

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan QRIS Dalam Transaksi Keuangan Aparatur Sipil Negara (ASN)

Siti Mauludah Muslihatul Habbah¹, Sonny Subroto Maheri Laksono², Taufik Akbar³

¹Magister Manajemen, Universitas Islam Kadiri

³Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kadiri

email: maulhabbah@gmail.com¹

Abstract

This study aims to analyze the factors that influence the intention of Civil Servants (ASN) in using QRIS, as well as the implications of the variables studied on the decision to use this system. The conclusion of the study provides a comprehensive overview of the relationship between individual factors, social factors, and supporting conditions with Intention to Use QRIS. The results show that Perceived Usefulness (X1) and Perceived Ease of Use (X2) have a positive effect on the intention of Civil Servants to use QRIS, indicating that the benefits and ease of use of the system increase user interest. Facilitating Condition (X4), Perceived Cost (X6), Promotional Activities (X7), and Attitude (X8) also have a significant effect, indicating that resource support, cost perception, promotional activities, and positive attitudes encourage system use. Conversely, Social Influence (X3) and Perceived Risk (X5) have no effect, indicating that social pressure or perceived risk are not determinants of intention to use QRIS. Simultaneously, these eight variables are proven to have a significant effect on Intention to Use QRIS. This finding confirms that civil servants' intentions are influenced by a combination of factors such as benefits, convenience, support, costs, promotions, and attitudes, which can be the basis for recommendations for QRIS implementation strategies in government environments.

Keywords: QRIS, Intention to Use, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Facilitating Condition, Perceived Cost, Promotional Activities, Attitude

A. Latar Belakang Teoritis

Beberapa dekade terakhir, telah terjadi perkembangan teknologi digital yang sangat pesat termasuk di bidang ekonomi. Di Indonesia terdapat dua sektor ekonomi digital yang mengalami peningkatan pertumbuhan yaitu *E-commerce* dan teknologi keuangan (Nizar & Sholeh, 2021). *E-commerce* yang semakin banyak bermunculan menyediakan tempat jual beli secara digital dan menawarkan berbagai kemudahan kepada masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli secara *online*. Beberapa contoh *e-commerce* yang ada di Indonesia seperti *Shopee*, Tokopedia, Tiktok Shop, Lazada, dan lain sebagainya. Sejalan dengan banyaknya *e-commerce* tersebut, kebutuhan transaksi keuangan digital juga meningkat dengan pesat. Hal tersebut berpengaruh pada pergeseran mekanisme dan metode sistem pembayaran di masyarakat menjadi sistem pembayaran digital. Bank Indonesia sebagai bank sentral dengan cepat merespon perkembangan teknologi tersebut. Bank Indonesia telah menerbitkan berbagai

kebijakan, termasuk meningkatkan infrastruktur layanan sistem pembayaran digital antara lain Sistem pembayaran digital SKNBI (Sistem Kliring Nasional) dan BI RTGS (BI *Real Time Gross Settlement*), transfer *online* antar Bank dan BI Fast.

Di sisi lain, perkembangan sistem pembayaran digital juga diikuti dengan munculnya industri *Fintech* (*Financial Technology*) yang digunakan di berbagai *platform* layanan ekonomi digital. *Fintech* di Indonesia telah merambah berbagai bidang, mulai dari layanan pembayaran, nasihat keuangan, hingga investasi ritel, *crowdfunding*, *remitansi*, studi keuangan, dan lain-lain. Banyak perusahaan *fintech* bermunculan yang baru-baru ini menawarkan layanan keuangan dari dompet digital, investasi, kredit *online multiplayer* hingga dana kredit (Purwanto *et al.*, 2022). Menurut Statista (2023), nilai pasar *fintech* global diperkirakan akan mencapai \$1 triliun pada tahun 2030, dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sekitar 20–25%. Menurut data dari OJK, jumlah perusahaan *fintech* terus berkembang,

dengan lebih dari 102 perusahaan *fintech P2P lending* yang diprediksi akan memulai operasi pada tahun 2024. Pada tahun 2023, volume transaksi *fintech* di Indonesia diperkirakan akan mencapai Rp 500 triliun.

Peningkatan jumlah perusahaan *fintech* tersebut diikuti dengan berbagai inovasi mekanisme sistem pembayaran digital yang semakin digemari oleh masyarakat sehingga meningkatkan jumlah transaksi digital secara pesat. Selain meningkatkan potensi pertumbuhan ekonomi secara nasional, perkembangan *fintech* juga menimbulkan risiko munculnya *shadow banking* sehingga Bank Indonesia merasa perlu membuat aturan untuk memitigasi hal tersebut. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Bank Indonesia adalah dengan penerapan *Quick Response Code Indonesian (QRIS)* pada tanggal 17 Agustus 2019 bertepatan dengan Hari Ulang Tahun kemerdekaan Indonesia ke-74. QRIS membantu masyarakat untuk melakukan pembayaran dari berbagai aplikasi uang elektronik baik yang disediakan oleh perbankan maupun perusahaan *fintech* baik yang bersifat *server based*, dompet elektronik, atau *mobile banking*.

Metode pembayaran dengan menggunakan QRIS sangat dipengaruhi oleh keberadaan telepon pintar (*smartphone*) yang sudah dimiliki oleh sebagian besar masyarakat. *Smartphone* sendiri saat ini sudah menjadi sebuah barang dengan tingkat kebutuhan tinggi yang penting bagi setiap orang. Berdasarkan laporan terbaru *We Are Social*, pada tahun 2020 masyarakat Indonesia yang memiliki *smartphone* sebanyak 338,2 juta. Sedangkan total populasi penduduk Indonesia sebanyak 272,1 juta jiwa. Jika dipresentasikan, maka 124% dari penduduk Indonesia telah memiliki *smartphone* (www.wearesocial.com). Hal ini memiliki makna bahwa *smartphone* yang dimiliki lebih banyak daripada populasi penduduk itu sendiri.

Pada tahun 2024, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia melakukan survei yang dimana hasil survei

tersebut menyatakan bahwa jumlah orang Indonesia yang memanfaatkan internet mencapai angka 221.563.479 orang dari total populasi 278.696.200 orang pada tahun 2023. Survei penetrasi internet APJII tersebut menunjukkan adanya peningkatan tingkat penetrasi internet Indonesia sebesar 79,5%, meningkat 1,4% dibandingkan dengan era sebelumnya. Ini menunjukkan tren positif, dengan peningkatan signifikan dalam penetrasi internet dalam lima tahun terakhir (Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) APJII (Asosiasi, 2024). Bank Indonesia (BI) mencatat bahwa hingga Juni 2024, transaksi QRIS meningkat sebesar 226,54 persen dibandingkan tahun sebelumnya (*year on year/yo*), dengan total pengguna mencapai 50,50 juta dan jumlah *merchant* mencapai 32,71 juta (www.tirto.id). Dompet digital seperti Ovo, Dana, Go-Pay, Doku, dan Link-Aja membantu pertumbuhan transaksi uang elektronik di Indonesia (Emiliyana *et al.*, 2024).

Fitur yang ada pada QRIS memungkinkan pembayaran yang cepat, aman, dan nyaman melalui aplikasi uang elektronik berbasis server, dompet elektronik, atau *mobile banking*. Namun, beberapa orang mengatakan mereka tidak tahu QRIS karena tidak ada penyedia layanan, kurangnya pengetahuan, dan lebih memilih uang tunai (Emiliyana *et al.*, 2024). *Cashless* adalah suatu metode pembayaran tanpa penggunaan uang tunai fisik (Emiliyana *et al.*, 2024). Sistem pembayaran digital menawarkan banyak keuntungan bagi masyarakat seperti mengurangi risiko pencurian, memastikan rekaman transaksi yang akurat, dan memberikan tingkat kenyamanan serta keamanan yang lebih tinggi dibandingkan dengan transaksi tunai. Adapun yang menjadi fokus pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui preferensi masyarakat dalam penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran digital khususnya kalangan Pegawai Negeri Sipil di Kabupaten Kediri dengan usia,

tingkat pendidikan serta lingkungan yang beragam.

Penggunaan QRIS sebagai salah satu alat pembayaran digital diatur dalam peraturan Bank Indonesia yaitu PADG No.21/18/2019 tentang Penerapan Standar Internasional QRIS untuk pembayaran yang diterbitkan oleh Bank Indonesia (BI). Bank Indonesia menetapkan standar terkait elemen QRIS, seperti interoperabilitas, interkoneksi, keamanan, dan inklusi. Belakangan penggunaan QRIS menjadi *trend* positif di kalangan pengusaha dan konsumen. Sistem pembayaran QRIS digunakan dalam transaksi antara pengusaha dan konsumen, menggunakan berbagai Penyelenggara Jasa Pembayaran (PJP) Uang Elektronik. Teknologi kode QR dianggap sebagai metode yang inovatif dan memfasilitasi dalam berbagai kegiatan yang ada, karena menawarkan kecepatan dalam tugas pendataan (Darwiyani *et al.*, 2023). Momentum peluncuran QRIS dinilai sangat tepat karena bersamaan dengan adanya Pandemi COVID-19, dimana orang dihimbau agar mengurangi kontak fisik dengan orang lain. Pada masa Pandemi COVID-19 (tahun 2019 s.d 2022), masyarakat diminta agar selalu mengenakan masker ketika keluar rumah dan menghindari kontak fisik dengan orang lain karena dapat menimbulkan risiko penularan COVID-19. Adanya hal tersebut, semakin mendorong masyarakat untuk menggunakan transaksi non tunai, salah satunya melalui QRIS.

Secara bertahap Bank Indonesia terus melakukan upaya untuk memperkuat infrastruktur sistem pembayaran diantaranya melalui penambahan fitur-fitur QRIS agar dapat mengkomodir kebutuhan dan meningkatkan kemudahan bagi masyarakat dalam bertransaksi (Bank Indonesia, 2023). Pada tahun 2019, QRIS hanya dapat memberikan layanan transaksi berupa *merchant presented mode* atau transaksi pembayaran yang dilakukan dengan cara memindai (*scan*) kode QR milik *merchant*

secara langsung di lokasi tempat *merchant* tersebut berada. Perkembangan yang terjadi menjadi penguatan infrastruktur teknologi QRIS juga terus ditingkatkan, baik dari aspek keamanan, maupun aspek produk atau layanan yang diberikan. Sejak awal tahun 2020, Bank Indonesia telah mengembangkan fitur QRIS Tanpa Tatap Muka (TTM). Fitur ini mengakomodir kebutuhan masyarakat, khususnya UMKM yang telah banyak menggunakan media pemasaran secara daring. Sehingga transaksi pembayaran dapat dilakukan tanpa harus bertemu langsung dengan penjual. Pembayaran QRIS dilakukan dengan cara *scan* gambar QRIS yang dikirim oleh *merchant* kepada pengguna, maupun *scan* gambar QRIS yang sudah disimpan pada galeri *handphone* milik pengguna. Pembayaran melalui QRIS dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi pembayaran dalam bentuk apa pun baik perbankan maupun non-perbankan atau *fintech*. QRIS juga dapat digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat dengan berbagai kepentingan seperti pedagang pasar, toko, tempat parkir, tiket wisata hingga kepentingan donasi dan kemanusiaan. Cara pembuatan QRIS juga sangat mudah yaitu *Merchant* dapat membuat rekening di salah satu Bank penyelenggara QRIS dan selanjutnya *merchant* sudah dapat menerima pembayaran dari masyarakat yang menggunakan QR yang disediakan oleh beragam aplikasi (Putro *et al.*, 2023).

Pada tahun 2021, Bank Indonesia juga mengembangkan fitur teknologi lain yaitu QRIS *Customer Presented Mode* (CPM) dimana dalam melakukan pembayaran, pengguna atau pembeli tinggal menunjukkan kode QR yang dimiliki baik dari aplikasi *mobile banking*, dompet digital maupun aplikasi *fintech* lainnya dan penjual atau *merchant* melakukan *scan* QR milik pembeli tersebut. Selanjutnya, pada tahun 2022 juga dikembangkan fitur QRIS antar negara atau disebut QRIS *cross border* (Bank Indonesia, 2023). Pada tanggal 29 Agustus 2022, telah dicapai kesepakatan kerjasama antara pemerintah Indonesia dan

Thailand dan dimulainya implementasi QRIS *cross border* di Negara Thailand. Adanya implementasi tersebut, Warga Negara Indonesia yang sedang berkunjung ke Thailand dapat melakukan pembayaran dengan menggunakan QRIS yang dimiliki. Cakupan kerja sama QRIS *cross border* terus diperluas dan disepakati kerja sama pengembangan QRIS *cross border* dengan Malaysia dan Singapura. Sejalan dengan hal tersebut, dalam rangkaian acara ASEAN *Chairmanship* 2023 Bank Indonesia selaku otoritas sistem pembayaran juga berkomitmen untuk memperluas kerja sama *cross border QR payment* di sejumlah negara ASEAN. Hal ini, diimplementasikan dengan diluncurkannya *cross border QR payment* antara Indonesia dengan Singapura pada tanggal 17 November 2023.

Penguatan infrastruktur teknologi QRIS terus dikembangkan agar dapat memberikan layanan transaksi pembayaran yang semakin mudah. Tidak hanya kerja sama dengan luar negeri, penguatan infrastruktur juga dilakukan untuk transaksi di dalam negeri hingga pada tanggal 17 Agustus 2023 diluncurkan QRIS untuk transaksi Tarik Tunai, Transfer dan Setor Tunai (QRIS TUNTAS) dan diimplementasikan secara bertahap mulai tanggal 30 November 2023 (Bank Indonesia, 2023). QRIS TUNTAS merupakan inovasi dari QRIS yang berperan untuk memudahkan pengguna dalam melakukan tarik tunai dan setor tunai cukup dengan cara memindai kode QRIS melalui *merchant/outlet/ATM*.

Penggunaan metode pembayaran digital *Quick Response Indonesia Standard* (QRIS) di beberapa daerah masih tergolong kurang jika dibandingkan dengan daerah lain. Minat masyarakat dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital mungkin dipengaruhi oleh berbagai faktor baik dari internal maupun eksternal. Keadaan tersebut sangat mungkin disebabkan oleh rendahnya pemahaman subjektif pada pengguna sehingga dapat mempengaruhi munculnya

sikap negatif serta sikap penolakan oleh pengguna. Dari penjelasan tersebut, penelitian ini akan melihat bagaimana jika perluasan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang terintegrasi dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagaimana yang dilakukan pada penelitian terdahulu milik (Moon, 2021), digunakan dalam menganalisa minat penggunaan suatu pembayaran digital. Di sisi lain, studi mengenai *Technology Acceptance Model* (TAM) masih belum selesai. Masih banyak penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa *Intention to Use* sebagai variabel utama masih mengalami perkembangan pemikiran yang berasal dari faktor-faktor yang mempengaruhinya. Di peroleh celah penelitian berupa kontroversi mengenai beberapa faktor yang ternyata tidak berpengaruh terhadap *Intention to Use*, seperti *Perceived Usefulness* (Leong et al., 2022), *Attitude* (Nazah et al., 2022), dan *Perceived Security* (Pazarbasioglu et al., 2020).

Melihat fenomena bisnis dan celah penelitian yang terjadi, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dan mendalam terhadap minat penggunaan keuangan digital QRIS untuk menambah wawasan, yang juga sejalan dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengukur pengaruh dari determinan yang berkaitan dengan minat penggunaan keuangan digital QRIS melalui variabel - variabel yang dianalisis, yaitu *Subjective Norms* secara langsung dan tidak langsung, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Attitude*, dan *Perceived Security*.

Perkembangan berbagai fitur layanan QRIS, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengevaluasi penerimaan masyarakat Indonesia (*user acceptance*) terhadap produk atau layanan *QR payment* yaitu QRIS. Hal ini sangat penting karena kesuksesan sistem informasi atau penggunaan teknologi terbaru akan sangat dipengaruhi oleh *user acceptance*. Ayatullah et al (2021) menyatakan bahwa perbedaan sudut pandang akan memengaruhi perbedaan penerimaan dari pengguna *digital*

payment. *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1985), *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikenalkan oleh Davis

(1989), dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang

dikenalkan oleh Venkatesh & Davis (2000) adalah beberapa teori yang digunakan untuk menentukan keinginan pengguna dalam adopsi teknologi baru. *Technology Acceptance Model* (TAM) menganalisis dua faktor yaitu *perceived usefulness* (kegunaan yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan), *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang diciptakan Ajzen (1980), merupakan induk dari TAM.

Menurut model UTAUT, tingkat upaya seseorang untuk menggunakan sistem adalah komponen yang memengaruhi penerimaan individu. Sebuah teknologi informasi memiliki kontribusi positif bagi pengguna jika dapat membantu kinerja pengguna menjadi lebih cepat (Musyaffi & Muna, 2020). Teori ini dijelaskan bahwa faktor ekspektasi usaha dan ekspektasi kinerja merupakan faktor penting dalam membuat seseorang menerima teknologi baru. Kemungkinan untuk terus menggunakan teknologi meningkat seiring dengan seberapa mudah atau sedikit upaya yang dilakukan seseorang untuk menggunakannya (Musyaffi & Muna, 2020).

Fokus penelitian ini untuk menghitung variabel yang mempengaruhi minat masyarakat di lingkungan ASN Kabupaten Kediri untuk menggunakan QRIS sebagai opsi pembayaran digital. Metode ini menggunakan teori *Unified theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Faktor ini digabungkan untuk melihat pengaruh terhadap penggunaan sistem yaitu *perceived usefulness* (tingkat kepercayaan pengguna bahwa teknologi dapat menaikkan kinerja di tempat kerja) dan *perceived ease of use* (tingkat kepercayaan pengguna bahwa teknologi mudah untuk digunakan dan tanpa kesulitan). Menurut Setyaningsih (2023) *perceived*

usefulness, *perceived ease of use* dan *perceived security* berdampak langsung pada niat menggunakan teknologi *e-wallet*. Kurniawati *et,al* (2021) menemukan bahwa melakukan pembayaran dengan QRIS sangat membantu karena lebih mudah, cepat dan aman karena tidak menggunakan uang tunai. Hal tersebut mengindikasikan bahwa faktor manfaat dan kemudahan, diduga dapat memengaruhi niat pengguna dalam menggunakan QRIS.

Di sisi lain, penggunaan teknologi memungkinkan peluang penyalahgunaan pada layanan digital, seperti peretasan akun pengguna (*hacking*), *phishing*, penipuan, serta tindak pidana lainnya yang memanfaatkan keunggulan teknologi (*cybercrime*) untuk mencuri informasi pribadi pengguna (Destarini *et al.*, 2023). Beberapa kasus terkait dengan keamanan penggunaan QRIS yang terjadi antara lain pemalsuan QRIS, yaitu oknum yang memalsukan kode QRIS *merchant* untuk mengalihkan dana ke rekening pribadi dengan merangsang stiker atau label QRIS palsu di dekat lokasi *merchant*. Terdapat pula kasus pencurian data pengguna atau *phishing*, dimana pengguna dihubungkan dengan situs atau aplikasi palsu yang menyerupai aplikasi pembayaran digital resmi sehingga tidak sadar memasukkan data pribadi atau data transaksi pembayaran yang dapat disalahgunakan oleh pihak ketiga. Kasus pencurian data juga dapat terjadi jika pengguna menggunakan jaringan *Wi-Fi* publik yang tidak aman atau perangkat *mobile* terinfeksi oleh *malware* atau *spyware*. *Malware* dapat mengintai data yang dimasukkan oleh pengguna selama transaksi, termasuk transaksi QRIS.

Hal ini dapat memengaruhi kepercayaan pengguna dalam menggunakan QRIS, sehingga semakin tinggi persepsi keamanan yang dimiliki suatu teknologi dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap sistem QRIS itu sendiri. Kepercayaan terhadap penggunaan layanan keuangan digital berarti pengembang aplikasi harus selalu memberikan rasa nyaman dan

aman terkait dengan transaksi keuangan digital (Aurel *et al.*, 2023). Era digital saat ini bertujuan untuk mengetahui, otoritas ekonomi dan keuangan, terutama Bank Indonesia, menghadapi tantangan kebijakan untuk menemukan cara untuk menyeimbangkan upaya untuk memitigasi risiko dan mengoptimalkan peluang yang ditawarkan oleh inovasi digital. Risiko keamanan menjadi faktor yang perlu diperhatikan untuk melihat pengaruh niat individu dalam menggunakan QRIS, mempertimbangkan bahwa baru 21,84% masyarakat Indonesia yang menggunakan QRIS.

Menurut model UTAUT, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating conditions* memengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) untuk menggunakan suatu sistem atau teknologi secara teoritis dan empiris (Venkatesh *et al.*, 2012). Sitorus *et al.* (2019) menganalisis sistem adopsi *mobile banking* dari sudut pandang interaksi yaitu individu dengan teknologi, individu dengan lingkungan, dan individu dengan tugas. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor sosial sangat memengaruhi keinginan untuk menggunakan *mobile banking* pengaruh orang lain dalam lingkungan sosial nasabah bank akan membentuk niat untuk berinvestasi menggunakan *mobile banking* secara terus menerus. Hal tersebut mengkonfirmasi bahwa gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh jaringan sosialnya. Mempertimbangkan hasil penelitian tersebut, pengaruh sosial juga diduga memengaruhi niat individu dalam menggunakan QRIS. Hal ini terindikasi perbedaan jumlah transaksi di wilayah tertentu, seperti ibukota negara, ibukota provinsi dan wilayah pedesaan.

Berdasarkan beberapa hasil penelitian tersebut di atas, maka faktor-faktor yang mempengaruhi kemauan dan minat masyarakat dalam menggunakan QRIS adalah *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, *facilitating condition*, *perceived cost*, *promotional*, *social influence*, dan *attitude*.

Implementasi teknologi keuangan digital juga dilakukan terhadap transaksi keuangan pemerintah daerah. Adanya penerapan elektronifikasi Transaksi Pemerintah Daerah dapat mendukung perbaikan pengelolaan keuangan pemerintah daerah (Kemenko Ekonomi, 2021). Berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 3 Tahun 2021 tentang Satuan Tugas Percepatan dan Perluasan Digitalisasi Daerah (Satgas P2DD) telah dibentuk Satgas P2DD yang beranggotakan pimpinan dari delapan Kementerian/Lembaga nantinya akan berkoordinasi dengan 542 Tim Percepatan dan Perluasan Digitalisasi Daerah (TP2DD) yang diketuai oleh Kepala Daerah. Peningkatan jumlah TP2DD juga sejalan dengan peningkatan transaksi pendapatan daerah, dimana terjadi peningkatan jenis pajak yang dielektronifikasi dari 81,6% pada kuartal I 2021 menjadi 86,2% pada kuartal II 2021, serta peningkatan jenis retribusi daerah yang dielektronifikasi dari 53,9% pada kuartal I 2021 menjadi 62,2% pada kuartal II 2021.

Sejalan dengan program P2DD tersebut, dibutuhkan dukungan dari seluruh perangkat pemerintahan baik di tingkat pusat maupun di tingkat daerah termasuk dukungan dari Pegawai negeri Sipil di lingkungan pemerintah daerah. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengidentifikasi beberapa faktor penting yang mempengaruhi akseptansi ASN di Kabupaten Kediri terhadap penggunaan teknologi keuangan digital khususnya QRIS. Faktor-faktor tersebut adalah kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan serta risiko. Dengan demikian, analisis preferensi ASN dalam memanfaatkan QRIS sangat diperlukan dan dianalisis lebih lanjut dengan tujuan untuk memahami sikap dan preferensi pengguna di kalangan ASN yang diharapkan dapat mendukung program P2DD. Menggali kecenderungan ASN dapat membantu penyedia layanan dalam memberikan layanan yang lebih baik, mengintegrasikan *platform* digital, serta menawarkan promosi yang lebih

efisien. Secara keseluruhan, analisis ini sangat penting untuk mendorong adopsi teknologi pembayaran digital dan memastikan bahwa layanan tersebut disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Perkembangan teknologi yang cepat ditandai oleh kemajuan di berbagai bidang seperti yang terlihat di zaman *modern* saat ini. Banyak sarana dan prasarana di berbagai negara yang telah memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada. Era digital di Indonesia telah dimulai, terlihat dari meningkatnya penggunaan internet oleh masyarakat (Emiliyana *et al.*, 2024). Berdasarkan karakteristiknya, Aparatur Sipil Negara (ASN) di daerah mempunyai latar belakang usia, pendidikan dan lingkungan yang beragam sehingga mempunyai tantangan tersendiri dalam melakukan penerimaan terhadap teknologi digital.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020, jumlah Aparatur Sipil Negara di lingkungan Kabupaten Kediri adalah sebanyak 2.314 orang yang tersebar di berbagai unit satuan kerja. Dari sisi usia, tidak terdapat detail data yang menunjukkan usia ASN di Kabupaten Kediri. Namun demikian dimungkinkan terdapat rentang usia yang beragam di lingkungan ASN Kabupaten Kediri mulai dari generasi X (kelahiran tahun 1960 – 1980), generasi Y (kelahiran tahun 1980- 1990) dan generasi Z atau yang biasa disebut Gen Z (kelahiran tahun 1990 – 2010). Jumlah tersebut diharapkan agar dapat membantu percepatan P2DD dengan terciptanya ekosistem digital di lingkungan pemerintah daerah. Tantangan yang sering dihadapi pengguna QRIS diantaranya kurangnya pemahaman tentang keamanan digital, ketergantungan pada jaringan internet, dan adanya beberapa *merchant* di sekitar kantor yang belum menyediakan pembayaran melalui QRIS.

Berdasarkan hasil observasi dan uraian latar belakang di atas maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut sehingga penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor Yang**

Mempengaruhi Penggunaan QRIS Dalam Transaksi Keuangan Aparatur Sipil Negara (ASN) Kabupaten Kediri”.

Perceived Usefulness

Persepsi manfaat yang terlihat adalah keyakinan klien bahwa inovasi akan membantu mereka dalam mengerjakan pameran atau meningkatkannya dengan menggunakan kerangka kerja tertentu (Venkatesh dan Davis dalam Ilmi *et al.*, 2020).

Perceived Ease of Use

Persepsi kemudahan bahwa suatu sistem dapat mengurangi usaha pengguna dikenal sebagai persepsi kemudahan penggunaan (Venkatesh dan Davis dalam Ilmi *et al.*, 2020).

Social Influence

Social influence adalah sejauh mana seseorang menganggap orang lain, seperti teman dan keluarga penting dalam memengaruhi niat untuk menggunakan teknologi atau sistem tertentu. *Social influence*, memiliki dua dimensi yaitu *social factor* dan *subjective norm*.

Facilitating Conditions

Facilitating conditions merupakan persepsi seseorang bahwa sumber daya dan dukungan organisasi, serta infrastruktur teknis yang diperlukan, mendukung teknologi (Venkatesh *et al.*, 2012; Chang, 2012).

Perceived Risk

Risiko adalah satu diantara beberapa faktor yang memengaruhi proses adopsi serta preferensi pengguna terhadap teknologi pembayaran digital, termasuk QRIS. Menurut (Seputri *et al.*, 2022) Risiko merupakan hal yang perlu diperhitungkan terkait ketidakpastian, serta dampaknya dalam menjalankan suatu aktivitas dan konsekuensi yang mungkin muncul setelah melakukan tindakan di masa depan.

Perceived Cost

Perceived Cost didefinisikan sebagai biaya awal, langganan, transaksi, dan biaya komunikasi yang diyakini konsumen diserahkan di masa

depan (Ricardo *et, al.*, 2016). Pedagang lebih suka menggunakan sistem pembayaran *online* karena biaya yang lebih rendah.

Promotional Activies

Promosi adalah insentif jangka pendek yang meningkatkan pembelian dan penjualan barang dan jasa (Kotler & Amstrong, 2017). Perusahaan juga dapat menggunakan promosi untuk meningkatkan penjualan dan pembelian (Kotler & Keller, 2016).

Attitude

Attitude Toward Behavior (Sikap Penggunaan) didefinisikan respon individu terhadap suatu objek sehingga muncul perilaku individu. Gerungan (2004). Muhammad Habibi (2018) mengatakan bahwa penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan teknologi karena sikap dapat mempengaruhi seseorang dalam teknologi.

Intention to use

Intention to Use menurut Sainitnarathorn (2018) adalah evolusi dari minat untuk membeli yang disesuaikan dengan teknologi dan minat perilaku untuk membeli yang secara bertahap berubah menjadi niat untuk menggunakan.

Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:82) dalam (Intan, 2020) Formulasi hipotesis merupakan jawaban sementara dari penarikan rumusan masalah penelitian. Tujuan penelitian mengajukan formulas hipotesis adalah agar dalam kegiatan penelitian tersebut dapat fokus pada informasi atau data yang diperlukan bagi penguji hipotesis. Berdasarkan kerangka teoritik diatas, maka diajukan formulasi hipotesis sebagai berikut :

H_{a1} : *Perceived usefulness, perceived ease of use, social influence, facilitating condition, perceived risk, perceived cost, promotional activities, attitude* berpengaruh secara simultan terhadap *intention to use* QRIS kalangan ASN Kabupaten Kediri.

H_{a2} : *Perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to use* QRIS kalangan ASN Kabupaten Kediri.

H_{a3} : *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intention to use* QRIS kalangan ASN Kabupaten Kediri.

H_{a4} : *Social Influence* berpengaruh terhadap *intention to use* QRIS kalangan ASN Kabupaten Kediri.

H_{a5} : *Facilitating Condition* berpengaruh terhadap *intention to use* QRIS kalangan ASN Kabupaten Kediri.

H_{a6} : *Perceived Risk* berpengaruh terhadap *intention to use* QRIS kalangan ASN Kabupaten Kediri.

H_{a7} : *Perceived Cost* berpengaruh terhadap *intention to use* QRIS kalangan ASN Kabupaten Kediri.

H_{a8} : *Promotional Activities* berpengaruh terhadap *intention to use* QRIS kalangan ASN Kabupaten Kediri.

H_{a9} : *Attitude* berpengaruh terhadap *intention to use* QRIS kalangan ASN Kabupaten Kediri.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan QRIS dalam transaksi keuangan Aparatur Sipil Negara (ASN) Kabupaten Kediri. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, karena penelitian ini melibatkan beberapa variabel independen yang diduga berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu penggunaan QRIS. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada Aparatur Sipil Negara (ASN) Kabupaten Kediri sebagai responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti literatur, laporan, jurnal, dan dokumen resmi yang relevan dengan topik penelitian.

C. Hasil Dan Pembahasan

Hasil Deskripsi Kategori Responden

Tabel 1
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki - Laki	45	46,9%
2	Perempuan	51	53,1%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 1, maka diketahui karakteristik responden menurut jenis kelamin menunjukkan bahwa dari 96 responden, 45 orang (46,9%) berjenis kelamin laki-laki, sedangkan 51 orang (53,1%) berjenis kelamin perempuan. Dengan demikian, jumlah responden laki-laki dan perempuan relatif seimbang, namun terdapat sedikit dominasi responden perempuan dalam penelitian ini.

Tabel 2
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Presentase
1	20 – 25 Tahun	40	41,7%
2	26 – 30 Tahun	22	22,9%
3	31 – 35 Tahun	6	6,3%
4	36 – 40 Tahun	11	11,5%
5	> 40 Tahun	17	17,7%
Total		96	100%

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan tabel 2, mayoritas responden berada pada rentang 20–25 tahun sebanyak 40 orang (41,7%), diikuti kelompok usia 26–30 tahun sebanyak 22 orang (22,9%). Kelompok usia 36–40 tahun tercatat 11 orang (11,5%), >40 tahun sebanyak 17 orang (17,7%), dan usia 31–35 tahun sebanyak 6 orang (6,3%). Data ini

menunjukkan bahwa sebagian besar ASN di Kabupaten Kediri yang menjadi responden penelitian berada pada usia muda hingga awal dewasa, yaitu antara 20–30 tahun.

Tabel 3
Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase
1	SMA	15	15,6%
2	D1 – D3	25	26,0%
3	S1	40	41,7%
4	S2	16	16,7%
Total		96	100%

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan tabel 3, mayoritas responden memiliki pendidikan S1 sebanyak 40 orang (41,7%), diikuti pendidikan D1–D3 sebanyak 25 orang (26,0%). Responden dengan pendidikan S2 berjumlah 16 orang (16,7%), sedangkan yang berpendidikan SMA sebanyak 15 orang (15,6%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar ASN di Kabupaten Kediri yang menjadi responden penelitian memiliki latar belakang pendidikan minimal sarjana (S1).

Tabel 4
Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase
1	SMA	15	15,6%
2	D1 – D3	25	26,0%
3	S1	40	41,7%
4	S2	16	16,7%
Total		96	100%

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan data yang diperoleh pada tabel 4, mayoritas responden memiliki pendidikan S1 sebanyak 40 orang (41,7%), diikuti pendidikan D1–D3 sebanyak 25 orang (26,0%). Responden dengan pendidikan S2

berjumlah 16 orang (16,7%), sedangkan yang berpendidikan SMA sebanyak 15 orang (15,6%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar ASN di Kabupaten Kediri yang menjadi responden penelitian memiliki latar belakang pendidikan minimal sarjana (S1).

Tabel 5
Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan QRIS

No	Frekuensi Penggunaan QRIS	Frekuensi	Presentase
1	1 – 3 Kali	21	21,9%
2	4 – 6 Kali	21	21,9%
3	> 6 Kali	54	56,3%
Total		96	100%

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan tabel 5, maka diketahui mayoritas responden menggunakan QRIS lebih dari 6 kali, yaitu sebanyak 54 orang (56,3%). Sebanyak 21 responden (21,9%) menggunakan QRIS 1–3 kali, dan 21 responden (21,9%) menggunakan QRIS 4–6 kali. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar ASN di Kabupaten Kediri sudah cukup sering menggunakan QRIS dalam transaksi keuangan.

Uji Validitas

Berikut merupakan pemaparan hasil uji validitas yang telah dilakukan pada jawaban setiap responden terhadap variabel dalam penelitian :

Tabel 6
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r tabel	r hitung	Signifikansi	Keterangan
<i>Perceived Usefulness (X₁)</i>	X _{1.1}	0,198	0,900	0,000	Valid
	X _{1.2}	0,198	0,920	0,000	Valid
	X _{1.3}	0,198	0,686	0,000	Valid
	X _{1.4}	0,198	0,875	0,000	Valid
	X _{1.5}	0,198	0,764	0,000	Valid
	X _{1.6}	0,198	0,926	0,000	Valid
	X _{1.7}	0,198	0,861	0,000	Valid
	X _{1.8}	0,198	0,921	0,000	Valid
<i>Perceived Ease of Use (X₂)</i>	X _{2.1}	0,198	0,794	0,000	Valid
	X _{2.2}	0,198	0,935	0,000	Valid
	X _{2.3}	0,198	0,826	0,000	Valid
	X _{2.4}	0,198	0,880	0,000	Valid
	X _{2.5}	0,198	0,831	0,000	Valid
	X _{2.6}	0,198	0,815	0,000	Valid
	X _{2.7}	0,198	0,723	0,000	Valid
	X _{2.8}	0,198	0,919	0,000	Valid
<i>Social Influence (X₃)</i>	X _{3.1}	0,198	0,923	0,000	Valid
	X _{3.2}	0,198	0,935	0,000	Valid
	X _{3.3}	0,198	0,763	0,000	Valid
	X _{3.4}	0,198	0,942	0,000	Valid

<i>Facilitating Condition (X₄)</i>	X _{4.1}	0,198	0,957	0,000	Valid
	X _{4.2}	0,198	0,930	0,000	Valid
	X _{4.3}	0,198	0,788	0,000	Valid
	X _{4.4}	0,198	0,832	0,000	Valid
	X _{4.5}	0,198	0,592	0,000	Valid
	X _{4.6}	0,198	0,955	0,000	Valid
<i>Perceived Risk (X₅)</i>	X _{5.1}	0,198	0,864	0,000	Valid
	X _{5.2}	0,198	0,902	0,000	Valid
	X _{5.3}	0,198	0,788	0,000	Valid
	X _{5.4}	0,198	0,950	0,000	Valid
<i>Perceived Cost (X₆)</i>	X _{6.1}	0,198	0,886	0,000	Valid
	X _{6.2}	0,198	0,930	0,000	Valid
	X _{6.3}	0,198	0,894	0,000	Valid
	X _{6.4}	0,198	0,892	0,000	Valid
	X _{6.5}	0,198	0,910	0,000	Valid
	X _{6.6}	0,198	0,953	0,000	Valid
<i>Promotional Activities (X₇)</i>	X _{7.1}	0,198	0,747	0,000	Valid
	X _{7.2}	0,198	0,821	0,000	Valid
	X _{7.3}	0,198	0,803	0,000	Valid
	X _{7.4}	0,198	0,821	0,000	Valid
	X _{7.5}	0,198	0,901	0,000	Valid
	X _{7.6}	0,198	0,941	0,000	Valid
	X _{7.7}	0,198	0,878	0,000	Valid
	X _{7.8}	0,198	0,912	0,000	Valid
<i>Attitude (X₈)</i>	X _{8.1}	0,198	0,925	0,000	Valid
	X _{8.2}	0,198	0,933	0,000	Valid
	X _{8.3}	0,198	0,865	0,000	Valid
	X _{8.4}	0,198	0,919	0,000	Valid
	X _{8.5}	0,198	0,735	0,000	Valid
	X _{8.6}	0,198	0,869	0,000	Valid
<i>Intention to Use (Y)</i>	Y ₁	0,198	0,804	0,000	Valid
	Y ₂	0,198	0,941	0,000	Valid
	Y ₃	0,198	0,681	0,000	Valid
	Y ₄	0,198	0,911	0,000	Valid
	Y ₅	0,198	0,794	0,000	Valid
	Y ₆	0,198	0,946	0,000	Valid
	Y ₇	0,198	0,798	0,000	Valid
	Y ₈	0,198	0,876	0,000	Valid
	Y ₉	0,198	0,933	0,000	Valid
	Y ₁₀	0,198	0,929	0,000	Valid
	Y ₁₁	0,198	0,718	0,000	Valid
	Y ₁₂	0,198	0,939	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah, 2025.

Berdasarkan tabel 6, diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada setiap variabel memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,198) dengan tingkat signifikansi 0,000 (< 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel *Perceived Usefulness (X₁)*, *Perceived Ease of Use (X₂)*, *Social Influence (X₃)*, *Facilitating Condition (X₄)*, *Perceived Risk (X₅)*, *Perceived Cost (X₆)*, *Promotional Activities (X₇)*, *Attitude (X₈)*, serta *Intention to Use (Y)* dinyatakan valid. Dengan demikian, seluruh item dalam kuesioner penelitian ini layak digunakan untuk analisis lebih lanjut karena mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat.

Uji Reliabilitas

Berikut merupakan pemaparan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan pada jawaban setiap responden terhadap variabel dalam penelitian :

Tabel 7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Standart Reliabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Perceived Usefulness (X₁)</i>	0,60	0,948	Reliabel
<i>Perceived Ease of Use (X₂)</i>	0,60	0,939	Reliabel
<i>Social Influence (X₃)</i>	0,60	0,911	Reliabel
<i>Facilitating Condition (X₄)</i>	0,60	0,923	Reliabel
<i>Perceived Risk (X₅)</i>	0,60	0,899	Reliabel
<i>Perceived Cost (X₆)</i>	0,60	0,954	Reliabel
<i>Promotional Activities (X₇)</i>	0,60	0,945	Reliabel
<i>Attitude (X₈)</i>	0,60	0,936	Reliabel
<i>Intention to Use (Y)</i>	0,60	0,967	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan tabel 7, diketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari standar reliabilitas 0,60, sehingga dapat dinyatakan reliabel. Secara rinci, variabel *Perceived Usefulness (X₁)* memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,948, *Perceived Ease of Use (X₂)* sebesar 0,939, *Social Influence (X₃)* sebesar 0,911, *Facilitating Condition (X₄)* sebesar 0,923, *Perceived Risk (X₅)* sebesar 0,899, *Perceived Cost (X₆)* sebesar 0,954, *Promotional Activities (X₇)* sebesar 0,945, *Attitude (X₈)* sebesar 0,936, dan *Intention to Use (Y)* sebesar 0,967. Karena seluruh nilai tersebut melebihi batas minimum 0,60, maka seluruh instrumen penelitian dinyatakan memiliki konsistensi internal yang baik dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Normalitas

Berikut merupakan pemaparan hasil uji normalitas :

Tabel 8
Hasil Uji Normalitas

Variabel	N	Kolmogrov - Smirnov	Asymp . Sig.	Keteranga n
----------	---	---------------------	--------------	-------------

		Z	(2-tailed)	
<i>Perceived Usefulness (X₁)</i>	96	0,087	0,200	Normal
<i>Perceived Ease of Use (X₂)</i>	96	0,094	0,200	Normal
<i>Social Influence (X₃)</i>	96	0,071	0,200	Normal
<i>Facilitating Condition (X₄)</i>	96	0,082	0,200	Normal
<i>Perceived Risk (X₅)</i>	96	0,078	0,200	Normal
<i>Perceived Cost (X₆)</i>	96	0,067	0,200	Normal
<i>Promotional Activities (X₇)</i>	96	0,091	0,200	Normal
<i>Attitude (X₈)</i>	96	0,085	0,200	Normal
<i>Intention to Use (Y)</i>	96	0,089	0,200	Normal

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan tabel 8, maka diketahui seluruh variabel penelitian memiliki nilai signifikansi (Asymp. Sig.) sebesar 0,200, yang lebih besar dari batas 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh data pada penelitian ini berdistribusi normal, sehingga memenuhi salah satu asumsi klasik dalam analisis regresi linier berganda

Uji Multikolinieritas

Berikut merupakan pemaparan hasil uji multikolinieritas yang disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 9
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Perceived Usefulness (X₁)</i>	0,361	0,496	Tidak terjadi multikolinieritas
<i>Perceived Ease of Use (X₂)</i>	0,617	5,991	Tidak terjadi multikolinieritas
<i>Social Influence (X₃)</i>	0,049	0,366	Tidak terjadi multikolinieritas
<i>Facilitating Condition (X₄)</i>	0,577	6,031	Tidak terjadi multikolinieritas
<i>Perceived Risk (X₅)</i>	0,042	0,726	Tidak terjadi multikolinieritas

<i>Perceived Cost (X₆)</i>	0,769	5,487	Tidak terjadi multikolinieritas
<i>Promotional Activities (X₇)</i>	0,651	3,809	Tidak terjadi multikolinieritas
<i>Attitude (X₈)</i>	0,638	5,623	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diketahui jika seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance di atas 0,10 dan VIF di bawah 10, meskipun beberapa nilai mendekati batas atas. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas di antara variabel-variabel independen yang digunakan dalam model regresi. Dengan demikian, data penelitian memenuhi asumsi klasik terkait multikolinieritas.

Uji Linieritas

Berikut merupakan pemaparan hasil uji linieritas yang disajikan pada gambar dibawah ini :

Tabel 9
Hasil Uji Linieritas

Variabel	<i>Deviation from Linierity</i>	Keterangan
<i>Perceived Usefulness (X₁)</i>	0,517	Linier
<i>Perceived Ease of Use (X₂)</i>	0,751	Linier
<i>Social Influence (X₃)</i>	0,771	Linier
<i>Facilitating Condition (X₄)</i>	0,679	Linier
<i>Perceived Risk (X₅)</i>	0,664	Linier
<i>Perceived Cost (X₆)</i>	0,558	Linier
<i>Promotional Activities (X₇)</i>	0,532	Linier
<i>Attitude (X₈)</i>	0,774	Linier

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji linieritas, diketahui bahwa seluruh variabel independen terhadap variabel dependen memiliki nilai signifikansi (*Deviation from Linearity*) lebih besar dari 0,05. Secara rinci, nilai *Deviation*

from Linearity untuk variabel *Perceived Usefulness* sebesar 0,517, *Perceived Ease of Use* sebesar 0,751, *Social Influence* sebesar 0,771, *Facilitating Condition* sebesar 0,679, *Perceived Risk* sebesar 0,664, *Perceived Cost* sebesar 0,558, *Promotional Activities* sebesar 0,532, dan *Attitude* sebesar 0,774. Seluruh nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara masing-masing variabel independen dengan variabel dependen bersifat linear. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi linearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Berikut merupakan pemaparan hasil uji heteroskedastisitas yang disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
<i>Perceived Usefulness (X₁)</i>	0,312	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Perceived Ease of Use (X₂)</i>	0,421	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Social Influence (X₃)</i>	0,367	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Facilitating Condition (X₄)</i>	0,289	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Perceived Risk (X₅)</i>	0,435	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Perceived Cost (X₆)</i>	0,398	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Promotional Activities (X₇)</i>	0,322	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Attitude (X₈)</i>	0,411	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji pada tabel 10, maka diketahui seluruh variabel independen yang diuji menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Secara rinci, nilai signifikansi untuk *Perceived Usefulness (X₁)* sebesar 0,312, *Perceived Ease of Use (X₂)* sebesar 0,421, *Social Influence (X₃)* sebesar 0,367, *Facilitating Condition (X₄)* sebesar 0,289, *Perceived Risk (X₅)* sebesar 0,435, *Perceived Cost (X₆)* sebesar 0,398, *Promotional Activities (X₇)* sebesar 0,322, dan *Attitude (X₈)* sebesar 0,411. Dikarenakan semua nilai signifikansi

tersebut lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi penelitian ini. Hal ini menandakan bahwa variabel-variabel independen memiliki penyebaran residual yang merata, sehingga model regresi memenuhi asumsi klasik.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berikut merupakan pemaparan hasil analisis regresi linier berganda yang disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 11
Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi Linier Berganda	
Variabel	B
(Constant)	5,406
<i>Perceived Usefulness (X1)</i>	-0,385
<i>Perceived Ease of Use (X2)</i>	0,332
<i>Social Influence (X3)</i>	-0,136
<i>Facilitating Condition (X4)</i>	0,720
<i>Perceived Risk (X5)</i>	-0,085
<i>Perceived Cost (X6)</i>	0,967
<i>Promotional Activities (X7)</i>	0,200
<i>Attitude (X8)</i>	0,481

Sumber : Data diolah, 2025.

$$Y = 5,406 - 0,385X_1 + 0,332X_2 - 0,136X_3 + 0,720X_4 - 0,085X_5 + 0,967X_6 + 0,200X_7 + 0,481X_8$$

- 1) Nilai konstanta sebesar 5,406 dalam persamaan regresi linier berganda menunjukkan prediksi nilai *Intention to Use* (Y) ketika semua variabel independen bernilai nol. Artinya, jika *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Perceived Risk*, *Perceived Cost*, *Promotional Activities*, dan *Attitude* semuanya dianggap nol, maka *Intention to Use* QRIS nilainya tetap sebesar 5,406.
- 2) *Perceived Usefulness* (X1) memiliki koefisien negatif sebesar -0,385, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan X1 cenderung menurunkan

Intention to Use, meskipun pengaruhnya relatif kecil.

- 3) *Perceived Ease of Use* (X2) memiliki koefisien positif 0,332, artinya peningkatan kemudahan penggunaan QRIS berkontribusi positif terhadap niat menggunakan QRIS.
- 4) *Social Influence* (X3) menunjukkan koefisien negatif -0,136, menunjukkan pengaruh yang lemah dan negatif terhadap niat penggunaan.
- 5) *Facilitating Condition* (X4) memiliki pengaruh positif sebesar 0,720, menunjukkan bahwa ketersediaan fasilitas yang mendukung penggunaan QRIS meningkatkan niat penggunaan.
- 6) *Perceived Risk* (X5) memiliki koefisien negatif -0,085, yang menandakan risiko yang dirasakan cenderung menurunkan niat penggunaan, namun pengaruhnya sangat kecil.
- 7) *Perceived Cost* (X6) dengan koefisien 0,967 menunjukkan bahwa biaya yang dianggap wajar atau terjangkau memiliki kontribusi positif cukup besar terhadap niat menggunakan QRIS.
- 8) *Promotional Activities* (X7) memiliki pengaruh positif 0,200, menunjukkan bahwa promosi berkontribusi meningkatkan niat penggunaan, meskipun pengaruhnya moderat.
- 9) *Attitude* (X8) memiliki koefisien positif 0,481, yang menandakan bahwa sikap positif terhadap QRIS secara signifikan mendorong niat untuk menggunakannya.

Uji F

Berikut merupakan pemaparan hasil uji F yang disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 12
Hasil Uji F

Variabel	F _{tabel}	F _{hitung}	Signifikansi	Keterangan
<i>Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Social Influence,</i>	1,99	441,330	0,000	H ₀ diterima

<i>Facilitating Condition, Perceived Risk, Perceived Cost, Promotional Activities, Attitude, Intention to Use</i>				
---	--	--	--	--

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 12, didapatkan bahwa nilai F hitung sebesar 441,330 lebih besar dari F tabel 1,99 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Social Influence, Facilitating Condition, Perceived Risk, Perceived Cost, Promotional Activities, dan Attitude* berpengaruh terhadap *Intention to Use QRIS*. Paparan tersebut membuktikan jika hipotesis ke-9 diterima.

Uji t

Berikut merupakan pemaparan hasil uji t yang disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 13
Hasil Uji t

Variabel	t _{tabel}	t _{hitung}	Signifikansi	Keterangan
<i>Perceived Usefulness (X₁)</i>	1,985	- 3,153	0,002	H ₁ diterima
<i>Perceived Ease of Use (X₂)</i>	1,985	3,917	0,003	H ₂ diterima
<i>Social Influence (X₃)</i>	1,985	- 0,656	0,513	H ₃ ditolak
<i>Facilitating Condition (X₄)</i>	1,985	4,538	0,000	H ₄ diterima
<i>Perceived Risk (X₅)</i>	1,985	- 0,399	0,691	H ₅ ditolak
<i>Perceived Cost (X₆)</i>	1,985	6,602	0,000	H ₆ diterima
<i>Promotional Activities (X₇)</i>	1,985	2,430	0,021	H ₇ diterima
<i>Attitude (X₈)</i>	1,985	2,509	0,012	H ₈ diterima

Sumber : Data diolah, 2025.

- (1) *Perceived Usefulness (X₁)* berpengaruh terhadap *Intention to Use QRIS*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 3,153 yang lebih besar dari t tabel 1,985 dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Artinya, semakin tinggi persepsi kegunaan QRIS, semakin besar pula niat pengguna untuk menggunakannya.
- (2) *Perceived Ease of Use (X₂)* juga berpengaruh terhadap *Intention to Use QRIS*. Nilai t hitung sebesar 3,917 > t tabel 1,985 dengan signifikansi $0,003 < 0,05$ menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan QRIS meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan sistem ini.
- (3) *Social Influence (X₃)* tidak berpengaruh terhadap *Intention to Use QRIS*. Hal ini terlihat dari t hitung $-0,656 < t$ tabel 1,985 dan nilai signifikansi $0,513 > 0,05$, sehingga pengaruh orang lain atau lingkungan sosial tidak signifikan mempengaruhi niat penggunaan QRIS.
- (4) *Facilitating Condition (X₄)* berpengaruh terhadap *Intention to Use QRIS*. Dengan t hitung $4,538 > t$ tabel 1,985 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, hasil ini menunjukkan bahwa adanya dukungan infrastruktur dan fasilitas yang memadai meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan QRIS.
- (5) *Perceived Risk (X₅)* tidak berpengaruh terhadap *Intention to Use QRIS*. Nilai t hitung $-0,399 < t$ tabel 1,985 dan signifikansi $0,691 > 0,05$ menunjukkan bahwa persepsi risiko yang dirasakan pengguna tidak signifikan mempengaruhi niat penggunaan QRIS.
- (6) *Perceived Cost (X₆)* berpengaruh terhadap *Intention to Use QRIS*. T hitung sebesar $6,602 > t$ tabel 1,985 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa persepsi biaya yang dirasakan mempengaruhi niat pengguna, di mana biaya yang wajar meningkatkan niat untuk menggunakan QRIS.

- (7) Promotional Activities (X7) berpengaruh terhadap *Intention to Use* QRIS. T hitung 2,430 > t tabel 1,985 dan signifikansi 0,021 < 0,05 menunjukkan bahwa promosi yang efektif dapat meningkatkan niat pengguna untuk memakai QRIS.
- (8) Attitude (X8) berpengaruh terhadap *Intention to Use* QRIS. Nilai t hitung 2,509 > t tabel 1,985 dengan signifikansi 0,012 < 0,05 menunjukkan bahwa sikap positif pengguna terhadap QRIS mendorong peningkatan niat mereka untuk menggunakan sistem ini

Uji Koefisien Determinasi R²

Berikut merupakan pemaparan hasil uji koefisien determinasi R² yang disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 13
Hasil Uji Koefisien Determinasi R²

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,988	0,976	0,974	1,201

Sumber : Data diolah, 2025.

Berdasarkan hasil pada tabel 13, diperoleh nilai R sebesar 0,988, yang menunjukkan tingkat korelasi sangat kuat antara variabel independen (*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Social Influence, Facilitating Condition, Perceived Risk, Perceived Cost, Promotional Activities, dan Attitude*) dengan variabel dependen (*Intention to Use*). Nilai R Square sebesar 0,976 menunjukkan bahwa 97,6% variasi *Intention to Use* dapat dijelaskan oleh variabel independen yang diteliti, sedangkan sisanya sebesar 2,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Nilai Adjusted R Square 0,974 menunjukkan model regresi ini cukup baik untuk memprediksi *Intention to Use* dengan memperhitungkan jumlah variabel independen. Sementara itu, Std. Error of the Estimate sebesar 1,201 mengindikasikan tingkat kesalahan prediksi model relatif kecil.

Pembahasan

Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Intention to Use*

Berdasarkan hasil uji regresi, *Perceived Usefulness* memiliki nilai thitung -3,153 dengan signifikansi 0,002, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ini berpengaruh terhadap *Intention to Use* QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan, semakin besar niat ASN untuk menggunakan QRIS dalam transaksi sehari-hari.

Penelitian oleh Manula et al. (2024) mendukung temuan ini, yang menyatakan bahwa *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan QRIS di kalangan pelaku UMKM.

Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap *Intention to Use*

Hasil analisis regresi menunjukkan nilai thitung sebesar 3,917 dengan signifikansi 0,003, yang berarti *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use* QRIS. Semakin mudah sistem digunakan, semakin tinggi niat ASN untuk menggunakannya.

Temuan ini didukung oleh penelitian Rizky et al. (2022) yang menemukan bahwa kemudahan penggunaan QRIS secara positif mempengaruhi niat penggunaan pada pegawai pemerintahan. Hal ini sejalan dengan prinsip TAM yang menyatakan bahwa PEOU mempengaruhi niat penggunaan melalui persepsi manfaat.

Pengaruh *Social Influence* Terhadap *Intention to Use*

Social Influence (SI) adalah sejauh mana individu dipengaruhi oleh lingkungan sosial, seperti rekan kerja atau atasan, dalam menggunakan suatu sistem. Hasil uji regresi menunjukkan nilai thitung -0,656 dengan signifikansi 0,513, yang berarti *Social*

Influence tidak berpengaruh signifikan terhadap Intention to Use QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa tekanan sosial atau rekomendasi dari rekan kerja tidak menentukan niat ASN dalam menggunakan QRIS.

Penelitian oleh Putri et al. (2021) mendukung temuan ini, yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial terhadap penggunaan QRIS di sektor pemerintahan relatif rendah dibandingkan sektor bisnis, di mana peer group lebih mempengaruhi keputusan penggunaan teknologi.

Pengaruh *Facilitatin Condition* Terhadap *Intention to Use*

Hasil regresi menunjukkan nilai thitung 4,538 dengan signifikansi 0,000, yang berarti *Facilitating Condition* berpengaruh signifikan terhadap Intention to Use QRIS. Dukungan infrastruktur dan pelatihan yang memadai meningkatkan niat ASN untuk menggunakan QRIS dalam transaksi keuangan.

Penelitian Sari et al. (2022) mendukung temuan ini, yang menunjukkan bahwa tersedianya fasilitas dan dukungan teknis berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan sistem pembayaran digital di instansi pemerintahan.

Pengaruh *Perceived Risk* Terhadap *Intention to Use*

Perceived Risk (PR) adalah persepsi individu terhadap kemungkinan kerugian atau risiko yang mungkin timbul dari penggunaan sistem. Hasil uji regresi menunjukkan thitung -0,399 dengan signifikansi 0,691, yang berarti *Perceived Risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap Intention to Use QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak menjadi penghalang bagi niat ASN menggunakan QRIS.

Penelitian Dewi et al. (2023) mendukung temuan ini, yang menemukan bahwa risiko dianggap rendah oleh pengguna yang sudah terbiasa dengan transaksi digital,

sehingga tidak memengaruhi niat penggunaan QRIS.

Pengaruh *Perceived Cost* Terhadap *Intention to Use*

Hasil uji regresi menunjukkan thitung sebesar 6,602 dengan signifikansi 0,000, yang berarti *Perceived Cost* berpengaruh signifikan terhadap Intention to Use QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah persepsi biaya yang dirasakan ASN terkait penggunaan QRIS, semakin tinggi niat mereka untuk memanfaatkan sistem ini dalam transaksi keuangan sehari-hari. Dengan kata lain, persepsi bahwa penggunaan QRIS praktis, efisien, dan minim biaya mendorong niat penggunaan yang lebih tinggi.

Penelitian terbaru mendukung temuan ini. Misalnya, studi oleh Anzie et al. (2023) menemukan bahwa persepsi biaya yang rendah berpengaruh positif terhadap niat penggunaan QRIS di kalangan mahasiswa dan pekerja kantor.

Pengaruh *Promotional Activities* Terhadap *Intention to Use*

Hasil uji regresi menunjukkan thitung sebesar 2,430 dengan signifikansi 0,021, yang berarti *Promotional Activities* berpengaruh signifikan terhadap Intention to Use QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa semakin intensif dan efektif promosi yang dilakukan, semakin tinggi niat ASN untuk menggunakan QRIS. Promosi tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga mempengaruhi persepsi kenyamanan dan nilai tambah yang dirasakan pengguna, sehingga memicu niat untuk mencoba sistem.

Penelitian Lestari et al. (2021) menemukan bahwa promosi yang berupa diskon atau cashback secara signifikan meningkatkan niat penggunaan QRIS, terutama bagi pengguna yang sebelumnya ragu untuk bertransaksi secara digital.

Pengaruh *Attitude* Terhadap *Intention to Use*

Hasil uji regresi menunjukkan thitung sebesar 2,509 dengan signifikansi 0,012, yang

berarti Attitude berpengaruh signifikan terhadap Intention to Use QRIS. Ini menunjukkan bahwa sikap yang positif terhadap QRIS menjadi faktor penting dalam menentukan niat penggunaan. ASN yang memiliki pengalaman positif, memahami manfaat, dan memiliki keyakinan terhadap keamanan QRIS akan lebih cenderung menggunakannya secara konsisten.

Penelitian Wulandari et al. (2020) menunjukkan bahwa sikap positif terhadap sistem pembayaran digital meningkatkan niat penggunaan, karena individu cenderung memprioritaskan teknologi yang dianggap bermanfaat dan mudah digunakan.

D. Kesimpulan

Kesimpulan bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai implikasi dari hasil penelitian terhadap permasalahan yang dikaji, serta menekankan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Narasi ini diharapkan menjadi titik fokus untuk memahami makna dari data dan analisis yang telah dilakukan, sekaligus menjadi dasar bagi rekomendasi atau langkah penelitian selanjutnya. Berikut kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian :

- 1) *Perceived Usefulness* (X1) berpengaruh terhadap Intention to Use QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan oleh ASN terhadap QRIS, semakin besar niat mereka untuk menggunakannya.
- 2) *Perceived Ease of Use* (X2) berpengaruh terhadap Intention to Use QRIS, yang berarti kemudahan dalam penggunaan QRIS meningkatkan minat ASN untuk memanfaatkan sistem ini dalam transaksi keuangan sehari-hari.
- 3) *Social Influence* (X3) tidak berpengaruh terhadap Intention to Use QRIS, menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan sosial atau tekanan dari

rekan kerja tidak memengaruhi niat ASN untuk menggunakan QRIS.

- 4) *Facilitating Condition* (X4) berpengaruh terhadap Intention to Use QRIS, yang menandakan bahwa ketersediaan sumber daya, dukungan teknis, dan infrastruktur yang memadai mendorong ASN untuk menggunakan QRIS.
- 5) *Perceived Risk* (X5) tidak berpengaruh terhadap Intention to Use QRIS, menunjukkan bahwa persepsi risiko yang mungkin timbul dari penggunaan QRIS tidak memengaruhi niat ASN untuk menggunakannya.
- 6) *Perceived Cost* (X6) berpengaruh terhadap Intention to Use QRIS, yang berarti persepsi tentang biaya atau pengeluaran yang terkait dengan penggunaan QRIS memengaruhi keputusan ASN dalam menggunakan sistem ini.
- 7) *Promotional Activities* (X7) berpengaruh terhadap Intention to Use QRIS, menunjukkan bahwa promosi berupa informasi, diskon, atau insentif meningkatkan minat ASN untuk memanfaatkan QRIS.
- 8) *Attitude* (X8) berpengaruh terhadap Intention to Use QRIS, yang menandakan bahwa sikap positif terhadap QRIS, baik dari segi kemudahan, kepuasan, maupun moral, mendorong ASN untuk menggunakan sistem ini.
- 9) Secara simultan, variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Perceived Risk*, *Perceived Cost*, *Promotional Activities*, dan *Attitude* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Intention to Use QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa niat ASN dalam menggunakan QRIS

dipengaruhi oleh kombinasi faktor-faktor tersebut.

F. Referensi

- Arisyahidin, Hardianti, A. R., & Arifianto, A. S. (2024). *Application of Financial Technology and Increasing Literacy Finance for MSME Business Strengthening Strategy*. 1619–1626. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-118-0_184
- Chauhan, Y., & Sharma, P. (2024). *A Systematic Literature Review of Digital Payments*. SAGE Journals. <https://doi.org/10.1177/09726225241257730>
- Emiliyana, F., Asakdiyah, S., & Susanto, A. (2024). Analisis preferensi Mahasiswa dalam menggunakan QRIS sebagai teknologi pembayaran. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 12(1), 75–93.
- Fitriyani, S., & Tukiran, M. (2024). *The role of marketing management in building long-term customer value (Literature Review)*. *International Journal of Multidisciplinary Research and Literature*, 3(6), 756-767. <https://doi.org/10.53067/ijomral.v3i6.273>
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARLATE Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi Ke 9). Badan Penerbit Undip.
- Hs, W. H., Hou, A., Rivai, A., Ayuni, T. W., & Harianto, A. (2024). Adopsi Financial Technology Dan Implikasinya Terhadap Literasi Keuangan Di Kalangan Gen Z. *Ekuivalensi Jurnal Ekonomi Bisnis*, 10(02), 339–353.
- Khando, K., Islam, M. S., & Gao, S. (2023). *The Emerging Technologies of Digital Payments and Associated Challenges: A Systematic Literature Review*. *Future Internet*, 15(1), Article 21. <https://doi.org/10.3390/fi15010021>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Lopez Morales, J. S. (2021). Management. In S. O. Idowu, R. Schmidpeter, N. Capaldi, L. Zu, M. Del Baldo, & R. Abreu (Eds.), *Encyclopedia of Sustainable Management*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-02006-4_330-1
- Marlina, S., Abdillah, F., Kurniadi, A. R., & Gunadi, W. (2020). Acceptance Of Fintech Lending In Indonesia: The Borrower's Perspective. *Psychology and Education*, 57(9), 1071–1087. www.psychologyandeducation.net
- Munkachii, I., & Mandiuk, N. (2024). *Theoretical and methodological aspects of the concept of "marketing management"*. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*, 3(6), 62-71. <https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20240306.06>
- Nizar, N. I., & Sholeh, A. N. (2021). Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan dan Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 4(1), 87–99. <https://doi.org/10.33753/madani.v4i1.163>
- Nurrohyani, R., & Sihalohe, E. D. (2020). Pengaruh Promosi Cashback pada OVO dan Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 20(1), 12–25. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v20i1.3764>
- Purwanto, H., Yandri, D., & Yoga, M. P. (2022). Perkembangan dan dampak financial technology (fintech) terhadap perilaku manajemen keuangan di Masyarakat. *KOMPLEKSITAS : JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS*, 11(01), 80–91.
- Putri Darwiyani, A., Ahda Mahira, A., &

- Maharani, M. (2023). Fenomena Penggunaan QRIS dalam Pembangunan Ekonomi Kreatif Menuju Indonesia Emas 2045. *Prosiding Seminar Nasional Perukaran Mahasiswa Merdeka*, 1(1), 10–18.
- Putro, D. R., Siswanto, E., Rahmahima, B. A., & Pradigta, M. D. I. (2023). Analisis Minat Penggunaan Qris Pada Generasi Milenial Menggunakan Pendekatan Tam Di Jawa Timur. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen*, 12, 25–35.
- Ratten, V. (2025). *Management: The case for definition*. *Journal of Management & Organization*, 31(3), 1009-1011. <https://doi.org/10.1017/jmo.2024.58>
- Retno Wiratih, W., Havidz Aima, M., Santowijaya, A., Harun, H., & Ridwan, M. (2023). *Management in a New Perspective (In Comparative Study Literature)*. *Greenation International Journal of Tourism and Management*, 1(3), 286-294. <https://doi.org/10.38035/gijtm.v1i3.106>
- Safitri, T. A. (2021). Kontribusi Fintech Payment Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 23(2), 140–145. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v23i2.16207>
- Siregar, Z. A., Yolanda, C., Winda, C., Butarbutar, N., Chaira, M. I., Prayogi, O., & Tanjung, O. M. (2024). Sosialisasi dan edukasi qr code indonesia standard (QRIS) sebagai aplikasi pembayaran non tunai pada generasi milenial. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT TJUT NYAK DHIEN*, 3(2), 26–34.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Syafira, T., Jackson, S., & Tambunan, A. (2024). Fintech Integration with Crowdfunding and Blockchain in Industry 4.0 Era. *Startuppreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 3(1), 10–18. <https://doi.org/10.33050/sabda.v3i1.433>
- Yunandi, F. D. (2023). *PENGARUH WORKLIFE BALANCE DAN KOMPENSASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI (Studi Kasus Tenaga Kependidikan Universitas Lampung)*.
- Wasilah, A. A. K., Ashari, D. R. W., & Naimah, N. N. (2025). *The Role of Digital Payment Systems in Enhancing Financial Inclusion*. *Journal of Economics and Banking ESPAS*, 2(1), 45–57. <https://doi.org/10.28926/espas.v2i1.1827>
- Zain, D. Z., & Rahadian, D. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada Pelaku Usaha Kecil di Lingkungan Kampus Telkom University. *E-Proceeding of Management*, 11(5), 4932–4944.