



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 4207-4217

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Peran Kepercayaan dalam Menjembatani Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Menggunakan QRIS

Hendri Rahmayani Asri<sup>1\*</sup>, Ekaning Setyarini<sup>2</sup>, Hantoro Arief Gisijanto<sup>3</sup>, Nenik Diah Hartanti<sup>4</sup>, Siti Faridah<sup>5</sup>  
<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Gunadarma

Email: <sup>1\*</sup>hendrirahmayanasri@gmail.com

### **Abstrak**

*Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran tunai berganti menjadi pembayaran non-tunai atau yang dikenal dengan pembayaran digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan QRIS dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer yang didapat dari penyebaran kuesioner sebanyak 125 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah non probability sampling dengan teknik purposive sampling dengan alat bantu pengujian SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kepercayaan berpengaruh secara langsung terhadap keputusan penggunaan QRIS. Persepsi kemudahan tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepercayaan dan untuk variabel persepsi manfaat berpengaruh secara langsung terhadap kepercayaan. Secara tidak langsung persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan melalui kepercayaan, akan tetapi persepsi manfaat berpengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan penggunaan melalui kepercayaan.*

**Kata kunci** : kepercayaan, keputusan penggunaan, persepsi kemudahan, persepsi manfaat

### **1. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi dalam sistem pembayaran telah mengubah fungsi mata uang menjadi lebih bersifat non-tunai atau *digital*. Mata uang *digital* dapat menggantikan uang tunai sebagai metode pembayaran. Pada 14 Agustus 2014 Bank Indonesia (BI) meluncurkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dengan tujuan untuk menciptakan sistem pembayaran yang efisien, lancar, dan aman yang pada akhirnya dapat mendukung sistem keuangan nasional agar beroperasi dengan lebih efektif dan efisien. QRIS menjadi simbol sukses transformasi digital di sektor pembayaran, yang didorong oleh kemajuan infrastruktur teknologi dan kesiapan masyarakat dalam mengadopsi inovasi.

Berdasarkan temuan dari Consumer Payment Attitudes Study (CPAS), terjadi perubahan dalam preferensi masyarakat terhadap sistem transaksi non-tunai di Indonesia. Studi ini mengungkapkan bahwa sebanyak dua dari tiga orang Indonesia (67%) mulai bersiap untuk tidak lagi menggunakan uang tunai. Di antara kelompok tersebut, Generasi Z menjadi yang paling dominan, dengan 78 persen berencana meninggalkan uang tunai sebagai metode transaksi utama sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa Gen Z memainkan peran penting dalam mendorong adopsi QRIS di Indonesia. Dengan karakteristik mereka yang terbuka terhadap teknologi dan gaya hidup digital, Gen Z menjadi pendorong dalam transformasi sistem pembayaran menuju ekonomi digital yang inklusif dan efisien.

Adopsi QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) di Indonesia yang semakin tinggi menunjukkan keberhasilan dalam digitalisasi sistem pembayaran nasional. Pada tahun 2024, transaksi QRIS tumbuh 226,54% year-on-year, dengan jumlah pengguna mencapai 50,50 juta dan *merchant* sebanyak 32,71 juta. QRIS juga telah memperluas jangkauannya ke transaksi lintas negara, memungkinkan pembayaran di Thailand, Malaysia, dan Singapura.

Perkembangan signifikan adopsi QRIS tidak terlepas dari tingginya penetrasi *smartphone* dan akses internet membuat masyarakat mudah menggunakan aplikasi keuangan. Dan juga adanya dukungan dari Bank Indonesia yang secara aktif mendorong penggunaan QRIS melalui kebijakan, sosialisasi, dan pelatihan. Adopsi QRIS yang berkembang dengan pesat di Indonesia dapat dijelaskan dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). Teori ini menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan (tentang keunggulan sistem dan penggunaan sederhana), perilaku dan tujuan penggunaan aktual pengguna dari suatu sistem (Marchelina & Pratiwi, 2016).

Adopsi QRIS sebagai sarana pembayaran digital disebabkan adanya kemudahan dalam penggunaan QRIS. Persepsi kemudahan merupakan pandangan atau keyakinan seseorang bahwa QRIS mudah untuk dipelajari, mudah digunakan, dan mudah dioperasikan dalam melakukan transaksi pembayaran. Persepsi kemudahan menjadi salah satu faktor yang membuat pengguna tertarik dan nyaman menggunakan QRIS. Jika pengguna merasa QRIS mudah digunakan, maka kemungkinan besar mereka akan mengadopsinya secara berkelanjutan. Hasil penelitian (Ramadhan, et.,al,2024) menyatakan bahwa persepsi kemudahan menjadi faktor pendorong penggunaan QRIS. Demikian juga dengan (Laora, Hidayati & Asnawati,2021); (Kurnianingsih & Maharani,2020); (Rismalia & Sugiyanto, 2022); (Rosana & Julia,2023); yang menyatakan bahwa keputusan dalam menggunakan QRIS dipengaruhi oleh adanya kemudahan dalam penggunaannya.

Faktor kedua dalam TAM yang mendorong penggunaan QRIS adalah persepsi manfaat. Seberapa besar pengguna merasa bahwa QRIS memberikan keuntungan nyata dalam kehidupan mereka, terutama saat melakukan transaksi keuangan. Jika pengguna merasa QRIS bermanfaat, maka mereka akan lebih cenderung untuk menggunakannya. (Tenggingo & Mauritsius,2022);(Rismalia & Sugiyanto,2022) ; (Pratama & Suputra,2019); (Najib & Fatma,2022) dan (Wardhani, Arkeman & Ermawati,2023) menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS.

Dalam konteks penggunaan *financial technology*, kepercayaan menjadi faktor yang sangat penting dalam memengaruhi keputusan pengguna. Begitu juga pada QRIS yang merupakan teknologi berbasis kode QR tentunya membutuhkan proses digitalisasi data dan transaksi keuangan. Proses ini yang secara langsung menyentuh aspek keamanan dan kerahasiaan informasi pribadi pengguna. Meskipun suatu sistem telah dirancang dengan tampilan yang sederhana dan mudah digunakan, tanpa adanya rasa percaya, pengguna akan tetap merasa ragu untuk menggunakannya. Hal ini menjadi alasan mengapa kepercayaan menjadi dasar bagi pengguna untuk meyakini bahwa QRIS dapat berfungsi dengan andal, aman, dan tidak menimbulkan risiko finansial. Menurut (Gefen, Karahanna & Straub.,2003); (Susanto, Chang & Ha.,2020); (Luo, Zhang & Shim.,2010) kepercayaan memiliki peran penting dalam menjembatani persepsi awal pengguna terhadap suatu teknologi dengan keputusan pengguna untuk mengadopsinya. Kepercayaan tidak hanya memperkuat persepsi positif pengguna, tetapi dapat menjadi faktor kunci dalam membentuk perilaku penggunaan secara konsisten. Oleh karena itu, penyedia layanan QRIS harus membangun dan memelihara kepercayaan pengguna terhadap QRIS untuk meningkatkan tingkat adopsi teknologi tersebut di masyarakat.

Demikian juga dengan persepsi manfaat dari penggunaan QRIS. Manfaat yang dirasakan tidak serta merta langsung mendorong pengguna untuk mengambil keputusan menggunakan QRIS, terutama jika belum ada keyakinan bahwa sistem tersebut aman dan dapat dipercaya. Pengguna tahu bahwa QRIS dapat mempercepat transaksi. Namun jika pengguna masih ragu atau tidak percaya bahwa sistemnya aman, atau merasa khawatir uangnya bisa hilang saat proses pindai, maka pengguna tetap tidak akan menggunakan QRIS. Tapi jika pengguna percaya pada keamanan sistem, maka persepsi manfaat akan mendorongnya untuk benar-benar mengambil keputusan menggunakan QRIS. Kepercayaan menjadi variabel intervening karena mampu menghubungkan persepsi manfaat dengan keyakinan pengguna untuk bertindak. Tanpa kepercayaan, manfaat sebesar apapun tidak akan menghasilkan keputusan penggunaan yang kuat dan konsisten. (Gefen, Karahanna & Straub,2003) menyatakan bahwa kepercayaan penting untuk menjembatani manfaat teknologi dengan keputusan pengguna. (Susanto, Chang & Ha.,2020) menunjukkan bahwa kepercayaan berperan penting dalam penggunaan dompet digital di Indonesia.

Ketika seseorang merasa bahwa suatu sistem mudah digunakan, tidak rumit, tidak menyita waktu, dan tidak membutuhkan usaha besar untuk dipelajari maupun digunakan maka ia cenderung tidak merasa terbebani secara kognitif maupun teknis, sehingga dorongan untuk mencobanya dan mengambil keputusan menggunakannya menjadi lebih kuat. Dalam *Technology Acceptance Model (TAM)*, Davis (1989), dijelaskan bahwa semakin tinggi persepsi seseorang terhadap kemudahan penggunaan, maka semakin besar peluang untuk memutuskan menggunakan teknologi tersebut. Dalam QRIS, jika pengguna merasa bahwa proses pembayaran QRIS cukup mudah hanya dengan memindai kode QR tanpa harus membawa uang tunai, kartu, atau menghafal PIN, maka keputusan untuk menggunakannya menjadi lebih cepat dan lebih positif. Oleh karena itu, kemudahan mendorong rasa nyaman, mengurangi hambatan psikologis dan teknis, dan menjadi salah satu faktor penentu dalam keputusan penggunaan QRIS.

Empat indikator persepsi kemudahan menurut (Elsa & Bulan,2019), yaitu sebagai berikut: Mudah dioperasikan, sistem yang mudah untuk dioperasikan. Mudah dipahami dan dipelajari, sistem dapat dengan jelas dimengerti dan dipelajari. Mempermudah pekerjaan dan sesuai kebutuhan, persepsi kemudahan dapat mempermudah pekerjaan dan sesuai dengan yang dibutuhkan. Mudah dijangkau, sistem yang mudah untuk dijangkau.

Berdasarkan uraian di atas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan QRIS

Saat ada pengenalan sistem baru dalam layanan, konsumen akan melihat manfaatnya dahulu, membandingkannya dengan layanan sebelumnya dan mempertimbangkan pemakaian teknologi baru (Pousttchii

& Wiedemann 2011). Jika pengguna mempunyai persepsi yang baik tentang manfaat yang ditawarkan oleh QRIS, maka pengguna lebih cenderung untuk memutuskan menggunakan sistem tersebut.

Menurut Ahmad & Pambudi (2014) terdapat indikator empat indikator persepsi manfaat, yaitu sebagai berikut: Meningkatkan produktivitas (*increase productivity*), yaitu penggunaan teknologi dapat meningkatkan produktivitas penggunaannya. Meningkatkan kinerja (*improve job performance*), yaitu penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja penggunaannya. Meningkatkan efektivitas (*effectiveness*), yaitu suatu teknologi sangat efektif untuk digunakan. Menghemat waktu, yaitu penggunaan teknologi dapat menghemat waktu yang digunakan.

Berdasarkan uraian di atas maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H2: Persepsi manfaat berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan QRIS

Kepercayaan adalah salah satu hal yang dipertimbangkan seseorang sebelum menggunakan sebuah layanan digital, jika pengguna memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi mereka lebih cenderung untuk memutuskan menggunakan sistem tersebut. Kepercayaan yang kuat dapat mengurangi kekhawatiran tentang resiko yang mungkin terkait dengan transaksi digital. Pada penelitian Mayer, Davis & Shoorman (1995) terdapat tiga indikator kepercayaan, yaitu sebagai berikut: Integritas (*Integrity*), berhubungan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penyedia layanan dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada pengguna apakah sesuai fakta atau tidak. Kebaikan (*Benevolence*) adalah kemauan penyedia layanan dalam memberikan kepuasan yang dapat saling menguntungkan antara dirinya dengan pengguna. Profit yang diperoleh penyedia layanan dapat dimaksimalkan, tetapi kepuasan pengguna juga tinggi. Kemampuan (*Ability*), mengacu pada kompetensi dan karakteristik penyedia layanan dalam memengaruhi wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, bagaimana penyedia layanan dapat menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Dapat diartikan bahwa pengguna memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penyedia layanan dalam melakukan transaksi.

Berdasarkan uraian di atas maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: Persepsi Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan QRIS

Ketika pengguna merasa bahwa suatu sistem atau layanan mudah digunakan, mereka cenderung merasa lebih nyaman dan percaya untuk menggunakannya. Kemudahan dalam penggunaan dapat mengurangi kekhawatiran tentang kesalahan atau masalah yang mungkin terjadi saat bertransaksi. Pengalaman positif dalam menggunakan sistem yang mudah dapat meningkatkan keyakinan mereka terhadap keandalan dan keamanan pada sistem atau layanan tersebut. Dengan merasakan manfaat dari penggunaan QRIS maka pengguna akan menggunakan QRIS.

Berdasarkan uraian di atas maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H4: Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Kepercayaan

Dalam konteks penggunaan QRIS manfaat memainkan peran krusial dalam menumbuhkan kepercayaan pengguna dalam mengadopsi teknologi ini. Saat individu merasakan keuntungan nyata dari penggunaan QRIS seperti kemudahan dalam melakukan transaksi, penghematan waktu, dan fleksibilitas tanpa uang tunai, maka pengguna cenderung mempercayai bahwa QRIS aman dan dapat diandalkan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin positif pula persepsi pengguna terhadap QRIS, yang pada akhirnya memperkuat kepercayaan terhadap QRIS. Kepercayaan ini terbentuk karena pengguna menganggap bahwa suatu sistem yang memberikan manfaat besar biasanya dikembangkan secara profesional dan memprioritaskan kenyamanan serta kebutuhan pengguna. Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi terhadap manfaat sering kali menjadi pemicu awal terbentuknya kepercayaan dan sikap penerimaan terhadap teknologi baru. Dengan demikian, peningkatan persepsi manfaat terhadap QRIS akan berkontribusi langsung pada tumbuhnya kepercayaan dalam penggunaan sistem pembayaran digital tersebut.

Berdasarkan uraian di atas maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H5: Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap Kepercayaan

Menurut Gefen, Karahanna & Straub (2003) menyatakan bahwa dalam pengembangan TAM pada sistem berbasis internet, diperlukan adanya *trust* sebagai salah satu faktor penting untuk membentuk niat menggunakan teknologi, terutama dalam lingkungan yang berisiko atau tidak sepenuhnya dikendalikan oleh pengguna dan melibatkan transaksi atau data sensitif seperti layanan keuangan digital.

Menurut Zhou (2011) menyatakan bahwa *trust* memediasi hubungan antara persepsi kemudahan dan niat menggunakan layanan tersebut. Artinya, meskipun pengguna merasa teknologi seperti QRIS itu mudah, mereka tetap perlu percaya bahwa sistem tersebut aman, dapat diandalkan, dan tidak akan merugikan mereka.

Berdasarkan uraian di atas maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H6: Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan QRIS melalui Kepercayaan

Penggunaan QRIS menawarkan berbagai manfaat seperti kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam bertransaksi. Namun manfaat tersebut tidak secara langsung akan mendorong pengguna untuk menggunakan

QRIS tanpa adanya kepercayaan. Hal ini terjadi karena penggunaan teknologi digital seperti QRIS memiliki risiko, terkait keamanan data, kemungkinan kegagalan transaksi, maupun kekhawatiran akan kerugian finansial. Oleh karena itu kepercayaan berperan sebagai pengaman psikologis yang membantu mengurangi ketidakpastian dan keragu ragaan pengguna. Tanpa adanya kepercayaan, pengguna cenderung enggan menggunakan pembayaran digital, walaupun sudah mengetahui manfaatnya. Sebaliknya, ketika kepercayaan mulai tumbuh misalnya melalui pengalaman positif mereka akan lebih terbuka untuk mencoba, sehingga manfaat QRIS pun benar-benar dirasakan. Oleh karena itu, kepercayaan menjadi jembatan penting antara persepsi manfaat dan keputusan penggunaan QRIS secara nyata. Zhou (2011) menemukan bahwa *trust* memediasi antara *perceived usefulness* dan *continuance intention*, artinya orang yang melihat manfaat belum tentu mau menggunakan teknologi jika mereka tidak mempercayainya..

Berdasarkan uraian di atas maka diajukan hipotesis sebagai berikut :

H7: Persepsi manfaat berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan QRIS melalui kepercayaan

## 2. Metode Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif; yaitu pendekatan metodologi penelitian yang mengeksplorasi data numerik dan memperoleh data dalam bentuk angka atau kuantitatif. Peneliti dapat memperoleh analisis statistik dari data dengan menggunakan teknik kuantitatif (Coghlan & Brydon-Miller, 2014). Tujuan dari metode kuantitatif dalam penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data guna menguji hubungan antar variabel yang diteliti. Penelitian ini bertujuan mengumpulkan data dari pengguna QRIS yang berdomisili di wilayah Jabodetabek sebagai sumber informasi. Responden Generasi Z dalam penelitian ini adalah individu yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010 dan dikategorikan sebagai Generasi Z (Lev, 2021). Jumlah target responden adalah 125 orang sebagaimana disarankan dalam Hair. *et.al* (2021). Untuk mengolah dan menganalisis hasil survei digunakan teknik PLS-SEM. Teknik analisis data yang disebut PLS-SEM ini dapat mengevaluasi hubungan antar variabel guna memberikan solusi atas permasalahan dan pertanyaan penelitian. Teknik ini memberikan solusi serta menganalisis bagaimana variabel laten dan variabel terukur saling berinteraksi.

## 3. Hasil dan Diskusi

Penelitian ini menggunakan pemodelan persamaan struktural berbasis varians (PLS-SEM) untuk menguji hubungan antar variabel penelitian . PLS-SEM dapat digunakan untuk model yang kompleks, ukuran sampel yang kecil, distribusi data yang tidak normal, pengukuran formatif, serta penelitian yang bersifat prediktif dan eksploratif. Untuk mengetahui nilai outer loading dan outer weight, tingkat signifikansi setiap item, serta signifikansi koefisien jalur, digunakan algoritma PLS Teknik bootstrapping dilakukan pada saat dilakukan uji hipotesis (Ali, Rasoolimanesh, Sarstedt, Ringle, & Ryu, 2018).

Reliabilitas dan validitas dari model pengukuran diukur terlebih dahulu sebelum menguji model structural ( Fornell dan Larcker, 1981). Faktor loading atau korelasi indikator dengan variabel laten masing-masing menunjukkan reliabilitas individual. Koefisien Cronbach's  $\alpha$  digunakan sebagai indeks reliabilitas variabel laten yang menunjukkan seberapa akurat variabel-variabel teramati mengukur variabel laten yang sama (Cronbach  $\alpha > 0,7$  diterima). Selain itu, reliabilitas komposit dihitung untuk mengukur unidimensionalitas. Validitas konvergen dari variabel diuji dengan mengevaluasi nilai average variance extracted (AVE  $> 0,5$  diterima). Tabel 1 menunjukkan koefisien Cronbach's  $\alpha$ , reliabilitas komposit, dan AVE. Akar kuadrat dari AVE untuk setiap variabel laten yang lebih besar daripada korelasi dengan variabel laten lainnya menunjukkan validitas diskriminan.

**Tabel 1. Hasil Analisis Cronbach's  $\alpha$ , reliabilitas komposit, dan AVE.**

	Loading Factors	Cronbach's alpha	Composite reliability	Average Variant Extracted
Persepsi Kemudahan		0,919	0,938	0,717
PK1	0.826			
PK2	0.942			
PK3	0.900			
PK4	0.917			
PK5	0.751			
PK6	0.718			
Persepsi Manfaat		0,914	0,993	0,701

PM1	0.820		
PM2	0.920		
PM3	0.780		
PM4	0.777		
PM5	0.880		
PM6	0.838		
Kepercayaan	0,841	0,883	0,557
KP1	0.740		
KP2	0.761		
KP3	0.770		
KP4	0.731		
KP5	0.752		
KP6	0.721		
Keputusan Penggunaan	0,899	0,923	0,666
K1	0.910		
K2	0.784		
K3	0.843		
K4	0.745		
K5	0.839		
K6	0.765		

### Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Koefisien determinan (*R Square*) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen. Kriteria nilai  $R^2$  terdiri dari substansial/kuat, moderat, dan lemah dengan masing-masing nilainya adalah 0.75, 0.50, dan 0.25 (Hair *et al.*, 2022). Nilai output *R square* disajikan pada Tabel 2.

**Tabel 2. *R Square***

Variabel	R-square	Keterangan
Kepercayaan	0.566	Moderat
Keputusan Penggunaan	0.753	Kuat

nilai *R square* menunjukkan bahwa besarnya variabel kepercayaan adalah sebesar 0,566 atau 56,6%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan dan persepsi manfaat mampu menjelaskan variabel kepercayaan sebesar 56,6% dan sisanya 43,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Nilai *R square* variabel keputusan penggunaan sebesar 0,753 atau 75,3%. Hal ini menjelaskan bahwa variabel persepsi kemudahan dan persepsi manfaat mampu menjelaskan variabel keputusan penggunaan sebesar 75,3% dan sisanya 24,7% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang diluar penelitian ini.

Model keseluruhan dan model pengukuran keduanya divalidasi menggunakan *Goodness of Fit*. Dalam penelitian ini, akan mempertimbangkan nilai SRMR (*Standardizer Root of Fit*). Nilai nol pada SRMR menunjukan kecocokan yang sempurna. Namun, nilai SRMR di antara 0.05 – 0.10 model fit tetap dapat diterima (Schermelleh-Engel & Moosbrugger, 2003). Hasil uji kecocokan model pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3. *Goodness of Fit***

GoF	Nilai	Keterangan
SRMR	0.078	<i>Acceptable</i>

Nilai SRMR sebesar 0.078. Hal ini menunjukkan bahwa data empiris dapat menjelaskan pengaruh antara variabel dalam model. Data empiris juga mampu menjelaskan model struktural dan model pengukuran dengan tingkat kecocokan yang dapat diterima karena nilainya berada di antara 0.05 – 0.10.

### Uji Hipotesis

*Path coefficient* digunakan untuk menguji kekuatan efek atau pengaruh hubungan langsung dan hubungan tidak langsung antar variabel yang dilakukan melalui prosedur *bootstrapping*. Nilai *path coefficient* dinyatakan berpengaruh apabila menunjukkan nilai hasil dari *T-Statistic* > *T-Tabel* (1,96) atau nilai *P-Value* < 0,05.

Hasil analisis Path Coefficient dan signifikansi sebagai berikut:

**Tabel 4. Hasil Path Coefficient Pengaruh Langsung**

Variabel	<i>Original sample</i>	<i>T-statistics</i>	<i>P values</i>	Keterangan
Persepsi Kemudahan Keputusan Penggunaan ->	0.391	3.707	0.000	Berpengaruh
Persepsi Kemudahan Kepercayaan ->	0.057	0.568	0.570	Tidak Berpengaruh
Persepsi Manfaat -> Keputusan Penggunaan	0.259	2.113	0.035	Berpengaruh
Persepsi Manfaat Kepercayaan ->	0.706	8.249	0.000	Berpengaruh
Kepercayaan -> Keputusan Penggunaan	0.312	2.858	0.004	Berpengaruh

Pengaruh langsung dalam variabel penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

#### **Pengaruh Persepsi Kemudahan Secara Langsung Terhadap Keputusan Penggunaan**

Berdasarkan hasil *path coefficient* pada Tabel 4, nilai pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan dengan nilai *T-Statistic* 3,707 > 1,96 pada tingkat signifikan alpha 0.05 dan *P-Value* sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh secara langsung terhadap keputusan penggunaan.

Masyarakat pengguna QRIS mempertimbangkan kemudahan penggunaan dalam keputusan pengguna QRIS, jika QRIS mudah untuk dipahami, mudah untuk dipelajari dan digunakan, mempermudah transaksi pembayaran yang dilakukan, sehingga memahami cara kerja QRIS dalam transaksi pembayaran maka keputusan penggunaan pun meningkat. Kemudahan dengan rata-rata jawaban sebesar 4.41 yang berarti sangat setuju, artinya pengguna QRIS mendapatkan kemudahan saat menggunakan aplikasi QRIS.

Nilai koefisien jalur sebesar 0.391 menunjukkan arah hubungan positif antara variabel persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan. Semakin mudah teknologi maka semakin yakin bahwa seseorang akan menggunakan teknologi tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Laora, Hidayati & Asnawati,2021);(Kurnianingsih & Maharani,2020), Rismalia & Sugianto, (2022); (Rosana dan Julia,2023);(Susanti & Putra,2023) tetapi tidak sama dengan hasil penelitian dari (Prasetya & Putra,2020).

#### **Pengaruh Persepsi Manfaat Secara Langsung Terhadap Keputusan Penggunaan**

Berdasarkan hasil *path coefficient* pada nilai pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan dengan nilai *T-Statistic* 2,113 > 1,96 pada tingkat signifikan alpha 0,05 dengan *P-Value* sebesar 0,035 < 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara langsung terhadap keputusan penggunaan. Nilai koefisien jalur sebesar 0.259 menunjukkan arah hubungan positif antara variabel persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan.

Masyarakat sebagai pengguna QRIS mempertimbangkan manfaat dalam keputusan pengguna QRIS, jika dengan menggunakan QRIS dirasa pembayaran dapat dilakukan lebih efektif, dan praktis sehingga pembayaran dapat dilakukan lebih cepat dan tidak membutuhkan waktu yang lama hal tersebut membuat konsumen lebih sering menggunakan QRIS dalam transaksi pembayaran di banding transaksi tunai. Persepsi Manfaat dengan rata-rata jawaban sebesar 4.40 yang berarti sangat setuju, artinya QRIS memberikan banyak manfaat bagi penggunanya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Purnama, Prayogi & Arief,2022; Wibowo, Rosmauli & Suhud,2015; Prasetya & Putra,2020; Rahmayanti & Murtanto,2023; Sudaryanti & Novianto,2022) menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan. Seseorang akan menggunakan teknologi apabila teknologi tersebut dapat memberikan manfaat bagi dirinya. Jika

pengguna merasakan manfaat yang baik dan menguntungkan akan mampu memberikan kontribusi untuk meningkatkan keputusan penggunaan.

### **Pengaruh Kepercayaan Secara Langsung Terhadap Keputusan Penggunaan**

Berdasarkan hasil *path coefficient* pada Tabel 4., nilai pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan dengan nilai *T-Statistic* 2,858 > 1,96 pada tingkat signifikan alpha 0,05 dengan *P-Value* sebesar 0,004 < 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa kepercayaan berpengaruh secara langsung terhadap keputusan penggunaan. Nilai koefisien jalur sebesar 0.312 menunjukkan arah hubungan positif antara variabel kepercayaan terhadap keputusan penggunaan.

Kepercayaan adalah salah satu hal yang dipertimbangkan seseorang sebelum menggunakan sebuah layanan digital, jika layanan tersebut dapat dipercaya maka semakin yakin untuk menggunakan sebuah sistem atau layanan tersebut. Pengguna yang percaya bahwa QRIS menyediakan lingkungan transaksi yang aman dan melindungi data pribadi mereka cenderung lebih bersedia menggunakan sistem tersebut. Rasa aman ini sangat penting dalam mendorong adopsi teknologi pembayaran digital. Jika pengguna merasa QRIS memiliki langkah-langkah perlindungan yang efektif terhadap penipuan atau kesalahan transaksi, mereka akan lebih nyaman menggunakan teknologi ini. Pengguna yang mempercayai bahwa QRIS akan selalu berfungsi dengan baik dan konsisten tanpa gangguan dan adanya dukungan pelanggan yang responsif dan solusi cepat untuk masalah yang mungkin timbul akan membuat keputusan untuk menggunakannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yudiantara & Widagda,2022);(Widhiaswara & Soesanto,2020);(Prayudi, Sukaatmadja & Giantari & Yasa 2020);(Faradila & Soesanto,2016) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Semakin tinggi kepercayaan yang dirasakan maka semakin tinggi pula keputusan penggunaan sebuah teknologi atau aplikasi. Sebaliknya, semakin rendah kepercayaan yang dirasakan pengguna maka semakin rendah keputusan penggunaan.. Namun penelitian tidak sejalan dengan hasil penelitian (Laora, Hidayati & Asnawati,2021)

### **Pengaruh Persepsi Kemudahan Secara Langsung Terhadap Kepercayaan**

Berdasarkan hasil *path coefficient* pada Tabel 4. nilai pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepercayaan dengan nilai *T-Statistic* 0,568 < 1,96 pada tingkat signifikan alpha 0,05 dengan *P-Value* sebesar 0,570 > 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepercayaan.

Pengguna QRIS yang sudah sangat akrab dengan teknologi mungkin tidak terlalu memikirkan kemudahan penggunaan dalam membangun kepercayaan. Pengguna yang terbiasa dengan teknologi kemungkinan sudah memiliki kemampuan dan kepercayaan diri yang tinggi dalam menggunakan berbagai sistem dan aplikasi. Bagi mereka, kemudahan penggunaan mungkin sudah menjadi standar, sehingga mereka lebih memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepercayaan mereka terhadap sistem QRIS. Dengan mayoritas responden penelitian yang tergolong berusia muda yaitu usia 15 sampai 27 tahun adalah generasi muda yang lebih cepat beradaptasi dengan teknologi baru karena mereka tumbuh di era digital di mana teknologi terus berkembang dan menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, memiliki lebih banyak kesempatan untuk mendapatkan pendidikan teknologi, baik melalui sekolah formal maupun pembelajaran mandiri, serta lebih sering terpapar dengan berbagai jenis teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Dan umumnya memiliki keterampilan digital yang lebih baik, seperti kemampuan untuk menggunakan perangkat lunak, aplikasi, dan alat online, yang membuat mereka lebih nyaman dalam mengadopsi teknologi baru seperti QRIS.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Atika dan Syarifah,2023) (Veonita & Rojuaniah, 2022);(Wibowo, Rosmauli & Suhud,2015) yang menunjukkan tidak adanya hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yudiantara & Widagda,2022);(Purnama, Prayogi & Arif,2022);(Robaniyah dan Kurnianingsih,2021) menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan.

### **Pengaruh Persepsi Manfaat Secara Langsung Terhadap Kepercayaan**

Berdasarkan hasil *path coefficient* pada Tabel 4, nilai pengaruh persepsi manfaat terhadap kepercayaan dengan nilai *T-Statistic* 8,249 > 1,96 pada tingkat signifikan alpha 0,05 dengan *P-Value* sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga dapat diartikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara langsung terhadap kepercayaan. Nilai koefisien jalur sebesar 0.706 menunjukkan arah hubungan positif antara variabel persepsi manfaat terhadap kepercayaan.

Jika pengguna merasa bahwa QRIS membantu mereka menyelesaikan transaksi dengan lebih cepat dan efisien dibandingkan metode pembayaran lainnya, mereka akan cenderung mempercayai sistem tersebut. Manfaat nyata dalam hal waktu dan usaha yang dihemat dapat meningkatkan kepercayaan pengguna. QRIS menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi di berbagai tempat tanpa harus membawa uang tunai atau kartu, sehingga

lebih aman terhindar dari adanya uang palsu atau penipuan. Pengguna yang merasa QRIS terus berinovasi dan menawarkan fitur-fitur tambahan yang berguna, seperti integrasi dengan berbagai *platform* pembayaran atau program loyalitas, akan merasa lebih percaya karena manfaat dari fitur-fitur tambahan ini menambah nilai penggunaan QRIS. Mayoritas responden yang berusia muda cenderung mencari solusi yang efisien, nyaman, dan aman. Jika QRIS mampu memenuhi atau melebihi harapan mereka dalam hal manfaat yang diberikan, ini akan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap sistem tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Syahrina & Christina,2023; Purnama, Prayogi & Arief, 2022; Sawitri & Giantari,2020; Nurzanita & Marlana, 2020; Faradila & Soesanto,2016), yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh terhadap kepercayaan. Artinya semakin dirasakan manfaatnya bagi pengguna teknologi tersebut maka semakin besar kepercayaan terhadap penggunaan teknologi tersebut.

### Pengaruh Tidak Langsung

Pengujian data untuk mendapatkan nilai koefisien dan nilai signifikansi *t-statistic* pada pengaruh tidak langsung juga menggunakan pengujian dengan langkah *bootstrapping* pada program *SmartPLS*. Berikut hasil perhitungan *path coefficient* pengaruh tidak langsung menggunakan *SmartPLS* dengan metode *bootstrapping* pada Tabel 5 berikut ini:

**Tabel 5. Hasil *Path Coefficient* dengan Metode PLS Pengaruh Tidak Langsung**

Hubungan Antar Variabel	<i>Original sample</i>	<i>T statistics</i>	<i>P values</i>	Keterangan
Persepsi Kemudahan -> Kepercayaan -> Keputusan Penggunaan	0.018	0.547	0.584	Tidak Berpengaruh
Persepsi Manfaat -> Kepercayaan -> Keputusan Penggunaan	0.220	2.723	0.006	Berpengaruh

Sumber : Hasil Pengolahan *SmartPLS* 4.0 (2024)

Berdasarkan hasil pengujian *bootstrapping*, maka pengaruh tidak langsung dalam variabel penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

### Pengaruh Tidak Langsung Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Melalui Kepercayaan

Berdasarkan hasil *path coefficient* pada Tabel 5, nilai pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan melalui kepercayaan dengan nilai *T-Statistic*  $0,547 < 1,96$  pada Tingkat signifikan alpha 0,05 dengan *P-Value* sebesar  $0,584 > 0,05$ . Sehingga dapat diartikan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan melalui kepercayaan.

Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang kuat dalam mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS sehingga tidak memerlukan mediasi oleh kepercayaan. Pengguna langsung memutuskan untuk menggunakan QRIS karena mereka merasa sistemnya mudah digunakan, tanpa perlu mempertimbangkan apakah mereka mempercayai sistem tersebut. Pengguna yang sudah terbiasa menggunakan teknologi terutama teknologi keuangan digital dalam kehidupan sehari-hari akan cukup percaya diri dengan kemampuan yang dimilikinya untuk menggunakan QRIS, sehingga kemudahan penggunaan secara langsung akan mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan QRIS tanpa perlu adanya kepercayaan sebagai perantara. Dalam kelompok usia 15 sampai 27 tahun, yang masuk dalam generasi muda keputusan penggunaan teknologi sering dipengaruhi oleh tren dan pengaruh sosial. Jika teman-teman atau lingkungan sosial mereka menggunakan QRIS dan menyebutkan bahwa sistemnya mudah digunakan, pengguna mungkin akan mengikuti tren tersebut tanpa terlalu memikirkan kepercayaan. Sehingga meskipun kepercayaan penting, kemudahan penggunaan memiliki dampak yang lebih langsung terhadap keputusan mereka untuk menggunakan QRIS. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Simamora & Zuhra,2023; Musyaffa,2024; Mulyati,2023; Syahrina & Christina,2023) yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak memediasi pengaruh tidak langsung antara persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan QRIS.

### Pengaruh Tidak Langsung Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Melalui Kepercayaan

Berdasarkan hasil *path coefficient* pada Tabel 5, nilai pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan melalui kepercayaan dengan nilai *T-Statistic*  $2,723 > 1,96$  pada Tingkat signifikan alpha 0,05 dengan *P-Value* sebesar  $0,006 < 0,05$ . Sehingga dapat diartikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap

keputusan penggunaan melalui kepercayaan. Nilai koefisien jalur sebesar 0.220 menunjukkan arah hubungan positif antara variabel persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan melalui kepercayaan.

Ketika pengguna melihat manfaat nyata dari menggunakan QRIS dan merasa percaya bahwa sistem tersebut akan terus memberikan manfaat tersebut, kepercayaan mereka terhadap QRIS meningkat. Kepercayaan yang meningkat ini kemudian mendorong mereka untuk menggunakan QRIS secara lebih konsisten. Pengguna mungkin memahami manfaat QRIS, tetapi tanpa kepercayaan bahwa sistem tersebut aman dan bebas risiko, mereka mungkin ragu untuk menggunakannya. Kepercayaan memberikan rasa aman yang diperlukan untuk memanfaatkan manfaat QRIS.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yudiantara & Widagda, 2022; Bukri, 2023; Kim, Ferrin dan Rao, 2009; Susanto, Chang, & Ha, 2016; Prayudi, Sukaatmadja, Yasa & Giantari, 2022; Yudiarti & Puspaningrum, 2022; Putri, Taufiqqurahman & Noviasari, 2024) menyatakan bahwa kepercayaan mampu memediasi penuh pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan.

#### 4. Kesimpulan

Hasil penelitian menyatakan Persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap kepercayaan, namun persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan. Sedangkan dalam pengaruh secara tidak langsungnya persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS melalui kepercayaan, namun sebaliknya Persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS melalui kepercayaan. Variabel yang berpengaruh paling kuat terhadap keputusan penggunaan QRIS adalah persepsi kemudahan. Oleh karena itu, dalam upaya meningkatkan keputusan penggunaan QRIS, variabel ini perlu mendapat perhatian khusus dari pengelola layanan QRIS. Namun dalam pelaksanaan penelitian ini masih memiliki keterbatasan-keterbatasan. Keterbatasan yang dimaksud adalah adanya dominasi usia 15-27 tahun atau usia muda pada responden penelitian. Hal ini belum sepenuhnya mencerminkan pengguna QRIS dan tidak sepenuhnya dapat mewakili pembentukan keputusan penggunaan QRIS secara keseluruhan

#### Referensi

- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan ketersediaan fitur terhadap Minat ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi pada Layanan Internet Banking BRI). *Jurnal Studi Manajemen 8 (1)*,, 1-11.
- Ali, F., Rasoolimanesh, S. M., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Ryu, K. (2018). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in hospitality research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Bukri. (2023). Analisis Pengaruh E-Security dan Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan E-Money Berbasis QRIS yang Dimediasi Oleh Kepercayaan (Studi Pada Pengguna Milenial di kota Pontianak). *Jurnal Mahasiswa Manajemen 12 (1)*, -.
- Choghlan, D., & Brydon-Miller, M. (2014). *he SAGE encyclopedia of action research (vol 1-2)*. London: SAGE Publications Ltd doi: 10.4135/9781446294406.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13, , 319-340.
- Ana Srikaningsih, S. M. (2020). *QRIS DAN ERA BARU TRANSAKSI PEMBAYARAN 4.0*. (D. H, Ed.) Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Elsa, S., & Bulan, P. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-wallet dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet Ovo. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Faradila, R. S. N., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Toko Online berrybenka.com di Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 13(2), 149–160
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal Marketing Research*, 18 (1), 39-50.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Inexperience and Experience With Online Stores: The Importan of TAM and Trust. *IEEE TRANSACTIONS ON ENGINEERING MANAGEMENT*, 50 (3), 307-321.
- Hair, J. J., Hult, G. T., Ringle, C. M., Starsted, M., Dank, N. P., & Ray, S. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Switzerland: company Springer Nature Switzerland AG.

- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2009) *Trust and satisfaction, two stepping stones for successful e-commerce relationships: A longitudinal exploration*, *Information Systems Research*, 20(2), 237–257.
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Akuntoteknologi: Jurnal Akuntansi Dan Teknologi*, 12(2), 1–13.
- Laora, S. E., Hidayati, T., & Asnawati, A. (2021). Pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap repurchase intention yang dimediasi oleh customer trust. *Kinerja*, 18(2), 304–313.
- Lev, T. A. (2021). Generation Z: Characteristics And Challenges To Entering The World Of Work. *Cross Cultural Management Journal, Fundația Română pentru Inteligența Afacerii, Editorial Department, issue 1*, 107-115.
- Luo, X., Li, H., Zhang, J., & Shim, J. (2010). Examining Multi-Dimensional Trust and Multi-Faceted Risk in Initial Acceptance of Emerging Technologies: An Empirical Study of Mobile Banking Services. *Scientific Research, Decision Support Systems*, 46, 222-234.
- Marchelina, D., & Pratiwi, R. (2016). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan terhadap minat penggunaan e- money. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 1(1), 1-17.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of management review*, 20(3), 709-734.
- Mulyati, O , D (2023) Pengaruh Persepsi Manfaat, persepsi Kemudahan, dan Persepsi Resiko terhadap Minat Penggunaan Yang Dimediasi oleh Kepercayaan Layanan Transaksi *Quick Response Code Indonesian Standard*, (QRIS) Pada UMKM di Jawa. Tesis STIE YKPN Yogyakarta
- Musyaffa, H. A. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan "QRIS" Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi.
- Najib, M., & Fahma, F. (2020). Investigating the adoption of digital payment system through an extended technology acceptance model: An insight from the Indonesian small and medium enterprises. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 10(4), 1702–1708. <https://doi.org/10.18517/ijaseit.10.4.11616>.
- Nurzanita, R., & Marlina, N. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay di Surabaya dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 17 No.2, 277-288.
- Pousttchi, K & Wiedemann G. D. (2011). What Influences Consumers' Intention to Use Mobile Payments?. Mobile Commerce Working Group, Chair of Business Informatics and System Engineering, University of Augsburg, Germany
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17 (2), 151–158.
- Prayudi, I. G., sukaatmadjaya, I. G., Kt.Giantari, I. A., & Yasa, N. K. (2022). The Role of Trust in Mediation the Effect of Perception of Ease of Use and Perception of Usefulness on Intention to Re-Using the Mobile Banking Service. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 9 No.4, 482-493.
- Purnama, N. I., Prayogi, M. A., & Arif, M. (2022). Pengukuran Kepercayaan dan Minat Dalam Menggunakan E-money. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 23(2), 146–161.
- Putri, P. A., Taufiqqurahman, & Noviasari, H. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Melalui Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Pada Mahasiswa Generasi Z di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 9 No. 2, 296-316.
- Rismalia, & Sugiyanto. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik dengan Sikap sebagai variabel Intervening pada pengguna Dana di Universitas Esa Unggul. *SINOMIKA JOURNAL*, 1 No.3, 561-588.
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo. *Journal Image |*, 10(1), 53–62
- Rosana, & Julia. (2023). The influence of trust, perceived benefits, and perceived convenience on purchasing decisions using ovo. *Jurnal digital repository medan area university repository*.
- Safira, M. E., & Susanti. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi Uang Elektronik Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen, dan Keuangan*, 4 No. 2, 97-112.

- Simamora, A.M., & Zuhra,S,E., (2023) Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tik Tok Shop Di Banda Aceh Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Vol. 8, No. 3, p 637-652
- Sawitri, N. W., & Giantri, G. K. (2020). The Role of Trust Mediates the Effect of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Online Repurchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4, 374-381.
- Schermelleh-Engel, K., & Moosbrugger, H. (2003). Evaluating the Fit of Structural 65 Equation Models: Tets of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2).
- Schoorman, D., Mayer, R. C., & James, H. D. (2014). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management 20 (3)*, 709-734.
- Simamora, A. M., & Zuhra, S. E. (2023, Agustus). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tiktok Shop di Banda Aceh Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 8 No.3, 637-652.
- Sudaryanti, A. D., & Novianto, A. S. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Nasabah pengguna Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Bank Syariah Indonesia (BSI). *Islamic Economic and Finance Journal*, 3 No. 2, 575-590.
- Susanti, N. P., & Putra, I. P. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kualitas Layanan, dan Resiko Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dalam Transaksi Keuangan. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 12 No.03,Maret 407-420.
- Susanto, A., Chang , Y., & Ha, Y. (2020). Determinants of trust in e-wallet usage in Indonesia: A model integration approach. *Heliyon*, 6(11), e05413. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.e05413>.
- Syahrina, A. & Christiana, I. (2023). *Efek Mediasi Kepercayaan pada Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat menggunakan e-Money*, Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 12, issue 2 Page 161-174
- Tenggingo, D., & Mauritsius, T. (2022). Evaluation of factors affecting intention touse qris payment transaction. *ICIC Express Letter*, 16 (4), 343-349.
- Veonita, R., & Rojuaniah. (2022). Pengaruh PersepsiKemudahan, Kegunaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Melalui Kepercayaan Nasabah Pengguna Mobile Banking BCA. *BIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 6 (01), Desember, 68-78.
- Wardhani, R. A., Arkeman, Y., & Ermawati, W. J. (2023). The Impact of Quick Response Adoption of Payment Code on MSMEs' Financial Performance in Indonesia. *International Journal of Social Service and Research*, 3(3), 869-878.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440– 456
- Yudiantara, P. O., & Widagda, I. J. (2022). The Role of Trust in mediating the effect of perceived usefulness and perceived ease of use on decisions to use the LinkAja digital wallet. *Journal International of Health Sciences*, 6310-6327.
- Yudiarti & Puspaningrum (2022), *The role of trust as a mediation between the effect of perceived usefulness to interest to buy e-book* *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Volume 16(3)
- Zhou, T. (2011). An Empirical Examination of Initial Trust in Mobile Banking. *Internet Research*, 21(5), 527–540. <https://doi.org/10.1108/10662241111176353>