuk kebutuhan untuk menyediakan berbagai kode QR dari berbagai penyedia. Selain itu, QRIS juga diharapkan dapat mendorong inklusi keuangan dengan memfasilitasi akses yang lebih mudah ke sistem pembayaran digital, termasuk bagi masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki akses ke layanan perbankan formal. Namun, tingkat adopsi QRIS di masyarakat masih menghadapi berbagai kendala, termasuk persepsi terhadap risiko dan keamanan serta tingkat kepercayaan terhadap teknologi ini. Dalam konteks ini, modifikasi terhadap model UTAUT2 dilakukan untuk memasukkan variabel-variabel seperti persepsi risiko, persepsi keamanan, dan kepercayaan, yang dianggap penting dalam mempengaruhi adopsi teknologi baru.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan QRIS di wilayah Jabodetabek. Dengan memahami dinamika penerimaan QRIS, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mendorong penggunaan QRIS di seluruh Indonesia, serta meningkatkan inklusi keuangan secara nasional.

KAJIAN TEORI

Facilitating condition

Facilitating condition mengacu pada sejauh mana individu percaya bahwa infrastruktur dan sumber daya yang ada mendukung penggunaan teknologi baru. Venkatesh et al. (2003) menekankan bahwa *facilitating condition* memiliki peran penting dalam mempengaruhi niat penggunaan dan penggunaan aktual dari suatu teknologi, terutama dalam konteks teknologi informasi. Faktor ini mencakup dukungan teknis, ketersediaan sumber daya, dan kebijakan organisasi yang memudahkan penggunaan teknologi baru.

Hedonic motivation

Hedonic motivation merujuk pada kesenangan atau kenikmatan yang diperoleh dari menggunakan teknologi. Dalam konteks adopsi teknologi, Venkatesh et al. (2012) menemukan bahwa motivasi hedonik memainkan peran signifikan dalam mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi, terutama pada aplikasi yang bersifat pribadi atau rekreasi. Konsumen lebih cenderung mengadopsi teknologi yang mereka anggap menyenangkan atau menghibur .

Price value

Price value adalah persepsi konsumen terhadap keseimbangan antara manfaat yang diperoleh dari penggunaan teknologi dengan biaya yang harus dikeluarkan. Jika manfaat yang dirasakan melebihi biaya, konsumen cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk mengadopsi teknologi tersebut. Venkatesh et al. (2012) menyatakan bahwa *price value* berperan penting dalam adopsi teknologi, terutama dalam lingkungan di mana konsumen sangat sensitif terhadap harga .

Habit

Habit didefinisikan sebagai tingkat otomatisitas dalam perilaku yang dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu. Menurut Limayem et al. (2007), *habit* memiliki pengaruh langsung pada penggunaan teknologi, bahkan lebih kuat daripada niat penggunaan dalam beberapa kasus. Ketika perilaku menjadi kebiasaan, pengguna cenderung menggunakan teknologi secara rutin tanpa perlu mempertimbangkan keputusan secara sadar setiap kali

Social influence

Social influence adalah tingkat di mana individu merasa bahwa orang lain yang penting bagi mereka (seperti keluarga, teman, atau kolega) percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu. Menurut Venkatesh et al. (2003), *social influence* dapat sangat memengaruhi niat untuk mengadopsi teknologi, terutama dalam konteks di mana norma sosial sangat kuat atau dalam kelompok yang sangat terhubung secara sosial .

Effort expectancy

Effort expectancy mengacu pada seberapa mudah pengguna merasa teknologi tersebut untuk digunakan. Venkatesh et al. (2003) menyatakan bahwa *effort expectancy* merupakan prediktor penting dari niat penggunaan teknologi, di mana teknologi yang lebih mudah digunakan lebih mungkin diadopsi oleh pengguna .

Performance expectancy

Performance expectancy adalah sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan membantu mereka mencapai hasil kinerja yang diinginkan. Venkatesh et al. (2003) mengidentifikasi *performance expectancy* sebagai faktor paling kuat dalam memprediksi niat untuk menggunakan teknologi baru, terutama ketika pengguna melihat manfaat langsung dari teknologi tersebut .

Trust

Trust dalam konteks teknologi informasi mengacu pada keyakinan bahwa teknologi yang digunakan dapat diandalkan, aman, dan memenuhi harapan pengguna. Menurut Gefen et al. (2003), *trust* sangat penting dalam lingkungan digital, terutama dalam e-commerce, di mana kepercayaan dapat mempengaruhi niat untuk bertransaksi dan menggunakan layanan online.

Perceived risk

Perceived risk adalah persepsi pengguna terhadap kemungkinan terjadinya kerugian atau kerusakan sebagai akibat dari penggunaan teknologi. Pavlou (2003) menyoroti bahwa *perceived risk* dapat menjadi penghambat utama dalam adopsi teknologi, khususnya di lingkungan di mana risiko keamanan dan privasi tinggi .

Perceived security

Perceived security mengacu pada keyakinan pengguna bahwa sistem teknologi melindungi data mereka dari ancaman dan pelanggaran. Menurut Flavián dan Guinalú (2006), *perceived security* memainkan peran penting dalam mempengaruhi kepercayaan pengguna terhadap teknologi, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi niat dan perilaku penggunaan

Niat Perilaku

Behavior intention (*Behavioral Intention*) merujuk pada niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Dalam teori seperti Theory of Planned Behavior (TPB) dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), BI sering dianggap sebagai prediktor utama dari perilaku yang sebenarnya. BI dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan (Venkatesh, 2003). Misalnya, dalam model UTAUT, BI dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi. Semakin kuat niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku, semakin besar kemungkinan perilaku tersebut akan benar-benar dilakukan.

Methodology

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data dari responden di wilayah Jabodetabek. Populasi penelitian ini adalah pengguna QRIS di wilayah Jabodetabek, yang merupakan salah satu wilayah metropolitan dengan tingkat adopsi teknologi yang tinggi di Indonesia. Metode sampling yang digunakan adalah purposive sampling, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu mereka yang telah menggunakan QRIS dalam transaksi mereka. Jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah 400 responden, sesuai dengan pedoman Cohen (1988) untuk analisis struktural yang membutuhkan sampel minimum 123 untuk hasil yang dapat diandalkan. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner disusun berdasarkan skala Likert 4 poin, dengan rentang dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS 3.0. SEM dipilih karena kemampuannya untuk menguji hubungan antara beberapa variabel laten secara simultan, serta untuk memvalidasi model teoritis yang dikembangkan.

HASIL PENELITIAN

Convergent Validity

Convergent validity adalah tingkat di mana indikator-indikator yang diharapkan untuk mengukur suatu konstruk tertentu memiliki tingkat kesamaan atau keterkaitan yang tinggi. Validitas ini memastikan bahwa indikator-indikator tersebut benar-benar mengukur konsep yang sama. Untuk menguji *convergent validity* dapat menggunakan nilai *outer loading*. *Outer loading* diharapkan memiliki nilai $> 0,60$ (Chin, 1998).

Tabel 1. Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading
<i>Performance expectancy</i>	PE01	0.935
	PE02	0.892
	PE03	0.919
<i>Effort expectancy</i>	EE01	0.907
	EE02	0.884
	EE03	0.914
	EE04	0.840
<i>Facilitating conditions</i>	FC01	0.734
	FC02	0.922
	FC03	0.870

Variabel	Indikator	Outer Loading
	FC04	0.901
<i>Habit</i>	HB01	0.810
	HB02	0.818
	HB03	0.655
	HB04	0.826
<i>Hedonic motivation</i>	HM01	0.832
	HM02	0.768
	HM03	0.890
<i>Perceived risk</i>	PR01	0.697
	PR02	0.847
	PR03	0.845
<i>Perceived security</i>	PS01	0.928
	PS02	0.944
	PS03	0.866
<i>Price value</i>	PV01	0.808
	PV02	0.861
	PV03	0.904
<i>Social influence</i>	SI01	0.904
	SI02	0.915
	SI03	0.730
	TR01	0.907
<i>Trust</i>	TR02	0.894
	TR03	0.822
	TR04	0.778
<i>Behavior intention</i>	BI01	0.824
	BI02	0.901
	BI03	0.895

Average Variance Extracted (AVE)

AVE adalah ukuran yang menunjukkan proporsi varians yang diekstraksi oleh konstruk dari indikator-indikatornya. AVE yang tinggi menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan variabilitas indikator-indikator yang terkait. Sebuah konstruk dianggap memiliki validitas konvergen yang baik jika nilai AVE-nya lebih dari 0.5 (Hair et al, 2019).

Tabel 2. AVE

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Behavior intention</i>	0.764
<i>Effort expectancy</i>	0.786
<i>Facilitating condition</i>	0.739
<i>Habit</i>	0.609
<i>Hedonic motivation</i>	0.692
<i>Perceived risk</i>	0.639
<i>Perceived security</i>	0.834

<i>Performance expectancy</i>	0.838
<i>Price value</i>	0.737
<i>Social influence</i>	0.729
<i>Trust</i>	0.726

Cronbach Alpha dan Composite Reliability

Cronbach's Alpha adalah ukuran reliabilitas yang paling umum digunakan untuk menilai konsistensi internal dari sekumpulan indikator. Nilai Cronbach's Alpha berkisar antara 0 hingga 1, di mana nilai di atas 0.7 menunjukkan reliabilitas yang baik. Sedangkan Composite Reliability mengukur konsistensi internal dengan cara yang mirip dengan Cronbach's Alpha, tetapi lebih unggul dalam mempertimbangkan bobot loading indikator yang berbeda. Composite Reliability di atas 0.7 dianggap baik, dan jika nilainya di atas 0.8 atau bahkan 0.9, maka konstruk tersebut memiliki reliabilitas yang sangat baik (Hair dkk, 2017).

Tabel 3. Cronbach Alpha dan Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
<i>Behavior intention</i>	0.845	0.906
<i>Effort expectancy</i>	0.909	0.936
<i>Facilitating condition</i>	0.880	0.918
<i>Habit</i>	0.789	0.861
<i>Hedonic motivation</i>	0.776	0.870
<i>Perceived risk</i>	0.729	0.840
<i>Perceived security</i>	0.900	0.938
<i>Performance expectancy</i>	0.903	0.940
<i>Price value</i>	0.821	0.894
<i>Social influence</i>	0.813	0.889
<i>Trust</i>	0.873	0.913

R-squared (R²)

R-squared (R²) adalah ukuran yang menunjukkan seberapa besar variabilitas dari variabel endogen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel eksogen dalam model. Dalam konteks SEM-PLS, R² adalah ukuran yang menggambarkan seberapa baik model memprediksi konstruksi endogen. Chin (1998) memberikan panduan umum untuk menafsirkan nilai R² 0.19 dianggap rendah, 0.33 dianggap moderat dan > 0.67 dianggap tinggi.

Tabel 4. R-squared

	R Square Adjusted
<i>Behavior intention</i>	0.963

Berdasarkan tabel 4.28 menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan variabel *Behavior intention* sebesar 0.963. Dari hasil R² sebesar 0.963 dapat disimpulkan bahwa variabel *behavior intention* dipengaruhi oleh variabel *Effort expectancy*, *Facilitating*

condition, Habit, Hedonic motivation, Perceived risk, Perceived security, Performance expectancy, Price value, Social influence, Trust sebesar 96,3% dan sisanya sebesar 3,7% dipengaruhi oleh variabel diluar variabel yang diteliti.

Pengujian Hipotesis

Path coefficient memberikan informasi mengenai pengaruh langsung dari satu variabel laten terhadap variabel laten lainnya Chin (1998). Nilai signifikansi yang diharapkan yaitu < 0.05 . Dalam banyak penelitian, level signifikansi 0.05 adalah batas umum untuk menentukan apakah hubungan dalam model SEM-PLS signifikan. Jika p-value kurang dari 0.05, hubungan dianggap signifikan secara statistik (Hair dkk, 2017).

Tabel 5. Path Coefficient

Hipotesis	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
<i>Performance expectancy » Behavior intention</i>	0.775	8.048	0.000
<i>Effort expectancy » Behavior intention</i>	0.084	0.808	0.420
<i>Social influence » Behavior intention</i>	-0.087	2.086	0.037
<i>Facilitating condition » Behavior intention</i>	-0.324	4.497	0.000
<i>Hedonic motivation » Behavior intention</i>	0.067	0.884	0.377
<i>Price value » Behavior intention</i>	0.152	2.569	0.010
<i>Habit » Behavior intention</i>	0.450	5.850	0.000
<i>Trust » Behavior intention</i>	0.078	1.142	0.254
<i>Perceived risk » Behavior intention</i>	-0.201	2.857	0.004
<i>Perceived security » Behavior intention</i>	0.000	0.003	0.997

Pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavior intention* untuk menggunakan QRIS

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavior intention* dengan nilai p-value $0.000 < 0.05$. Artinya, Jika masyarakat percaya bahwa penggunaan QRIS dapat meningkatkan efisiensi transaksi dan memberikan kemudahan dalam pembayaran, maka *Behavior intention* mereka untuk menggunakan QRIS akan lebih tinggi. Ini mencerminkan bahwa persepsi manfaat yang dirasakan adalah salah satu faktor yang dapat menentukan niat seseorang untuk mengadopsi teknologi baru. Penelitian ini menunjukkan bahwa individu cenderung lebih termotivasi untuk menggunakan teknologi jika mereka percaya bahwa teknologi tersebut akan memberikan keuntungan yang signifikan dalam hal kinerja mereka. Sebagai contoh, dalam konteks sistem informasi, jika seseorang percaya bahwa sistem baru akan meningkatkan efisiensi kerja mereka, maka mereka akan lebih mungkin untuk berniat menggunakannya (Farzin dkk, 2021).

Banyak penelitian telah mendukung hubungan positif antara *Performance expectancy* dan *Behavioral Intention*. Misalnya, dalam studi oleh Venkatesh dan Bala (2008), ditemukan bahwa *Performance expectancy* secara signifikan mempengaruhi *Behavioral Intention* dalam konteks adopsi teknologi informasi. Penelitian lain oleh Davis dkk, (1989) dalam *Model Technology Acceptance (TAM)* juga menunjukkan bahwa persepsi keuntungan (yang berkaitan erat dengan *Performance expectancy*) berpengaruh besar terhadap niat pengguna untuk mengadopsi teknologi. Penelitian penerimaan QRIS di masyarakat menunjukkan bahwa *Performance expectancy* adalah salah satu faktor dalam menentukan niat individu untuk menggunakan teknologi QRIS.

Pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavior intention* untuk menggunakan QRIS

Hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang berbeda. Pada penelitian ini menjelaskan bahwa *effort expectancy* memiliki hubungan tidak signifikan terhadap *behavior intention*. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value $0.420 > 0.05$. Hubungan tidak signifikan antara *effort expectancy* dan *behaviour intention* memiliki beberapa faktor, seperti pengguna QRIS mungkin sudah merasa sangat familiar atau nyaman dengan sistem pembayaran ini, sehingga tingkat usaha yang dibutuhkan untuk menggunakan QRIS tidak mempengaruhi niat mereka untuk terus menggunakan atau mengadopsinya. Jika QRIS dianggap sangat mudah digunakan, efek dari *effort expectancy* bisa menjadi kurang relevan. Di daerah seperti Jabodetabek, di mana teknologi digital dan sistem pembayaran elektronik mungkin sudah sangat umum, *effort expectancy* mungkin tidak menjadi faktor penentu utama. Pengguna yang sudah berpengalaman mungkin tidak merasakan beban usaha yang signifikan dalam menggunakan QRIS, sehingga pengaruhnya terhadap niat mereka menjadi tidak signifikan. Selain itu, Jika QRIS dirancang dengan baik dan secara konsisten memberikan pengalaman yang mulus kepada pengguna, maka *effort expectancy* menjadi kurang relevan. Pengalaman pengguna yang positif dapat mengurangi perhatian terhadap usaha yang dibutuhkan dan lebih fokus pada manfaat atau kegunaan dari QRIS itu sendiri. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Pan dan Wei (2021); Sudirman, dkk (2022) yang menjelaskan bahwa *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavior intention* dalam penerapan adopsi teknologi.

Pengaruh *social influence* terhadap *behavior intention* untuk menggunakan QRIS

Hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang berbeda, bahwa *social influence* memiliki hubungan negatif dan signifikan terhadap *behavior intention* dengan nilai p-value 0.037 dan nilai original sample -0.087. Hasil penelitian yang menunjukkan adanya hubungan negatif dan berpengaruh antara *social influence* terhadap *behavior intention* dapat diinterpretasikan sebagai indikasi bahwa pengaruh sosial yang terlalu kuat dengan preferensi individu justru dapat menurunkan *behavior intention* seseorang.

Dalam beberapa konteks, individu mungkin merasa bahwa tekanan sosial atau ekspektasi yang datang dari lingkungan sekitar, seperti teman, keluarga, atau kolega, mengarah pada perilaku yang tidak sejalan dengan keinginan pribadi mereka. Misalnya, penelitian oleh Venkatesh dkk. (2003) menunjukkan bahwa pengaruh sosial dapat mempengaruhi niat seseorang untuk bertindak, tetapi dampaknya sering kali bergantung pada sejauh mana individu merasa terikat oleh norma sosial tersebut. Wibowo (2019) dan Nuari dkk (2019) menjelaskan bahwa pengaruh sosial tidak memiliki pengaruh terhadap *behavior intention*. Oleh karena itu, hubungan negatif ini bisa mencerminkan perlawanan atau reaksi negatif terhadap tekanan sosial yang dirasakan sebagai berlebihan atau tidak relevan bagi individu.

Maka dari itu, meskipun *social influence* sering dianggap sebagai pendorong dalam adopsi teknologi, dalam konteks QRIS di Jabodetabek, pengaruh sosial dapat memiliki efek negatif dan signifikan terhadap *behavior intention* individu. Strategi yang lebih sensitif terhadap konteks sosial individu dan fokus pada manfaat pribadi QRIS akan lebih efektif dalam meningkatkan adopsi teknologi ini.

Pengaruh *facilitating condition* terhadap *behavior intention* untuk menggunakan QRIS

Penelitian ini menemukan hasil yang berbeda, bahwa *Facilitating conditions* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *behavior intention* dengan nilai p-value $0.000 < 0.05$ dan nilai original sample sebesar -0.324. Ketika *Facilitating conditions* menunjukkan hubungan negatif dan signifikan terhadap niat perilaku, ini berarti kondisi pendukung yang memadai justru mendorong seseorang untuk tidak menggunakan teknologi QRIS atau sebaliknya konsumen yang menggunakan teknologi QRIS justru mereka yang merasa bahwa kondisi infrastruktur kurang mendukung. Beberapa faktor yang bisa menjelaskan hubungan negatif ini diantaranya pengguna mungkin merasa bahwa usaha yang dibutuhkan untuk menggunakan teknologi sangat rendah. Hal ini dapat menyebabkan pengguna tidak merasa perlu untuk menguatkan niat mereka dalam penggunaan teknologi karena mereka menganggapnya terlalu mudah atau otomatis untuk diadopsi. Misalnya, penelitian oleh Brown dan Venkatesh (2005) menunjukkan bahwa *facilitating conditions* terkadang dapat mengurangi pengaruh niat perilaku, terutama dalam konteks adopsi teknologi yang dianggap sangat mudah digunakan. Tak hanya itu, Jika pengguna merasa bahwa menggunakan QRIS melibatkan kesulitan yang signifikan atau hambatan yang sulit diatasi, hal ini dapat mengurangi niat mereka untuk terus menggunakan atau mengadopsi teknologi tersebut (Venkatesh dkk, 2012).

Oleh karena itu, dalam konteks manajemen atau kebijakan, hasil ini bisa berarti bahwa hanya meningkatkan kondisi fasilitasi saja tidak cukup untuk mendorong perilaku tertentu. Ada kemungkinan bahwa faktor-faktor lain, seperti motivasi intrinsik, kepercayaan diri, atau persepsi tentang relevansi tindakan tersebut, lebih penting dalam mempengaruhi niat perilaku. Pengambil keputusan mungkin perlu mempertimbangkan kembali pendekatan mereka dalam memfasilitasi tindakan tertentu. Fokus bisa dialihkan

ke elemen-elemen motivasional atau penyediaan kondisi fasilitasi yang lebih tepat sesuai dengan kebutuhan pengguna atau peserta.. Menyediakan pelayanan pelanggan yang berkualitas tinggi dan dukungan teknis yang cepat dapat membantu mengatasi masalah yang dihadapi pengguna. Ini penting untuk meningkatkan kepercayaan pengguna dan mengurangi niat mereka untuk berhenti menggunakan QRIS (Davis dkk, 1989).

Pengaruh *hedonic motivation* terhadap *behavior intention* untuk menggunakan QRIS

Hasil penelitian ini yang menjelaskan bahwa *hedonic motivation* memiliki hubungan positif tidak signifikan terhadap *behavior intention* dengan nilai p value $0.337 > 0.05$. Hal ini kemungkinan disebabkan karena pencarian pengalaman menyenangkan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan seseorang untuk mengadopsi atau menggunakan teknologi tertentu. Hal ini mungkin disebabkan oleh beberapa faktor seperti motivasi utilitarian (manfaat praktis) atau aspek fungsional dari teknologi dapat lebih berpengaruh terhadap *behavior intention* daripada motivasi hedonis. Jika teknologi atau produk menawarkan keuntungan yang jelas dan manfaat praktis yang lebih besar, niat untuk mengadopsinya mungkin lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor ini daripada oleh kepuasan hedonis (Venkatesh dkk, 2003). Selain itu keterbatasan fitur hedonis juga dapat menjadi faktor, Jika teknologi atau produk tidak menawarkan fitur yang cukup memuaskan secara emosional atau menyenangkan, motivasi hedonis mungkin tidak memiliki dampak yang signifikan. Pengguna mungkin merasa bahwa manfaat fungsional lebih penting daripada aspek hiburan atau kepuasan emosional (Khan & Sadiq, 2018).

Ketika motivasi hedonis tidak berhubungan dengan niat perilaku, ada beberapa implikasi praktis untuk pengembangan dan pemasaran teknologi yaitu fokus pada manfaat fungsional, pengembang dan pemasar perlu lebih menekankan manfaat fungsional dan praktis dari teknologi atau produk mereka, terutama jika motivasi hedonis tidak menjadi faktor dominan dalam keputusan pengguna. Selanjutnya, penting untuk fokus pada pengembangan fitur yang meningkatkan kegunaan dan efisiensi teknologi, daripada hanya menambahkan elemen yang menyenangkan secara emosional. Ini dapat membantu memenuhi kebutuhan praktis pengguna yang mungkin lebih relevan daripada motivasi hedonis (Venkatesh dkk, 2003).

Pengaruh *price value* terhadap *behavior intention* untuk menggunakan QRIS

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *Price value* memiliki hubungan positif signifikan terhadap *behavior intention* dengan nilai p -value $0.010 < 0.05$. Artinya semakin tinggi *Price value* yang dirasakan oleh konsumen maka akan semakin tinggi keinginan konsumen untuk menggunakan teknologi tersebut. Pengalaman positif dalam menggunakan QRIS, seperti transaksi yang cepat dan biaya yang terjangkau, dapat memperkuat persepsi positif terhadap *price value*, sehingga meningkatkan niat pengguna untuk terus menggunakan teknologi ini (Davis dkk, 1989). Sebaliknya, jika ada pengalaman negatif atau biaya yang dianggap tinggi, persepsi terhadap *price value* dapat menurun, yang pada akhirnya mempengaruhi *behavior intention* secara negatif.

Maka dari itu, persepsi mengenai nilai yang diperoleh dari QRIS relatif terhadap biaya yang dikeluarkan memainkan peran penting dalam menentukan *behavior intention* untuk menggunakan teknologi ini. Penyedia layanan QRIS harus memastikan bahwa pengguna merasa bahwa nilai yang mereka peroleh dari QRIS sebanding dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendorong adopsi dan penggunaan yang lebih luas.

Pengaruh *habit* terhadap *behavior intention* untuk menggunakan QRIS

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *habit* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavior intention* dengan nilai p-value 0.000. *Habit* memainkan peran krusial dalam menentukan *behavior intention* pengguna terhadap QRIS. Ketika individu telah mengembangkan kebiasaan dalam menggunakan metode pembayaran tertentu atau sistem keuangan digital, kebiasaan tersebut dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk terus menggunakan QRIS. Jika QRIS dianggap sebagai metode yang kompatibel dengan kebiasaan mereka yang sudah ada, maka niat mereka untuk mengadopsi dan mempertahankan penggunaan QRIS akan lebih tinggi. Sebaliknya, jika QRIS memperkenalkan perubahan yang signifikan dari kebiasaan yang sudah ada, ini dapat menurunkan *behavior intention* pengguna untuk mengadopsinya

Habit dapat mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kenyamanan dalam penggunaan QRIS. Ketika QRIS menjadi bagian dari rutinitas sehari-hari pengguna, mereka cenderung mengembangkan preferensi yang lebih kuat untuk menggunakan teknologi ini, karena merasa lebih familiar dan nyaman dengan sistem yang ada. Sebagai hasilnya, niat mereka untuk terus menggunakan QRIS akan meningkat jika kebiasaan tersebut mendukung adopsi teknologi ini (Lim dkk, 2020).

Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan QRIS untuk mempertimbangkan bagaimana sistem mereka dapat diintegrasikan dengan kebiasaan pembayaran yang ada di masyarakat. Dengan menyesuaikan fitur QRIS untuk mendukung kebiasaan pengguna yang sudah ada, penyedia dapat mempermudah transisi dan meningkatkan adopsi (Venkatesh dkk, 2012). Selanjutnya, penyedia bisa menyertakan fitur-fitur yang familiar dalam QRIS atau yang mirip dengan metode pembayaran yang sudah dikenal dapat membantu mengurangi hambatan adopsi. Memastikan bahwa QRIS mudah diintegrasikan dengan kebiasaan yang sudah ada dapat meningkatkan *behavior intention* pengguna untuk mengadopsi dan terus menggunakan teknologi ini.

Pengaruh *trust* terhadap *behavior intention* untuk menggunakan QRIS

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki hubungan tidak signifikan terhadap *behavior intention* dengan nilai p-value $0.254 > 0.05$. Beberapa penelitian telah menyoroti bahwa meskipun kepercayaan sering dianggap sebagai variabel penting dalam adopsi teknologi, dalam beberapa kasus, pengaruhnya terhadap *behavior intention* bisa tidak signifikan. Dalam beberapa penelitian, terutama yang dilakukan di lingkungan di mana teknologi sudah diterima secara luas, kepercayaan mungkin tidak lagi menjadi faktor penentu utama dalam niat seseorang untuk menggunakan teknologi. Misalnya, dalam studi yang dilakukan oleh Gefen dkk, (2003), ditemukan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavior intention* dalam tahap awal adopsi teknologi. Namun, setelah teknologi tersebut menjadi lebih umum digunakan dan diterima oleh masyarakat, faktor-faktor lain seperti kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, dan norma sosial dapat lebih berpengaruh terhadap niat perilaku. Penelitian yang dilakukan Maharani dan Sudnari (2024) juga menjelaskan bahwa *trust* tidak memiliki pengaruh terhadap *behavior intention* aplikasi BRI Mobile.

Selanjutnya, Dalam konteks teknologi yang telah banyak digunakan, seperti QRIS, kepercayaan terhadap sistem tersebut mungkin sudah mapan dan stabil di kalangan pengguna. Ketika kepercayaan sudah terbentuk dengan baik, pengguna mungkin tidak lagi memikirkannya sebagai faktor utama dalam pengambilan keputusan mereka. Hal ini didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa dalam kondisi di mana kepercayaan

sudah tinggi, variasi dalam kepercayaan tidak lagi berdampak signifikan pada *behavior intention* (Gefen dkk, 2003). Dalam situasi ini, faktor-faktor lain seperti pengalaman pengguna atau persepsi tentang manfaat ekonomi dari penggunaan QRIS mungkin lebih berpengaruh. Faktor kontekstual juga memainkan peran penting dalam menentukan apakah kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat perilaku. Dalam lingkungan yang sangat regulatif seperti di Indonesia, di mana pemerintah dan otoritas keuangan memiliki peran besar dalam memastikan keamanan sistem pembayaran digital, kepercayaan mungkin bukan lagi masalah besar bagi pengguna. Mereka mungkin lebih percaya pada otoritas yang mengatur daripada pada sistem itu sendiri. Dengan demikian, *behavior intention* lebih dipengaruhi oleh persepsi lain seperti ketersediaan atau kemudahan penggunaan daripada oleh kepercayaan terhadap sistem tersebut.

Pengaruh *perceived risk* terhadap *behavior intention* untuk menggunakan QRIS

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived risk* memiliki pengaruh negative dan signifikan terhadap *behavior intention* dengan nilai p-value $0.004 < 0.05$ dan original sample -0.201 . Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa *Perceived risk* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *behavior intention* pengguna dalam konteks adopsi teknologi baru. Menurut penelitian oleh Featherman dan Pavlou (2003), persepsi risiko yang lebih tinggi dapat mengurangi niat seseorang untuk menggunakan teknologi karena adanya ketakutan akan potensi kerugian atau kerusakan yang bisa terjadi. Hal ini berlaku dalam konteks QRIS, di mana pengguna mungkin merasa khawatir tentang keamanan transaksi, potensi pencurian data pribadi, atau kegagalan sistem yang bisa mengakibatkan kerugian finansial.

Dalam model UTAUT2 yang dimodifikasi untuk konteks QRIS, *Perceived risk* dapat dianggap sebagai faktor penghambat (inhibitor) yang secara langsung mengurangi niat perilaku. Pengguna yang merasa bahwa menggunakan QRIS terlalu berisiko mungkin lebih cenderung untuk menghindari penggunaan teknologi ini, meskipun mereka menyadari manfaat potensialnya. Hal ini dapat terjadi terutama jika mereka pernah mengalami masalah dengan teknologi pembayaran digital sebelumnya atau jika mereka memiliki tingkat kepercayaan yang rendah terhadap penyedia layanan. *Perceived risk* memiliki hubungan negatif dan berpengaruh terhadap *behavior intention* dalam penggunaan QRIS di masyarakat Jabodetabek. Ketika individu merasa bahwa ada risiko yang signifikan terkait dengan penggunaan QRIS, mereka cenderung enggan untuk mengadopsi teknologi tersebut. Oleh karena itu, untuk meningkatkan adopsi QRIS, perlu adanya upaya untuk mengurangi persepsi risiko melalui peningkatan keamanan, transparansi, dan edukasi pengguna.

Pengaruh *perceived security* terhadap *behavior intention* untuk menggunakan QRIS

Penelitian ini menemukan bahwa persepsi keamanan berhubungan positif tapi tidak signifikan dengan nilai p-value $0.997 > 0.05$. Dalam berbagai penelitian, *perceived security* diakui sebagai faktor penting yang mempengaruhi keputusan individu untuk menggunakan teknologi baru, terutama yang terkait dengan transaksi finansial. Studi oleh Featherman dan Pavlou (2003) menyatakan bahwa persepsi risiko keamanan sering kali menjadi penghalang utama dalam adopsi layanan e-commerce. Namun, ada kondisi tertentu di mana *perceived security* mungkin tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavior intention*, terutama ketika pengguna sudah memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap layanan atau teknologi yang digunakan.

Namun, dalam penelitian ini, meskipun *perceived security* menunjukkan hubungan positif dengan *behavior intention*, hasilnya tidak signifikan secara statistik. Ini berarti bahwa meskipun pengguna mungkin merasa bahwa QRIS aman, perasaan ini tidak cukup kuat untuk secara nyata meningkatkan keinginan mereka untuk menggunakan QRIS. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti tingkat kepercayaan. Pengguna mungkin sudah memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap penyedia layanan pembayaran digital seperti QRIS. Kepercayaan ini dapat mengurangi kekhawatiran mereka terhadap masalah keamanan, sehingga *perceived security* tidak lagi menjadi faktor penentu utama dalam niat mereka untuk menggunakan QRIS. Hal ini juga dijelaskan oleh penelitian Kim dkk, (2008) yang menemukan bahwa meskipun keamanan dianggap penting oleh pengguna, faktor-faktor lain seperti kemudahan akses, kenyamanan, dan manfaat langsung dari penggunaan teknologi lebih dominan dalam mempengaruhi niat perilaku. Maka dari itu, meskipun *perceived security* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *behavior intention* dalam penggunaan QRIS di masyarakat Jabodetabek. Ini menunjukkan bahwa meskipun pengguna merasa QRIS aman, faktor-faktor lain mungkin lebih mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan teknologi ini. Untuk meningkatkan adopsi QRIS, perlu dilakukan pendekatan yang holistik yang tidak hanya berfokus pada aspek keamanan tetapi juga pada kenyamanan, kemudahan penggunaan, dan manfaat yang dirasakan oleh pengguna.

KESIMPULAN

Penelitian tentang tingkat penerimaan QRIS di Jabodetabek dengan modifikasi UTAUT 2 menghasilkan beberapa kesimpulan penting. Pertama, *performance expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan QRIS, menunjukkan bahwa semakin tinggi harapan pengguna terhadap manfaat QRIS, semakin besar niat mereka untuk menggunakannya. Sebaliknya, *effort expectancy* dan *trust* tidak signifikan dalam mempengaruhi niat penggunaan, menandakan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan QRIS tidak menjadi faktor penentu dalam adopsi teknologi ini. *Social influence* dan *facilitating condition* berhubungan negatif dan signifikan dengan niat penggunaan, *hedonic motivation* dan *perceived security* tidak signifikan mempengaruhi niat penggunaan QRIS. *Price value* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, dengan nilai harga yang dirasakan mendorong niat penggunaan. *Habit* memiliki pengaruh positif dan signifikan, menunjukkan bahwa kebiasaan menggunakan QRIS meningkatkan niat pengguna untuk terus menggunakan. Terakhir, *perceived risk* berhubungan negatif dan signifikan, dimana risiko yang dirasakan menurunkan niat penggunaan QRIS.

Berdasarkan kesimpulan ini, beberapa saran dapat diberikan untuk praktisi. Pertama, penting untuk menekankan *performance expectancy* dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan niat adopsi QRIS. Selanjutnya, memanfaatkan *social influence* melalui kolaborasi dengan influencer dan kampanye word-of-mouth dapat meningkatkan adopsi. Meskipun *effort expectancy* tidak berpengaruh signifikan, menyederhanakan proses QRIS tetap penting untuk pengalaman pengguna yang lebih baik. Mengatasi *perceived risk* dengan memberikan edukasi tentang keamanan dan menyediakan layanan pelanggan yang responsif akan membantu mengurangi kekhawatiran pengguna. Terakhir, meskipun *facilitating conditions* memiliki hubungan negatif, memastikan dukungan teknologi yang memadai dan aksesibilitas konsisten tetap krusial untuk mendukung adopsi QRIS.

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with *trust*. *International Journal of Information Management*, 99–110.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach for Structural Equation Modeling. In *Modern Methods for Business Research* (pp. 295-336). Lawrence Erlbaum Associates.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Davis, Richard P. Bagozzi, Paul R. Warshaw, (1989) User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science* 35(8):982-1003.
- Farzin, M., Sadeghi, M., Yahyayi Kharkeshi, F., Ruholahpur, H. and Fattahi, M. (2021), "Extending UTAUT2 in M-banking adoption and actual use behavior: Does WOM communication matter?", *Asian Journal of Economics and Banking*, Vol. 5 No. 2, pp. 136-157. <https://doi.org/10.1108/AJEB-10-2020-0085>
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: a *perceived risk* facets perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451-474.
- Flavián, C., & Guinalíu, M. (2006). Consumer *trust*, *perceived security* and privacy policy: Three basic elements of loyalty to a web site. *Industrial Management & Data Systems*, 106(5), 601-620
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Inexperience and generalizations about technology: An empirical examination of the role of *trust* in technology acceptance. *Journal of Strategic Information Systems*, 12(1), 27-51.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). *Trust* and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51-90.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications.
- Hair, J.F. dkk, (2019) When to use and how to report the results of PLS-SEM, *European Business Review*, 31(1), pp. 2–24. doi:10.1108/EBR-11-2018-0203.
- Khan, M. A., & Sadiq, M. (2018). The Impact of *Hedonic motivation* on Behavioral Intention to Use Mobile Payment: An Empirical Study. *Journal of Internet Commerce*, 17(2), 163-183.
- Kim, B., & Park, MJ (2018). Pengaruh faktor pribadi dalam penggunaan TIK terhadap adopsi e-learning: Perbandingan antara peserta didik dan instruktur di negara-negara berkembang. *Teknologi Informasi untuk Pembangunan*, 24 (4), 706–732.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A *trust*-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of *trust*, *perceived risk*, and *perceived security*. *Information Systems Research*, 19(1), 42-70.
- Limantara, N., Jingga, F., & Surja, S. (2018). Factors Influencing Mobile Payment Adoption in Indonesia. *International Conference on Information Management and Technology*, 373-377.
- Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. (2007). How *habit* limits the predictive power of intention: The case of information systems continuance. *MIS Quarterly*, 31(4), 705-737.
- Nuari, E. S., Nurkhin, A., & Kardoyo, K. (2019). Analisis Determinan Pemanfaatan Edmodo Dengan Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of

- Technology (Utaut). Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia, 17(1), 57–73. <https://doi.org/10.21831/jpai.v17i1.26337>
- Pan, M., & Gao, W. (2021). Determinants of the behavioral intention to use a mobile nursing application by nurses in China. BMC health services research, 21(1), 228. <https://doi.org/10.1186/s12913-021-06244-3>
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating *trust* and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101-134.
- Petersen, J. A., & Kumar, V. (2015). *Perceived risk*, product returns, and optimal resource allocation: Evidence from a field experiment. *Journal of Marketing Research*, 52(2), 268-285. <https://doi.org/10.1509/jmr.14.0174>
- Rader, N. E., May, D. C., & Goodrum, S. (2007). An empirical assessment of the "threat of victimization:" Considering fear of crime, *perceived risk*, avoidance, and defensive behaviors. *Sociological Spectrum*, 27(5), 475–505. <https://doi.org/10.1080/02732170701434591>
- Shin, D.H. (2010) The Effects of *Trust*, Security and Privacy in Social Networking: A Security-Based Approach to Understand the Pattern of Adoption. *Interacting with Computers*, 22, 428-438. <https://doi.org/10.1016/j.intcom.2010.05.001>
- Slade, E. L., Dwivedi, Y. K., Piercy, N. C., & Williams, M. D. (2015). Modeling Consumers' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the United Kingdom: Extending UTAUT with Innovativeness, Risk, and *Trust*. *Psychology and Marketing*, 32(8), 860-873. <https://doi.org/10.1002/mar.20823>
- Sudirman, A., Butarbutar, N., & Lie, D. (2022). Analysis of the effect of *performance expectancy*, *effort expectancy*, and lifestyle compatibility on behavioral intention QRIS in Indonesia. *International Journal of Scientific Research and Management*, 10(11), 4203-4211.
- 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.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178.
- Wibowo, A. H., Mursityo, Y. T., & Herlambang, A. D. (2019). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy dan Social Influence terhadap Behavioral Intention dalam Implementasi Aplikasi SIMPG PT Perkebunan Nusantara XI Surabaya. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(9), 9047–9053. Diambil dari <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/6338>
- Widyanto, H. A., Kusumawardani, K. A., & Septyawanda, A. (2020). Encouraging Behavioral Intention to use Mobile Payment: an extension of UTAUT2. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 87-97. Yogyakarta: Pandiva Buku