



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: 7922-7930

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

Pengaruh *Self Efficacy* Terhadap *Continous Intention* Pengguna Metode Pembayaran Digital Berbasis TRITAM

Ni Luh Putu Widya Sawitri

Fakultas ekonomi dan bisnis universitas udayana, bali, indonesia

widya.sawitri@unud.ac.id

Abstrak

Dengan mempergunakan kerangka kerja TRITAM, riset ini mengkaji apa yang membuat konsumen layanan QRIS ingin terus mempergunakan sistem tersebut. Riset ini mempergunakan metode deskriptif kuantitatif, mensurvei 154 orang yang telah mempergunakan QRIS, dan mempergunakan teknik sampel purposif. SEM-PLS, atau Model Persamaan Struktural, dipakai untuk riset ini. Temuan penelitian mengungkapkan yaitu efikasi diri berdampak positif terhadap kepercayaan, kegunaan yang dirasakan, dan utilitas yang dirasakan, tetapi tidak berdampak pada niat untuk melanjutkan. Kepercayaan dipengaruhi secara positif oleh utilitas yang dirasakan, sementara niat untuk melanjutkan tidak terpengaruh. Keinginan untuk melanjutkan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kepercayaan. Di sisi lain, kepercayaan dan niat untuk melanjutkan dipengaruhi secara negatif oleh bahaya yang dirasakan. Riset ini memperlihatkan yaitu risiko yang dirasakan memiliki efek yang merugikan pada penggunaan QRIS dan yaitu kepercayaan sangat penting untuk meningkatkan pemanfaatan QRIS.

Kata kunci: *Trust and Risk Technology Acceptance Model (TRITAM); Self Efficacy; Perceived Ease of Use; Perceived Usefulness; Perceived Risk; Trust; Continuous Intention*

1. Latar Belakang

Indonesia mulai memasuki era Revolusi 5.0, atau *super smart society*, yang menandai perkembangan pesat dalam berbagai sektor, termasuk pendidikan, ekonomi, dan pariwisata. Revolusi ini merupakan penyempurnaan dari Revolusi 4.0, dengan teknologi digital yang semakin mendominasi kehidupan manusia (Haqqi & Wijayati, 2019). Salah satu sektor yang paling terdampak adalah perekonomian, di mana inovasi digital menciptakan sistem ekonomi yang lebih sesuai dengan gaya hidup modern. Peran *smartphone* dan internet menjadi sangat signifikan dalam mempermudah berbagai aktivitas, mulai dari belanja daring, rapat, pembelajaran, hingga transaksi finansial (Isma et al., 2022). Penggunaan internet pun terus meningkat. Pada tahun 2023, jumlah pengguna internet global menggapai 5,158 juta orang, dengan Indonesia menempati posisi ketiga sebagai pengguna internet terbesar di Asia setelah Tiongkok dan India (Katadata, 2023). Sektor seperti perbankan dan pariwisata di Indonesia juga terus berinovasi dalam digitalisasi. Salah satu bentuk perkembangan teknologi yang pesat adalah di bidang financial technology (fintech), terutama metode pembayaran nontunai atau *cashless*. Evolusi pembayaran dimulai dari mesin EDC, *mobile banking*, *e-money*, hingga QRIS yang lebih praktis. Inovasi ini mempermudah transaksi dan semakin diterima oleh masyarakat.

Pandemi COVID-19 mempercepat adopsi digitalisasi dengan kebijakan seperti PPKM, kampanye 3M, dan pengurangan penggunaan uang tunai. Banyak bisnis, termasuk UMKM, beradaptasi dengan menyediakan metode pembayaran digital untuk bertahan. Peningkatan transaksi digital didorong oleh kebijakan pemerintah dan pertumbuhan *marketplace*. Data dari Bank Indonesia memperlihatkan yaitu peredaran uang elektronik pada 2022 menggapai 772,57 juta, meningkat 34,28% dari tahun sebelumnya (Taslimahudin et al., 2022). QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) adalah metode pembayaran digital berbasis *QR Code* yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan ASPI. Diresmikan pada 17 Agustus 2019, QRIS bertujuan untuk mempermudah transaksi nontunai tanpa perlu memasukkan nomor rekening secara manual, sehingga lebih praktis dan efisien. Popularitas QRIS terus meningkat, dengan volume transaksi menggapai 91,73 juta atau sejumlah Rp9,66 triliun pada Agustus 2022. Pertumbuhannya tercatat sejumlah 18,4% per tahun dan 13% per bulan. Namun, seiring dengan meningkatnya penggunaan QRIS, ancaman kejahatan siber juga berkembang. Modus penipuan yang umum terjadi meliputi penggunaan barcode palsu yang mengarahkan korban ke situs phishing atau aplikasi berbahaya. Oleh karena itu, pengguna perlu meningkatkan kewaspadaan saat bertransaksi mempergunakan QRIS.

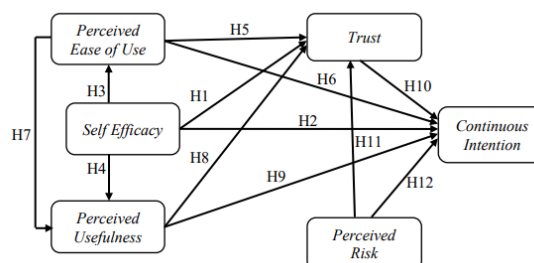
Kasus penipuan QRIS yang terjadi pada April 2023 di Jakarta Selatan mengungkap modus penipuan dengan mengganti lembaran QRIS di 38 tempat peribadatan. Pelaku, seorang pria, tertangkap kamera CCTV saat menempelkan QRIS palsu di kotak amal, yang kemudian dipakai untuk menyalurkan dana ke rekening pribadinya. Kasus ini telah ditangani oleh pihak berwajib, namun tetap menjadi peringatan bagi pengguna dan penyedia layanan QRIS untuk meningkatkan keamanan transaksi digital. Seiring dengan meningkatnya penggunaan QRIS, tantangan keberlanjutan layanan ini juga semakin besar. Salah satu faktor utama dalam menjaga keberlangsungan QRIS adalah *continuous intention* atau niat penggunaan berkelanjutan oleh konsumen. Konsep ini mengacu pada rencana pengguna untuk terus mempergunakan layanan di masa depan, yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk *self-efficacy* (kepercayaan diri dalam penggunaan), *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan), *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan), *perceived risk* (persepsi risiko), dan *trust* (kepercayaan terhadap sistem). Dengan memastikan faktor-faktor ini tetap positif, QRIS dapat mempertahankan loyalitas pengguna dan mencegah mereka beralih ke metode pembayaran lain.

TAM awalnya dikembangkan oleh Davis dan terdiri dari dua elemen utama yang memengaruhi penerimaan teknologi, yaitu *perceived usefulness* (keyakinan yaitu teknologi meningkatkan kinerja) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan teknologi). Model ini terus berkembang dan menjadi teori utama dalam memahami penerimaan teknologi. Seiring waktu, berbagai pengembangan dilaksanakan terhadap TAM. Venkatesh (2002) menambahkan *trust*, membentuk *Trust-enhanced Technology Acceptance Model*. Lui & Jamieson (2003) mengembangkan *Trust and Risk in Technology Acceptance Model* (TRITAM) dengan menambahkan *perceived risk* dan *trust* sebagai faktor utama dalam adopsi teknologi. *Perceived ease of use* adalah persepsi yaitu teknologi mudah dipelajari dan dipakai, sementara *perceived usefulness* mencerminkan keyakinan yaitu teknologi membawa manfaat. Faktor tambahan yang memengaruhi penerimaan teknologi meliputi *self-efficacy* (keyakinan dalam menguasai teknologi), *trust* (kepercayaan terhadap sistem atau layanan), serta *perceived risk* (perkiraan risiko dalam penggunaannya).

Berlandaskan diskusi sebelumnya, studi ini berargumen yaitu faktor-faktor yang memengaruhi niat berkelanjutan dalam mempergunakan metode pembayaran digital dapat dianalisis mempergunakan berbagai pendekatan teoritis, seperti *Technology Acceptance Model* (TAM), *Trust and Risk in Technology Acceptance Model* (TRITAM), dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Studi empiris terdahulu memperlihatkan yaitu variabel seperti *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived security*, *trust*, dan *risk* memiliki peran penting dalam membentuk *continuance intention* terhadap layanan pembayaran digital.

Penelitian oleh Hapsoro & Kismiatun (2022) menyoroti peran *e-satisfaction* sebagai mediasi dalam hubungan antara *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived security* terhadap *continuance intention e-wallet ShopeePay*. Azzahroo & Estiningrum (2021) mengkaji faktor yang memengaruhi *intention to use* QRIS dengan pendekatan UTAUT, menekankan pengaruh ekspektasi kinerja dan kondisi fasilitatif. Akmal (2017) memperluas TAM dalam konteks pembelajaran daring, menegaskan yaitu *perceived usefulness* lebih berdampak dibanding *perceived ease of use* terhadap niat berkelanjutan. Irawati & Kautsar (2020) mempergunakan pendekatan TRITAM untuk menganalisis faktor *trust* dan *risk* dalam minat penggunaan OVO pasca pandemi, memperlihatkan yaitu kedua faktor ini berdampak signifikan. Persamaan utama antara penelitian-riset ini dan studi yang dilaksanakan penulis terletak pada pendekatan kuantitatif, penggunaan model penerimaan teknologi, serta fokus pada niat berkelanjutan dalam mempergunakan suatu sistem digital. Perbedaannya terletak pada variabel mediasi dan objek penelitian yang diteliti, di mana studi ini akan menambahkan *trust* dan *perceived risk* sebagai variabel utama dalam konteks metode pembayaran elektronik.

Kerangka konseptual dibangun atas dasar dan nilai konsep yang telah diulas sebelumnya. Ulasan tersebut akan menentukan pendekatan dan strategi penelitian yang dipakai, sehingga diperoleh analisis dan hasil pemikiran yang akhirnya dapat dipakai sebagai bahan pengambilan keputusan.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

2. Metode Penelitian

Jumlah responden yang memenuhi kriteria sebanyak 154 orang. Metode pengumpulan data melalui kuesioner berbasis *Google Form*, yang terdiri dari pernyataan terbuka (identitas responden) dan pernyataan tertutup berdasarkan Skala Likert (1-5). Validitas dan reliabilitas kuesioner diuji sebelum dipakai dalam analisis. Skala *Likert* dari skala 1 sampai dengan 5 dengan keterangan seperti dalam tabel berikut:

Tabel 1. Alternatif Jawaban Responden

Simbol	Alternatif Jawaban	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Cukup Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : *Sugiyono (2015:133)*

Riset ini mempergunakan data primer yang diperoleh dari kuisisioner pengguna sistem pembayaran QRIS. Analisis data dilaksanakan dengan metode statistik deskriptif dan teknik Partial Least Square (PLS)-SEM. Statistik deskriptif dipakai untuk memberikan gambaran umum responden, termasuk jenis kelamin, usia, dan pendidikan. Riset ini mempergunakan metode PLS-SEM untuk mengujikan hubungan antar variabel, yang cocok untuk data dengan banyak variabel dan kondisi non-parametrik. PLS dipilih karena fleksibel terhadap asumsi statistik, dapat menangani data kecil, non-normal, dan berbagai tipe skala. Selain itu, PLS mampu mengatasi multikolinearitas dan dapat dipakai untuk model dengan indikator reflektif maupun formatif.

3. Hasil dan Diskusi

Objek dari riset ini ialah sebuah metode pembayaran digital bernama *Quick Response Indonesia Standar (QRIS)*. Dilansir dari laman resmi milik Bank Indonesia yaitu QRIS adalah standarisasi pembayaran mempergunakan metode *QR Code* dari Bank Indonesia agar proses transaksi dengan *QR Code* menjadi lebih mudah, cepat dan terjaga keamanannya. Sebagai pemegang regulasi Gerbang Pembayaran Nasional (GPN), maka Bank Indonesia harus memiliki sistem yang dapat menggabungkan berbagai instrument dan kanal pembayaran secara nasional.

Subjek yang dipergunakan sebagai unit analisis di riset ini ialah para responden yang mempergunakan layanan pembayaran digital QRIS minimal satu kali dan berniat untuk melakukan kembali untuk kedua kali dan seterusnya. Responden juga diwajibkan telah berusia minimal 17 tahun dengan pertimbangan agar responden mudah untuk memahami dengan benar maksud pertanyaan pada penelitian. Berdasarkan kuisisioner berupa *google form* yang disebar selama bulan Juni 2023, jumlah responden yang mengisi ialah sebanyak 175 orang. Setelah dilaksanakan *crosscheck*, responden yang lolos persyaratan berjumlah 154 orang. Jumlah tersebut dianggap layak menurut analisis *multivariate* dimana jumlah responden yaitu lima sampai sepuluh kali dari jumlah indikator dalam penelitian.

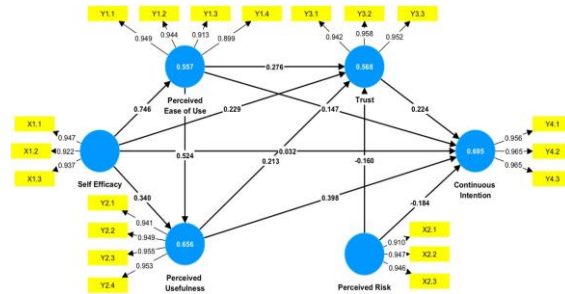
Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

Dengan menggunakan sejumlah metrik yang berbeda, studi ini mengkaji profil responden. Variabel demografi yang didefinisikan berdasarkan usia dan jenis kelamin adalah salah satu contohnya. Analisis deskriptif karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin mengungkapkan bahwa terdapat 109 perempuan (atau 71% dari total) dan 45 laki-laki (atau 29% dari total). Hasilnya memperlihatkan bahwa perempuan merupakan bagian terbesar dari partisipan studi. Beradaptasi dengan teknologi digital seharusnya lebih mudah bagi perempuan sekarang, dan penelitian memperlihatkan bahwa mereka juga lebih baik dalam melihat kemungkinan yang dihadirkan oleh kemajuan teknologi, menurut *antaranews.com*. Seratus sepuluh orang (70,8% dari total) berada dalam kelompok usia 17–25 tahun, tiga puluh enam (23,4%) berada dalam kelompok usia 26–35 tahun, empat (3,2%) berada dalam kelompok usia 36–45 tahun, dan dua (2) berada dalam kelompok usia 46–55 tahun. Berdasarkan temuan ini, tampaknya sebagian besar peserta survei berusia antara 17 dan 25 tahun. Generasi milenial, yang sering disebut sebagai *iGeneration* atau sekadar generasi yang tumbuh bersama internet, didefinisikan sebagai mereka yang berusia antara 17 dan 25 tahun, menurut *sampoernauniversity.ac.id*.

Evaluasi Model Penelitian

Evaluasi Outer Model

Di riset ini, evaluasi model pengukuran bertujuan untuk menilai validitas dan reliabilitas dari setiap konstruk. Adapun evaluasi model pengukuran dilaksanakan dengan berdasarkan pada nilai faktor loading setiap indikator reflektif, *Average Variance Extracted (AVE)*, *Discriminant Validity*, *Cronbach's Alpha*, dan *Composite Reliability*.



Gambar 2. Outer Loading

Indikator nilai loading berfungsi untuk menilai sejauh mana indikator mampu mengukur setiap variabel. Indikator dapat diterima dan dikatakan baik apabila indikator tersebut punya angka loading > 0,70. Menurut Chin 1998 nilai loading dalam rentang 0,50 – 0,60 masih bisa diterima untuk tahap awal pengukuran. Sehingga nilai *outer loading* > 0,70 pada gambar diatas memperlihatkan yaitu indikator mampu mengukur variabel dengan baik. Berdasarkan Gambar 2. terlihat yaitu masing-masing item pernyataan pada setiap variabel mempunyai nilai *loading factor* yang beragam.

Covergent Validity

Convergent validity berfungsi untuk menjelaskan tentang bagaimana indikator berkorelasi secara positif dengan indikator lainnya pada konstruk yang sama, sehingga memperlihatkan yaitu indikator tersebut dapat menggambarkan variabel tersebut. Uji ini dapat dilaksanakan dengan melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dengan nilai *cut-off* lebih besar atau sama dengan 0,50.

Tabel 8. Average Variance Extracted (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Self Efficacy (X1)	0,875	Valid
Perceived Risk (X2)	0,873	Valid
Perceived Ease of Use (Y1)	0,858	Valid
Perceived Usefulness (Y2)	0,901	Valid
Trust (Y3)	0,904	Valid
Continuous Intention (Y4)	0,925	Valid

Sumber : Data primer, diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat jika nilai AVE dari masing – masing variabel memperlihatkan angka > 0,50 yang berarti yaitu indikator dari setiap variabel berkorelasi positif pada variabel tersebut sehingga indikator yang dipergunakan pada variabel penelitian disebut valid.

Discriminant Validity

Discriminant validity berfungsi untuk menjelaskan sejauh mana setiap variabel pada model memiliki perbedaan satu sama lainnya. Hal ini sangat penting untuk memperlihatkan yaitu variabel tertentu tidak diwakili oleh variabel lainnya dalam melakukan uji korelasi. Validitas diskriminan dapat dinilai dengan melihat indikator setiap variabel yang dibandingkan dengan indikator pada variabel lain. Pada SmartPLS 4, kita dapat melihatnya pada kolom *cross loading* dimana nilainya wajib lebih besar saat dibandingkan dengan indikator variabel lain.

Tabel 9. Cross Loading

	Self Efficacy (X1)	Perceived Risk (X2)	Perceived Ease of Use (Y1)	Perceived Usefulness (Y2)	Trust (Y3)	Continuous Intention (Y4)
X1.1	0.947	-0.489	0.731	0.682	0.624	0.658
X1.2	0.922	-0.460	0.663	0.680	0.600	0.604
X1.3	0.937	-0.472	0.699	0.689	0.660	0.634
X2.1	-0.432	0.910	-0.392	-0.393	-0.432	-0.482
X2.2	-0.468	0.947	-0.452	-0.407	-0.494	-0.506
X2.3	-0.516	0.946	-0.509	-0.461	-0.492	-0.586
Y1.1	0.687	-0.452	0.949	0.698	0.657	0.654
Y1.2	0.683	-0.504	0.944	0.717	0.647	0.670
Y1.3	0.686	-0.474	0.913	0.703	0.689	0.676

Y1.4	0.708	-0.368	0.899	0.762	0.564	0.682
Y2.1	0.737	-0.377	0.742	0.941	0.640	0.697
Y2.2	0.689	-0.440	0.728	0.949	0.667	0.754
Y2.3	0.663	-0.468	0.734	0.955	0.610	0.735
Y2.4	0.687	-0.431	0.749	0.953	0.616	0.730
Y3.1	0.625	-0.479	0.658	0.632	0.942	0.679
Y3.2	0.655	-0.500	0.686	0.650	0.958	0.679
Y3.3	0.636	-0.466	0.625	0.622	0.952	0.654
Y4.1	0.677	-0.522	0.707	0.730	0.694	0.956
Y4.2	0.654	-0.556	0.710	0.735	0.651	0.965
Y4.3	0.621	-0.551	0.672	0.751	0.691	0.965

Sumber : Data primer, diolah (2023)

Berlandaskan data *cross loading* pada tabel 9. bisa dipahami yaitu nilai indikator setiap variabel memperlihatkan angka yang lebih besar dibandingkan dengan nilai indikator variabel lainnya. Hal tersebut menjelaskan yaitu setiap indikator variabel sudah sesuai dan dapat dipakai untuk mengukur variabel.

Composit Reliability

Composit reliability bertujuan untuk mengukur tingkat reliabilitas atau kestabilan dan konsistensi indikator internal yang baik meskipun telah dilaksanakan pengukuran berulang. Reliabilitas komposit menilai ketergantungan aktual suatu konstruk, sementara Cronbach's Alpha menguji reliabilitas minimal suatu objek. Oleh karena itu, penting untuk melakukan uji reliabilitas pada kuesioner untuk melihat apakah masing-masing itemnya reliabel. Agar instrumen penelitian dianggap reliabel, nilai Cronbach's Alpha-nya harus 0,60 atau nilai reliabilitas kompositnya harus 0,70 atau lebih tinggi. Temuan dari pengolahan data peneliti menggunakan Cronbach's Alpha dan Reliabilitas Komposit terkait reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Pengujian Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

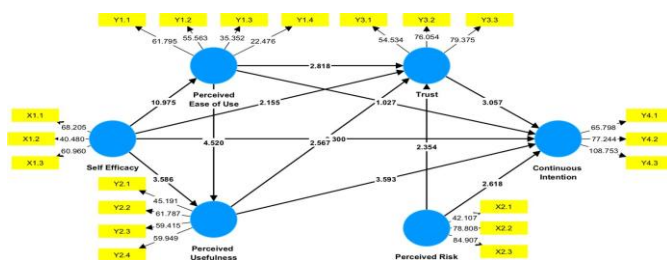
Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Self Efficacy	0.928	0.954	Reliabel
Perceived Risk	0.928	0.954	Reliabel
Perceived Ease of Use	0.945	0.960	Reliabel
Perceived Usefulness	0.964	0.973	Reliabel
Trust	0.947	0.966	Reliabel
Continuous Intention	0.960	0.974	Reliabel

Sumber : Data primer, diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 10. di atas, bisa dipahami hasil uji realibilitas, memperlihatkan yaitu semua variabel pada riset ini punya angka *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$ dan *Composite Reliability* ≥ 0.7 . Dengan demikian, semua variabel ini disebut telah memenuhi kriteria uji realibilitas.

Evaluasi *inner model* atau evaluasi *model structural* dimaksud untuk menilai arah dan signifikansi pengaruh dari variabel laten eksogen kepada variabel laten endogen. Tahap ini juga bertujuan untuk menilai kemampuan suatu variabel dalam memprediksi dan mengeksplanasi model penelitian. Menurut Hussein, 2015 evaluasi *inner model* bertujuan untuk memastikan apakah struktural model sudah bersifat *robust* atau kuat. Evaluasi *inner model* pada riset ini berfokus pada koefisien determinasi (R^2), akurasi prediksi (Q^2), koefisien jalur (*path analysis*) dan *Godness of Fit* (GoF).

Gambar 4.2 Hasil Uji Inner Model



DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.2525>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Sumber primer : Data primer, diolah 2023

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk memahami kemampuan variabel laten eksogen dan menggambarkan kemampuan prediksi dalam sampel. Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar diantara 0 hingga 1, semakin tinggi nilainya maka semakin baik kemampuannya dalam melakukan prediksi. Nilai koefisien determinasi (R^2) masing – masing menunjukkan tingkat kekuatannya dimana 0,75 berarti substansial, 0,50 berarti moderat dan 0,25 berarti lemah.

Tabel 11. Koefisien Determinasi (R^2)

Variabel Penelitian	R-Square	R-Square Adjusted	Keterangan
<i>Perceived Ease of Use (Y1)</i>	0.557	0.554	Moderat
<i>Perceived Usefulness (Y2)</i>	0.656	0.651	Moderat
<i>Trust (Y3)</i>	0.568	0.556	Moderat
<i>Continuous Intention (Y4)</i>	0.695	0.685	Moderat

Sumber: Data primer, diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 11. di atas, maka didapatkan hasil uji *R-Square* sebagai berikut:

Nilai *R-Square* variabel *Perceived Ease of Use (Y1)* sejumlah 0,557 atau 55,7%. Hal ini memperlihatkan yaitu keragaman variabel *Perceived Ease of Use (Y1)* mampu dijelaskan oleh variabel *Self-Efficacy (X1)* sejumlah 55,7%. Sementara sisa sejumlah 44,3% ialah kontribusi variabel lain yang tidak disertakan dalam model ini. Nilai *R-Square* variabel *Perceived Usefulness (Y2)* sejumlah 0,656 atau 65,6%. Hal ini memperlihatkan yaitu keragaman variabel *Perceived Usefulness (Y2)* mampu dijelaskan oleh variabel *Self-Efficacy (X1)* dan *Perceived Ease of Use (Y1)* sejumlah 65,6%. Sementara sisa sejumlah 34,4% ialah kontribusi variabel lain yang tidak disertakan dalam model ini. Nilai *R-Square* variabel *Trust (Y3)* sejumlah 0,568 atau 56,8%. Hal ini memperlihatkan yaitu keragaman variabel *Trust (Y3)* mampu dijelaskan oleh variabel *Self-Efficacy (X1)*, *Perceived Risk (X2)*, *Perceived Ease of Use (Y1)*, dan *Perceived Usefulness (Y2)* sejumlah 56,8%. Sementara sisa sejumlah 43,2% ialah kontribusi variabel lain yang tidak disertakan dalam model ini. Nilai *R-Square* variabel *Continuous Intention (Y4)* sejumlah 0,695 atau 69,5%.

Predictive Relevance (Q^2)

Predictive Relevance (Q-Square) bertujuan untuk mengujikan sebaik apa suatu model menghasilkan nilai untuk mengukur estimasi parameternya. *Q-Square* model pada SmartPLS 4 dapat dievaluasi dengan melihat *Q-Square predictive relevance* untuk model variabel. *Q-Square* mengukur sebaik apa nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *Q-Square* melebihi 0 (nol) memperlihatkan yaitu model mempunyai nilai *predictive relevance*, sedangkan nilai *Q-Square* kurang dari 0 (nol) memperlihatkan yaitu model kurang punya *predictive relevance*. Adapun hasil perhitungan nilai *Q-Square (Q²)* dapat dilihat pada Tabel 12. sebagai berikut:

Tabel 12. Nilai Q -Square (Q^2)

Variabel Endogen	Q-Square (Q^2)
<i>Perceived Ease of Use (Y1)</i>	0.552
<i>Perceived Usefulness (Y2)</i>	0.528
<i>Trust (Y3)</i>	0.482
<i>Continuous Intention (Y4)</i>	0.511

Sumber : Data primer, diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai *Q-Square (Q²)* untuk setiap variabel endogen melebihi 0 yang menunjukkan bukti model di di riset ini punya *predictive relevance* yang baik.

Godness of Fit (GoF)

Goodness of Fit (GoF) test merupakan pengukuran kecocokan model (*fit indexes*) untuk mengevaluasi model pengukuran dan model struktural, dan juga menyediakan pengukuran sederhana untuk keseluruhan dari prediksi model (*overall fit index*). Berikut merupakan hasil dari uji *goodness of fit* ini pada Tabel 13. sebagai berikut.

Tabel 13. Hasil Uji *Godness of Fit* (GoF)

Parameter	<i>Saturated Model</i>	<i>Estimated Model</i>
<i>Chi-Square</i>	602.690	567.735
NFI	0.855	0.863

Sumber : Data primer, diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 13. di atas, diperoleh nilai *Goodness of Fit* (GoF) sejumlah 0.863 yang memperlihatkan nilai yang lebih tinggi dari 0,36 sebagai syarat instrumen yang baik. Nilai *Goodness of Fit* (GoF) 0.863 memperlihatkan yaitu sampel data yang diambil selaras terhadap model yang diteliti. Berlandaskan dari pengujian *R-Square* (R^2), *Q-Square* (Q^2), dan *Goodness of Fit* yang telah dilaksanakan terlihat yaitu model yang terbentuk adalah cukup kuat, sehingga pengujian hipotesis dapat dilaksanakan.

Pengujian Hipotesis (*Path Coefficient*)

Hipotesis di riset ini bisa dipahami dari penghitungan model mempergunakan SmartPLS teknik *bootstrapping*. Dari hasil penghitungan *bootstrapping* tersebut akan diperoleh nilai t-statistik setiap hubungan atau jalur. Pengujian hipotesis ini diatur dengan tingkat signifikansi 0.05 atau 5%, dengan t- tabel yang dipergunakan adalah sejumlah 1,64. Hipotesis dapat diterima bilamana angka t- statistik melebihi t-tabel. Hasil menguji hipotesis (*Bootstrapping*) dalam riset ini ialah:

1. *Self Efficacy* → *Trust* → Signifikan (+) → H1 diterima
2. *Self Efficacy* → *Continuous Intention* → Tidak signifikan → H2 ditolak
3. *Self Efficacy* → *Perceived Ease of Use* → Signifikan (+) → H3 diterima
4. *Self Efficacy* → *Perceived Usefulness* → Signifikan (+) → H4 diterima
5. *Perceived Ease of Use* → *Trust* → Signifikan (+) → H5 diterima
6. *Perceived Ease of Use* → *Continuous Intention* → Tidak signifikan → H6 ditolak
7. *Perceived Ease of Use* → *Perceived Usefulness* → Signifikan (+) → H7 diterima
8. *Perceived Usefulness* → *Trust* → Signifikan (+) → H8 diterima
9. *Perceived Usefulness* → *Continuous Intention* → Signifikan (+) → H9 diterima
10. *Trust* → *Continuous Intention* → Signifikan (+) → H10 diterima
11. *Perceived Risk* → *Trust* → Signifikan (-) → H11 diterima
12. *Perceived Risk* → *Continuous Intention* → Signifikan (-) → H12 diterima

Secara umum 10 hipotesis diterima dan 2 hipotesis ditolak. *Self Efficacy* dan *Perceived Ease of Use* memengaruhi signifikan terhadap faktor kepercayaan dan persepsi kegunaan, tetapi tidak secara langsung memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan. *Perceived Risk* berdampak negatif terhadap *Trust* dan *Continuous Intention*.

4. Kesimpulan

Model riset ini valid dan reliabel. Dari seluruh hipotesis yang diajukan terbukti signifikan hanya satu hipotesis yang ditolak yaitu pengaruh *self efficacy* terhadap *continuous intention* dikarenakan nilai *original sample* yang dirasakan oleh pengguna sejumlah 0,032 (positif) dengan t-statistik sejumlah 0,300 serta angka p-value 0,764. Maka hasil ini disebut tidak signifikan karena t-statistik < 1,64 dan p-value > 0,05. Hasil tersebut membuktikan yaitu *Self Efficacy* tidak memengaruhi *Continuous Intention* pada pengguna QRIS. Riset ini membuktikan yaitu *Trust*, and *Risk Technology Acceptance Model* (TRITAM) mampu memengaruhi *continuous intention* pada pengguna QRIS. *Self efficacy* juga memiliki peran yang cukup tinggi dalam meningkatkan TRITAM yang nantinya juga memengaruhi *continuous intention* pengguna sistem pembayaran berbasis digital ini. Hal ini menunjukkan pentingnya peran para pengambil keputusan dan perusahaan – perusahaan khususnya dibidang keuangan dalam menyajikan layanan pembayaran digital QRIS. Melalui riset ini maka penting pula bagi pengambil keputusan untuk menguasai strategi bisnis khususnya untuk menentukan strategi bisnis dalam meningkatkan *continuous intention* pada pengguna QRIS melalui faktor – faktor yaitu *self efficacy*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived risk* dan *trust* yang melalui riset ini sudah terbukti pengaruhnya dalam niat mempergunakan QRIS secara berkelanjutan.

Referensi

- Al-Laheebi, G. A. J. (2022). Continuous Intention to Use Mobile Banking Apps: Empirical Study in Iraq. *Theory Methodology Practice-Review Of Business And Management*, 18(1), 61-74.
- Al-Ansi, A., Olya, H. G., & Han, H. (2019). Effect of general risk on trust, satisfaction, and recommendation intention for halal food. *International Journal of Hospitality Management*, 83, 210-219.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Simintiras, A. C. (2016). Jordanian consumers' adoption of telebanking: Influence of perceived usefulness, trust and self-efficacy. *International Journal of Bank Marketing*.
- Alassafi, M. O. (2022). E-learning intention material using TAM: A case study. *Materials Today: Proceedings*, 61, 873-877.

- Arunachalam, T. (2019). An investigation on the role of perceived ease of use perceived use and self-efficacy in determining continuous usage intention towards an e-learning system. *The Online Journal of Distance Education and e-Learning*, 7(4), 268-276.
- Ayyash, M. M., Herzallah, F. A., & Alkhateeb, M. A. (2022). Determinants of Employees' E-HRM Continuance Intention to Use: The Moderating Role of Computer Self-Efficacy. *International Journal of E-Business Research (IJEER)*, 18(1), 1-26.
- Azzahroo, R. A., & Estiningrum, S. D. (2021). Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Teknologi Pembayaran. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17(1), 10-17.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman.
- Bandura, A. (1986). The explanatory and predictive scope of self-efficacy theory. *Journal of social and clinical psychology*, 4(3), 359-373.
- Bandura, A., & Adams, N. E. (1977). Analysis of self-efficacy theory of behavioral change. *Cognitive therapy and research*, 1(4), 287-310.
- Bandura, A., & Locke, E. A. (2003). Negative self-efficacy and goal effects revisited. *Journal of applied psychology*, 88(1), 87.
- Bryman, A., & Bell, E. (2011). *Business Research Methods*. 3rd ed. New York: Oxford University Press Inc.
- Chaveesuk, S., Khalid, B., & Chaiyasoonthorn, W. (2022). Continuance intention to use digital payments in mitigating the spread of COVID-19 virus. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 527-536.
- Cooper, Donald R., Pamela S Schindler (2014), *Bussines Research Methods*, 12th ed. New York : McGraw Hill.
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- D'Alessandro, S., Girardi, A., & Tiangsoongnern, L. (2012). Perceived risk and trust as antecedents of online purchasing behavior in the USA gemstone industry. *Asia pacific journal of marketing and logistics*.
- Dhagarra, D., Goswami, M., & Kumar, G. (2020). Impact of trust and privacy concerns on technology acceptance in healthcare: an Indian perspective. *International journal of medical informatics*, 141, 104164.
- Didied, N. M., Yunitasari, F., & Puspita, O. D. (2022). Effect of promotion, perceived usefulness, and perceived ease of use on interest in adopting e- wallet (Ovo And Dana). *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 11(8), 191-201.
- Doan, T. T. T. (2021). The effect of perceived risk and technology self-efficacy on online learning intention: An empirical study in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(10), 385-393.
- Daneji, A. A., Ayub, A. F. M., & Khambari, M. N. M. (2019). The effects of perceived usefulness, confirmation and satisfaction on continuance intention in using massive open online course (MOOC). *Knowledge Management & E- Learning*, 11(2), 201-214.
- Daragmeh, A., Sági, J., & Zéman, Z. (2021). Continuous intention to use e-wallet in the context of the covid-19 pandemic: Integrating the health belief model (hbm) and technology continuous theory (tct). *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 132.
- Dash, S., & Saji, K. B. (2008). The role of consumer self-efficacy and website social-presence in customers' adoption of B2C online shopping: an empirical study in the Indian context. *Journal of international consumer marketing*, 20(2), 33-48.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.
- Eneizan, B. I. L. A. L. A. L., Alsaad, A. B. D. A. L. L. A. H., Abdelbaset Alkhalwaldeh, H. N., & Rawash, O. E. (2020). E-wom, trust, usefulness, ease of use, and online shopping via websites: the moderating role of online shopping experience. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 98(13), 2554-2565.
- Gultom, M. S., Salsabila, H., & Amri, A. (2023). Preferensi Generasi Milenial dalam Menggunakan QRIS sebagai Alat Pembayaran Digital. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 13(1), 19-29.
- Gupta, P., Prashar, S., Vijay, T. S., & Parsad, C. (2021). Examining the influence of antecedents of continuance intention to use an informational app: the role of perceived usefulness and perceived ease of use. *International Journal of Business Information Systems*, 36(2), 270-287.
- Gusni, G., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Attitude dan Actual Usage Go- Pay. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(1), 22-33.
- Handayani, W. P. P., & Harsono, M. (2016). Aplikasi technology acceptance model (TAM) pada komputerisasi kegiatan pertanian. *Jurnal Economia*, 12(1), 13-22.
- Hapsoro, B. B., & Kismiatun. (2022). The Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Perceived Security on E-Wallet Continuance Intention of ShopeePAY Through E-Satisfaction. *Management Analysis Journal*, 11(4), 395-405.
- Hardani, M.S., Sukmana, D.J., Andriani, H., Fardani, R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Hardiyanto, N., Rafdinal, W., & Gaffar, M. R. (2022). Predicting the Adoption of Mobile Business Applications by Culinary SMEs in Indonesia. *Journal of Management and Entrepreneurship Research*, 3(1), 46-60.
- Hassan, M. S., Al Halbusi, H., Najem, A., Razali, A., Fattah, F. A. M. A., & He, Y., Chen, Q., & Kitkuakul, S. (2018). Regulatory focus and technology acceptance: Perceived ease of use and usefulness as efficacy. *Cogent Business & Management*, 5(1), 1459006.
- Hamid, A. A., Razak, F. Z. A., Bakar, A. A., & Abdullah, W. S. W. (2016). The effects of perceived usefulness and perceived ease of use on continuance intention to use e-government. *Procedia economics and finance*, 35, 644- 649.
- Haqqi, H., & Wijayati, H. (2019). *Revolusi industri 4.0 di tengah society 5.0: sebuah integrasi ruang, terobosan teknologi, dan transformasi kehidupan di era disruptif*. Anak Hebat Indonesia.
- Hijazi, R., Abu Daabes, A., & Al-Ajlouni, M. I. (2023). Mobile payment service quality: a new approach for continuance intention. *International Journal of Quality & Reliability Management*.
- Indiani, N. L. P., Rahyuda, I. K., Kerti Yasa, N. N., & Sukaatmadja, I. (2015). Perceived risk and trust as major determinants of actual purchase, transcending the influence of intention. *ASEAN Marketing Journal*, 1-13.
- Irawati, F. E., & Kautsar, N. Y. (2020). Pengaruh pandemi covid 19 terhadap minat penggunaan ovo sebagai alat pembayaran dengan pendekatan trust and risk in technology acceptance model (TRITAM). *Jurnal Bisnis Digital Dan Sistem Informasi*, 1(1), 66-74.
- Isma, C. N., Rohman, N., & Istiningsih, I. (2022). Pengaruh Penggunaan Smartphone Terhadap Minat Baca Siswa Kelas 4 Di Min 13 Nagan Raya. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 7932-7940.
- Jeng, R., & Tseng, S. M. (2018). The relative importance of computer self-efficacy, perceived ease-of-use and reducing search cost in determining consumers' online group-buying intention. *International Journal of Human and Technology Interaction (IJHaTI)*, 2(1), 1-12.
- Joo, Y. J., So, H. J., & Kim, N. H. (2018). Examination of relationships among students' self-determination, technology acceptance, satisfaction, and continuance intention to use K-MOOCs. *Computers & Education*, 122, 260- 272.
- Keni, K. (2020). How perceived usefulness and perceived ease of use affecting intent to repurchase?. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 481-496.
- Khoa, B. T., & Nguyen, M. H. (2022). The moderating role of anxiety in the relationship between the perceived benefits, online trust and personal information disclosure in online shopping. *International Journal of Business and Society*, 23(1), 444-460.

- Kim, R., & Song, H. D. (2022). Examining the influence of teaching presence and task-technology fit on continuance intention to use MOOCs. *The Asia-Pacific Education Researcher*, 31(4), 395-408.
- Kurniawan, I. A., Mugiono, M., & Wijayanti, R. (2022). The effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and social influence toward intention to use mediated by Trust. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(1), 117-127.
- Larasetiati, M., & Ali, H. (2019). Model of consumer trust: analysis of perceived usefulness and security toward repurchase intention in online travel agent. *Saudi Journal of Economics and Finance*, 3(8), 350-357.
- Lateefa, C., Naufalia, R., & Yassar, D. (2021). Usefulness factors to predict the continuance intention using mobile payment, case study: GO-Pay, OVO, Dana. *Journal of Soft Computing Exploration*, 2(2), 115-126.
- Laurence, S. (2020). The Role of Trust Toward Continuance Usage Intention: of Mobile payment with Gender as Moderation. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 13(1), 64-73.
- Lee, S. M., & Lee, D. (2020). Healthcare wearable devices: an analysis of key factors for continuous use intention. *Service Business*, 14(4), 503-531.
- Liao, W., Liu, Y., & Qiao, H. (2020). No Fun no Use? The Impact of Gamification on User's Continuous Usage Intention toward E-Business App. *Ais Electronic Library*. 353-366.
- Marso. (2023). The Effect of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Trust, Loyalty of E-Commerce Customers. *Tarakan, S. T. I. E. B.* 797-804.
- Mohamed, N., Hussein, R., Hidayah Ahmad Zamzuri, N., & Haghshenas, H. (2014). Insights into individual's online shopping continuance intention. *Industrial Management & Data Systems*, 114(9), 1453-1476.
- Muqtadiroh, F. A., Herdiyanti, A., Wicaksono, I., & Usagawa, T. (2019, August). Analysis of factors affecting continuance intention of e-learning adoption in lecturers' perspectives. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 588, No. 1, p. 012022). IOP Publishing.
- Nguyen, M. H., & Khoa, B. T. (2019). Customer electronic loyalty towards online business: The role of online trust, perceived mental benefits and hedonic value. *Journal of Distribution Science*, 17(12), 81-93.
- Putritama, A. (2019). The mobile payment fintech continuance usage intention in Indonesia. *Jurnal Economia*, 15(2), 243-258.
- Rahyuda, Ketut. Edisi 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Udayana University Press.
- Rittigul, P. & Teerasak, J. (2022). An Analysis of experienced life events on continuance intention to use online banking in Thailand. *Banks and Bank System, Business Perspectives*, 17(3), 213-226.
- Rosa, A., & Widad, A. (2020, May). Influence of Perceived Value and Perceived Risk to Trust and the Implications on Buying Intention. In *5th Sriwijaya Economics, Accounting, and Business Conference (SEABC 2019)* (pp. 423- 427). Atlantis Press.
- Shin, M. H. (2018). Effects of Project-Based Learning on Students' Motivation and Self-Efficacy. *English Teaching*, 73(1), 95-114.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Xie, C., Jia, S., & He, C. (2020). An empirical study on the factors affecting elderly users' continuance intention of shared nurses. *Risk management and healthcare policy*, 1849-1860.
- Yuan, S., Liu, Y., Yao, R., & Liu, J. (2016). An investigation of users' continuance intention towards mobile banking in China. *Information Development*, 32(1), 20-34.
- Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90-105.