

## Pengaruh Sosial dan Nilai Harga terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS* serta dampaknya pada *Use Behavior*: Studi Empiris pada UMKM Sektor Kuliner Kota Pekanbaru

Dyenda Azzahra<sup>1\*</sup>, Ruhul Fitrius<sup>2</sup>, Lila Anggraini<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau, Pekanbaru

\*Korespondensi: [dyenda.azzahra2568@student.unri.ac.id](mailto:dyenda.azzahra2568@student.unri.ac.id)

---

**Tanggal Masuk:**

04 Maret 2024

**Tanggal Revisi:**

28 Maret 2024

**Tanggal Diterima:**

17 April 2024

---

**Keywords:** *Behavioral Intention to Use; QRIS; Price Value; Digital Payment; Information Systems.*

---

**How to cite (APA 6<sup>th</sup> style)**

Azzahra, D., Fitrius R., & Anggraini, L. (2024). Pengaruh Sosial dan Nilai Harga terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS* serta Dampaknya pada *Use Behavior*: Studi Empiris pada UMKM Sektor Kuliner Kota Pekanbaru. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 6 (2), 761-776.

---

**DOI:**

<https://doi.org/10.24036/jea.v6i2.1568>

---



This is an open access article distributed under the [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

---

**Abstract**

*The presence of QRIS payment technology in the digitalization era shows that there is a level of technology adoption that originates from the intensity of behavior of MSME players as users of digital payment services. The aim of this research is to explore the role of social influence and price values on interest in using QRIS for MSMEs in the Culinary Sector in Pekanbaru City. This research uses quantitative descriptive methods. Empirical data was collected through questionnaires from 340 respondents who are MSME owners. Analyzed using SmartPLS 4.0 based on the SEM-PLS method. The research results concluded that social influence and price value influenced behavioral intentions to use QRIS, then behavioral intentions to use QRIS influenced usage behavior. Therefore, this study is consistent with the efforts of the government and Bank Indonesia to accelerate the implementation of digital payments in the development of the MSME digitalization program.*

## PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi dan informasi yang pesat membantu pertumbuhan ekonomi digital. Adapun salah satu bentuk implementasi teknologi informasi dengan pembayaran transaksi secara nontunai. Penggunaan *digital payment* bisa mendukung pola transaksi tersebut. Transaksi pembayaran nontunai dan layanan lembaga keuangan menguntungkan ekonomi. Salah satu manfaat teknologi pembayaran nontunai adalah untuk meningkatkan ekosistem pembayaran dan meningkatkan efisiensi dan efektivitas layanan pembayaran nontunai di berbagai sektor inklusif, terutama segmen mikro, dan mempercepat berbagai program terkait keuangan inklusif dan nontunai.

Sejalan dengan Bank Indonesia, Blue Print Sistem Pembayaran Indonesia (BSPI) 2025 menyatakan bahwa kecepatan, efisiensi, dan era digital akan mendorong pertumbuhan permintaan jasa keuangan. Era digital saat ini mengacu pada semua aspek, termasuk pembayaran. Untuk memenuhi kewajiban yang timbul dari kegiatan jual beli di masyarakat,

sistem pembayaran terdiri dari kumpulan aturan, prosedur, dan mekanisme transaksi. BSPI 2025 ini bertujuan agar tercipta sistem pembayaran yang CEMUMUAH (cepat, mudah, murah, aman, dan juga handal (Bank Indonesia, 2022).

Sementara berdasarkan data survei OJK, indeks literasi keuangan di tahun 2019 mencapai sekitar 38% dan tingkat inklusi keuangan mencapai sekitar 76%. Ini membuktikan bahwa secara umum masyarakat belum sepenuhnya paham perihal spesifikasi produk ataupun layanan dari sektor jasa keuangan. Oleh karena itu, sesuai dengan Kerangka Struktural Master Plan Sektor Jasa Keuangan Indonesia Tahun 2021-2025, Otoritas Jasa Keuangan berkomitmen kuat untuk meningkatkan indeks literasi dan inklusi keuangan nasional. Tujuannya adalah untuk memperluas dan meningkatkan akses keuangan. literasi di masyarakat, terutama di kalangan bisnis kecil dan menengah UMKM (OJK, 2022).

Perkembangan perekonomian nasional yang cukup pesat saat ini merupakan peran penting dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang menjadi pilar dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia. Peran penting ini dibuktikan jumlah UMKM di Indonesia UMKM berkontribusi besar terhadap perekonomian bangsa Indonesia dengan sumbangsih mencapai 60,5 persen terhadap PDB nasional, 99,9 persen dari unit usaha, hingga berkontribusi sebesar 15,6 persen terhadap ekspor non migas (Ahdiat, 2023). Hingga Juni 2023, Bank Indonesia memiliki 26,7 juta merchant QRIS dan 37 juta pengguna QRIS, yang merupakan 82 persen dari target pengguna 45 juta pada tahun itu (Bank Indonesia, 2023).

Perkembangan UMKM di Riau mengalami progres kemajuan, Pemerintah provinsi Riau telah mendorong peningkatan penyediaan QRIS. Dalam rangka mensosialisasikan QRIS, Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Riau mengadakan rangkaian kegiatan pekan QRIS Nasional di Kota Pekanbaru, Hingga juni 2023, jumlah pengguna QRIS di provinsi Riau sebanyak 600.365 dan jumlah merchant sebanyak 556.511, dan volume transaksi sebesar 9.996.620 (Nur, 2023a). Hal ini didorong dengan meningkatnya pengguna QRIS yang ada di Provinsi Riau yang nantinya akan berdampak saling menguntungkan antara penjual dan pembeli dimana dapat memberikan kemudahan transaksi dalam kegiatan ekonomi masyarakat.

Model adopsi teknologi yang dapat membuktikan *behavioral intention* teknologi QRIS adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT2) untuk menilai sikap pengguna terhadap teknologi baru. UTAUT2 merupakan model yang sering digunakan untuk memprediksikan niat menggunakan (*behavioral intention to use*) yang dipengaruhi oleh pengaruh sosial dan nilai harga. Pengaruh sosial yaitu pentingnya lingkungan sosial dalam mempengaruhi dan meyakinkan individu untuk juga menggunakan sistem baru. Dan nilai harga mengacu pada biaya individu untuk menggunakan atau membeli teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2012). Minat Penggunaan (*behavioral intention to use*) menunjuk pada individu yang memiliki keinginan untuk melakukan suatu perilaku tertentu (Jogiyanto, 2008). Secara sederhana *behavioral intention to use* merujuk pada sikap terhadap penggunaan teknologi yang menentukan niat perilaku seseorang untuk menggunakan teknologi (Davis, 1989).

Namun, pada kenyataannya pelaku usaha menunjukkan minat yang rendah dalam menggunakan QRIS, seperti yang disampaikan oleh Pusparini, selaku Kepala UPT Pasar Diskoperindag Kota Malang. menyatakan bahwa rendahnya minat penggunaan QRIS di kalangan pelaku usaha disebabkan tingkat pendidikan yang masih rendah, sehingga mengurangi kemampuan beradaptasi terhadap teknologi baru (Malangposcomedia.id, 2023). Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku usaha memiliki minat yang minim saat bertransaksi menggunakan QRIS. Selain itu, Setyawan, seorang Pengamat Ekonomi dari Universitas Muhammadiyah Surakarta, menjelaskan bahwa minat penggunaan QRIS yang rendah disebabkan oleh belum meratanya penggunaan QRIS oleh pengusaha di level mikro. Hal ini

disebabkan karena pedagang belum melek teknologi dan tidak menyadari akan adanya e-money (Bisnis.solopos.com, 2023).

Kemudian, Direktur Utama PT. BPR Bank Giri Wonogiri, Suparmo, menjelaskan bahwa minat pedagang menggunakan QRIS rendah karena QRIS cenderung merugikan pedagang dengan mewajibkan mereka menanggung biaya penggunaan QRIS sebesar 0,7% dari uang yang diterima (Soloraya.solopos.com, 2022). Sementara itu, Anggota Komisi XI DPR RI, Sitorus, menyatakan bahwa minat penggunaan QRIS pada UMKM di Kawasan Danau Toba masih rendah karena literasi keuangan digital masyarakat di daerah terpencil masih rendah (Detik.com, 2023). Selanjutnya, Staff Finance Kolabore Pangkal Pinang, David, menjelaskan bahwa minat penggunaan QRIS pada UMKM hanya mencapai 30% dibandingkan dengan presentase pembayaran tunai sebesar 70%, sehingga penggunaan QRIS masih minim dibandingkan pembayaran tunai (Belitung.tribunnews.com, 2023). Dari data yang ada, terlihat bahwa penerimaan QRIS masih jauh di bawah pembayaran tunai. Dengan melihat fenomena tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat penggunaan QRIS di kalangan pedagang UMKM di berbagai daerah di Indonesia masih rendah.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi *behaviour intention to use* diantaranya yaitu pengaruh sosial. (Venkatesh et al., 2003) mengemukakan bahwa peran pengaruh sosial dalam keputusan penerimaan teknologi sangatlah kompleks, status sosial menyebabkan seseorang mengubah niatnya untuk tidak atau menggunakan suatu teknologi. kemudian (Mutlu et al., 2017) berpendapat bahwa penggunaan sebuah teknologi baru mampu mengangkat derajat status seseorang dalam lingkungan sosialnya. Hal tersebut didukung atas penelitian oleh (Suo et al., 2021) bahwa pengaruh sosial dapat mempengaruhi *behavioral intention to use*. Penelitian yang dilakukan oleh (Auliya and Arransyah, 2023) menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap intensi pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS, hal ini sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Butarbutar et al., 2022) yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS. Namun berbeda dengan hasil penelitian (Wardani and Masdiantini, 2022) dan (Febriani, 2023) yang menyatakan bahwa pengaruh sosial tidak mempengaruhi *behavioral intention to use* QRIS.

Faktor selanjutnya yang dapat meningkatkan *behavioral intention* adalah nilai harga. Ketika manfaat penggunaan teknologi lebih besar dari biaya yang dikeluarkan akan mempengaruhi seseorang terhadap keinginan untuk penggunaan teknologi tersebut (Venkatesh, Thong and Xu, 2012). Semakin meningkatnya nilai harga dari suatu teknologi maka akan meningkatkan pula minat seseorang untuk menggunakan teknologi (Ispriandina and Sutisna, 2019). Hal tersebut didukung atas penelitian yang dilakukan oleh (Chaveesuk and Piyawat, 2021; Wardani and Masdiantini, 2022). menunjukkan bahwa nilai harga berpengaruh terhadap *behavioral intention* menggunakan QRIS. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Febriani, 2023) yang mengatakan bahwa nilai harga berpengaruh terhadap *behavioral intention* QRIS. Namun berbeda dengan hasil penelitian (Hidayat et al., (2020) dan Piarna et al. (2020) yang menyatakan bahwa nilai harga tidak mempengaruhi *behavioral intention to use*. Hal tersebut membuat penulis tertarik untuk meneliti faktor-faktor tersebut.

Penelitian ini didasarkan teori model UTAUT2 (*Unified Theory of Acceptance and use of Technology 2*) alasan peneliti menggunakan teori ini karena UTAUT2 merupakan evaluasi dari 8 model penerimaan teknologi sebelumnya yang diintegrasikan dalam satu teori baru. Delapan model analisis penerimaan teknologi tersebut antara lain *Theory of reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Combined TAM and TPB* (C-TAM-TPB), *Model of PC Utilization* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), dan *Social Cognitive Theory* (SCT)

Penelitian ini bertujuan untuk berkontribusi dalam memberikan informasi mengenai pengaruh sosial dan nilai harga pada UMKM di Kota Pekanbaru. Hal itu sehubungan dengan

UMKM yang harus mempertimbangkan faktor- faktor ketika akan menggunakan QRIS agar dapat mengadopsi QRIS yang sesuai dan tepat bagi UMKM serta dapat membuat kegiatan bisnis UMKM menjadi lebih berkembang, efektif, dan efisien.

## **REVIU LITERATUR DAN HIPOTESIS**

### ***Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2)***

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah model yang dikembangkan oleh Venkatesh pada tahun 2003 kemudian disempurnakan di tahun 2016 untuk memprediksi minat seseorang dalam menggunakan suatu sistem informasi teknologi. Teori ini dirumuskan oleh penentu inti (*core determinants*) dari minat menggunakan atau perilaku individu dalam menggunakan teknologi sistem informasi. Teori ini memiliki faktor utama yang mempengaruhi niat penggunaan teknologi informasi. Pertama pengaruh sosial, yaitu sejauh mana persepsi seseorang memiliki keyakinan terhadap orang di sekitar dalam menggunakan suatu teknologi baru. Kedua, nilai harga, yaitu sejauh mana individu merasa bahwa biaya yang dikeluarkan sebanding dalam mendukung akses penggunaan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2016). Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan teori UTAUT dalam menganalisis praktik sistem pembayaran digital yang dapat memberikan informasi dan digunakan UMKM untuk berbagai keperluan dalam menghadapi persaingan.

### ***Technology Acceptance Model (TAM)***

*Technology Acceptance Model* merupakan teori yang dipaparkan oleh Davis pada tahun 1989 yang berisi penerimaan pemakai dalam mengadopsi suatu teknologi, *Technology Acceptance Model* ini merupakan teori yang menganalisis serta memahami factor- factor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi baru. Model penelitian *Technology Acceptance Model* sering digunakan untuk penelitian teknologi informasi, karena model ini sederhana dan mudah dipelajari. TAM oleh Davis secara luas telah digunakan untuk menjelaskan keberhasilan atau kegagalan suatu system informasi (Doulani, 2018). Teori TAM mengacu pada variabel pengaruh sosial dimana sikap dalam diri individu dipengaruhi oleh lingkungan sekitar yang mengajak individu tersebut untuk mengadopsi suatu teknologi. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan teori TAM untuk disesuaikan untuk permodelan penerimaan system informasi teknologi atau penerimaan produk baru oleh pengguna, di mana TAM dapat mengarah pada penjelasan perilaku pengguna.

### ***Behavioral Intention to Use***

Menurut (Patil et al., 2020) *Behavioral intention to use* merupakan potongan kegiatan yang mendasari sejauh apa keinginan individu untuk melaksanakan sikap yang didasari. *Behavioral intention to use* menggambarkan ukuran kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Prieto, Migueláñez and García-Peñalvo, 2016). *Behavioral intention to use* didefinisikan sebagai kemungkinan seseorang akan menggunakan suatu teknologi dan memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku penggunaan sebenarnya (Baptista and Oliveira, 2017). Adapun beberapa indikator untuk mengukur *behavioral intention to use*, seperti *intention, prediction, dan plan* (Venkatesh et al., 2016).

### ***Use Behavior***

Menurut (Machmud, 2018) mendefinisikan *Use Behavior* sebagai intensitas penggunaan informasi mengacu pada seberapa sering pengguna memakai sistem informasi. Perilaku penggunaan (*use behavior*) didefinisikan sebagai reaksi perasaan menyeluruh dari individual untuk menggunakan suatu (Dwivedi et al., 2019). *Use behavior* merujuk pada frekuensi seseorang saat menggunakan teknologi informasi (Arenas-Gaitán, Peral-Peral and

Ramón-Jerónimo, 2015). Adapun beberapa indikator untuk mengukur *use behavior*, seperti frekuensi penggunaan dan variasi penggunaan (Venkatesh et al., 2016).

### **Pengaruh Sosial (*Social Influence*)**

Pengaruh sosial merupakan sejauh mana dukungan lingkungan sekitar yang dapat meyakinkan diri individu untuk menggunakan sistem baru (Venkatesh et al., 2016). Menurut (Vahdat et al., 2021) pengaruh sosial dapat memberikan pengaruh kepada orang lain yang dapat mengubah perilaku. Asumsi yang mendasari pengaruh sosial yakni bahwa individu cenderung berkonsultasi dengan lingkungan sosialnya tentang teknologi baru yang membuat non pengguna memiliki kendali lebih besar atas pilihan mereka dan konsekuensinya terhadap citra mereka, sehingga pengaruh sosial memainkan peran penting dalam perilaku konsumen (Slade et al., 2015). Adapun beberapa indikator untuk mengukur pengaruh sosial, seperti norma subjektif, citra, dan faktor sosial (Venkatesh et al., 2016).

### **Nilai Harga (*Price Value*)**

Nilai Harga merupakan manfaat penggunaan teknologi lebih besar dari biaya yang dikeluarkan akan mempengaruhi seseorang terhadap keinginan untuk penggunaan teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2016). Menurut (Chaveesuk and Piyawat, 2021) Nilai harga merupakan tingkat kepercayaan yang diberikan pengguna atas biaya penggunaan teknologi QR Code dengan biaya yang masuk akal dibandingkan sistem pembayaran lainnya. Nilai Harga didefinisikan sebagai biaya tambahan yang harus dibayar untuk menggunakan teknologi secara online (An, Han and Tong, 2016). Nilai Harga merupakan pertukaran kognitif konsumen antara manfaat yang dirasakan dari aplikasi dan biaya moneter dari penggunaannya (Mutlu et al., 2017). Adapun beberapa indikator untuk mengukur nilai harga, seperti harga yang terjangkau, harga yang sebanding, dan nilai yang bermanfaat (Venkatesh et al., 2016).

### **Pengaruh Sosial terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS***

Berdasarkan Teori UTAUT2 berpendapat bahwa untuk meyakinkan diri individu menggunakan sistem baru perlu adanya dukungan lingkungan sekitar yang mendorong individu. Hal ini memerlukan pengaruh sosial yang dapat mempengaruhi untuk menggunakan atau tidaknya suatu teknologi informasi. Perbedaan pengaruh sosial antara satu UMKM dengan UMKM lainnya diasumsikan akan mempengaruhi minat penggunaan QRIS tergantung pada faktor internal dan eksternal lingkungannya.

Pengaruh sosial terdiri dari interaksi pelanggan dengan orang lain yang memiliki pengalaman pembelian yang sebanding atau pendapat ahli tentang produk tertentu yang menyebabkan perubahan perilaku atau pikiran mereka (Lee and Choeh, 2020). Kemudian (Cunningham, 2023) menjabarkan bahwa pengaruh sosial, seperti keharusan untuk mengikuti tren dan memenuhi ekspektasi komunitas, serta efeknya terhadap keinginan untuk membeli barang. Dalam penelitian (Auliya and Arransyah, 2023), (Wibowo, 2023), (Pah and Karnelius, 2023), (Puspitasari and Salehudin, 2022) disebutkan bahwa terdapat pengaruh antara pengaruh sosial terhadap *behavioral intention to use QRIS*.

**H1:** Pengaruh Sosial berpengaruh terhadap *behavioral intention to use QRIS*.

### **Pengaruh Nilai Harga Terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS***

Berlandaskan Teori UTAUT2, bahwa untuk meyakinkan individu menggunakan teknologi baru perlu adanya manfaat dari teknologi tersebut, apabila suatu teknologi tersebut memiliki biaya yang sebanding dengan manfaat yang didapatkan dari penggunaan teknologi yang ada akan mendorong timbulnya minat untuk merasakan manfaat yang diterima.

Sebandingnya manfaat dengan biaya yang ditimbulkan diasumsikan akan mempengaruhi minat penggunaan teknologi tersebut.

Nilai Harga menjadi hal yang penting karena teknologi QR Code membantu menghemat uang dalam pengelolaan kas sehingga mempengaruhi pengguna agar menggunakan teknologi tersebut (Chaveesuk and Piyawat, 2021). Nilai harga sangat penting dalam menarik konsumen, nilai suatu harga bernilai positif Ketika manfaat penggunaan suatu teknologi diidentifikasi lebih besar daripada biaya moneterinya sehingga menimbulkan minat individu untuk menggunakannya (Huang and Kao, 2015). Dalam penelitian (Suo *et al.*, 2021), (Wardhani, Arkeman and Ermawati, 2023), (Febriani, 2023) disebutkan bahwa terdapat pengaruh antara nilai harga terhadap *behavioral intention to use QRIS*.

**H2:** Nilai harga berpengaruh terhadap *behavioral intention to use QRIS*.

### **Pengaruh *Behavioral Intention to Use QRIS* terhadap *Use Behavior***

Berlandaskan Teori UTAUT2, bahwa untuk melihat perilaku penggunaan teknologi perlu adanya daya Tarik dari dalam diri individu itu sendiri untuk menggunakan teknologi tersebut, apabila suatu individu tersebut memiliki intensi terhadap teknologi maka akan mendorong individu tersebut untuk mengadopsi penggunaan teknologi. Tingginya minat individu dalam menggunakan teknologi akan berdampak pada perilaku individu untuk mencoba teknologi yang dimaksud.

(He, Chen and Kitkuakul, 2018) memaparkan bahwa mengukur minat penerimaan teknologi oleh pengguna dapat membantu meningkatkan adopsi sistem informasi. Sama halnya Menurut (Güdel, Heitzmann and Müller, 2019) bahwa perilaku yang berorientasi pada minat dengan suatu objek dapat dihasilkan dari berbagai jenis daya tarik, minat individu menimbulkan tantangan kognitif, menimbulkan emosi positif, atau dianggap memiliki potensi manfaat untuknya. Dalam penelitian (Auliya and Arransyah, 2023), (Febriani, 2023), (Wibowo and Rimadias, 2022), (Pah and Karnelius, 2023) disebutkan bahwa terdapat pengaruh antara *behavioral intention to use QRIS* terhadap *use behavior*.

**H3:** *Behavioral intention to use QRIS* berpengaruh terhadap *use behavior*.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif, yaitu satu penelitian terhadap persoalan berupa fakta-fakta terkini dari suatu populasi, yang datanya berupa bilangan atau angka yang dapat diolah dan dievaluasi dengan menggunakan perhitungan statistika (Sekaran & Bougie, 2016). Populasi penelitian ini yaitu UMKM yang berada di Kota Pekanbaru. Jumlah Populasi UMKM pada tahun 2022 dapat diperoleh dari data yang disediakan oleh Dinas Koperasi dan Dinas Perindustrian Perdagangan Kota Pekanbaru. Informasi tersebut mencakup jumlah UMKM di berbagai sektor, termasuk Sektor Kuliner yang memiliki 4673 UMKM di Kota Pekanbaru.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan nonprobabilitas dengan teknik *purposive sampling*. Teknik ini melibatkan pengambilan sampel dimana peneliti memilih sampel berdasarkan karakteristik dan ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian dan diharapkan dapat menjawab pertanyaan penelitian. Berikut kriteria sampel yang akan digunakan: (1) Usaha dengan skala kecil dan menengah (2) Menggunakan QRIS dan memanfaatkan teknologi informasi dalam menjalankan usahanya.

Untuk menentukan banyaknya jumlah sampel yang akan diambil, penelitian ini menggunakan formula Slovin dengan standart error 5 %. Sehingga jumlah sampel yang ditentukan dengan memakai formula Slovin adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{4.673}{1+ 4.673 (0.05)^2} \\ &= 368,4 \end{aligned}$$

Maka nilai sampel (n) yang didapat adalah sebesar 368,4 yang kemudian dibulatkan menjadi 368 orang, sehingga pada penelitian ini pengambilan data sampel sekurang-kurangnya harus sejumlah 368 sampel.

### Jenis dan Teknik Pengambilan Data

Data primer dan kuantitatif merupakan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Data yang dikumpulkan dengan teknik *survey* langsung dari responden berupa jawaban atau tanggapan kuesioner. Peneliti akan memanfaatkan data daftar UMKM dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru untuk menentukan sebaran geografis letak/wilayah sentra-sentra UMKM. Peneliti kemudian melanjutkan perjalanan ke daerah tersebut dan mengunjungi UMKM untuk meminta kesediaannya untuk berpartisipasi dalam penelitian. Selain didatangi secara langsung, *survey* penelitian juga dilakukan melalui internet. Peneliti meminta teman/ kenalannya untuk membagikan tautan kuesioner *google form* kepada orang yang memiliki UMKM untuk menjadi responden.

### Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan *software* SmartPLS 4.0 untuk keperluan analisis data. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari sampel yang dipilih secara cermat dan mewakili populasi yang diteliti yaitu UMKM sektor kuliner Kota Pekanbaru. Peneliti menggunakan analisis path untuk keperluan pengolahan data. Hasil analisis path digunakan untuk menjelaskan hipotesis yang diberikan oleh peneliti, menentukan apakah hipotesis ditolak atau diterima.

**Tabel 1**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Indikator	Jumlah
<i>Behavioral Intention to use QRIS</i> (Y1) (Venkatesh et al., 2016).	1. Intention 2. Prediction 3. Plan	1. Saya berniat menggunakan QRIS seterusnya untuk menunjang kelancaran bisnis. 2. Saya akan terus menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran daripada metode lain. 3. Saya berencana menggunakan QRIS dalam transaksi pembayaran sesering mungkin.
<i>Use Behavior</i> (Y2) (Venkatesh et al., 2016).	1. Frekuensi Penggunaan 2. Variasi Penggunaan	1. Saya rutin menggunakan QRIS dalam keseharian saya 2. Saya menggunakan QRIS untuk melihat riwayat transaksi dengan mudah
Pengaruh Sosial (X1) (Venkatesh et al., 2016).	1. Norma Subjektif 2. Citra 3. Faktor Sosial	1. Saya menggunakan QRIS karena teman dekat saya berpendapat sebaiknya saya menggunakan QRIS. 2. Orang-orang disekitar saya menggunakan QRIS terlihat lebih trendy 3. Saya menggunakan QRIS karena pembeli/konsumen telah mendukung penggunaan QRIS.
Nilai Harga (X2) (Venkatesh et al., 2016).	1. Harga yang terjangkau 2. Harga yang sebanding 3. Nilai yang bermanfaat	1. Saya merasa tarif layanan QRIS cukup murah 2. Saya merasa biaya yang ditawarkan QRIS sebanding dengan layanan yang didapatkan 3. Saya merasa pada tarif layanan saat ini, QRIS memberikan manfaat untuk kelancaran bisnis saya.

Sumber: Data Diolah (2024)

Adapun pengukuran variabel menggunakan skala *Likert* dengan 5 alternatif jawaban, yaitu : Tidak Pernah (TP) =1, Jarang (JR) =2, Kadang- Kadang (KK) =3, Sering (SR) =4, Selalu (SL) =5. Kuesioner akan ditabulasi melalui *Microsoft Excel*, untuk membuktikan fenomena dan menguji hipotesis, analisis data menggunakan metode deskriptif dan analisis *Partial Least Square* (PLS). Model struktural menggunakan Smart PLS terbagi menjadi dua tahap, yaitu *outer model* dan *inner model*. Pengujian *outer model* dari uji validitas, uji reliabilitas, pengujian *inner model* terdiri dari *R-Square* dan uji signifikansi melalui *Path Coefficient*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Total sampel yang didapat dalam penelitian ini adalah 340. Sampel yang diperoleh dari kuesioner yang disebar secara langsung adalah 223 responden. Sedangkan sampel dari kuesioner online adalah sebanyak 117 responden. Kemudian setelah diperiksa responden yang memenuhi syarat untuk diteliti dan dianalisis berjumlah 340 UMKM sector kuliner di Kota Pekanbaru. Kuesioner Menurut (Masri Singarimbun dan Sofian Effendi) menyebutkan jumlah sampel penelitian tidak boleh kurang dari 10%.

### **Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

#### **Kriteria Skala Interval**

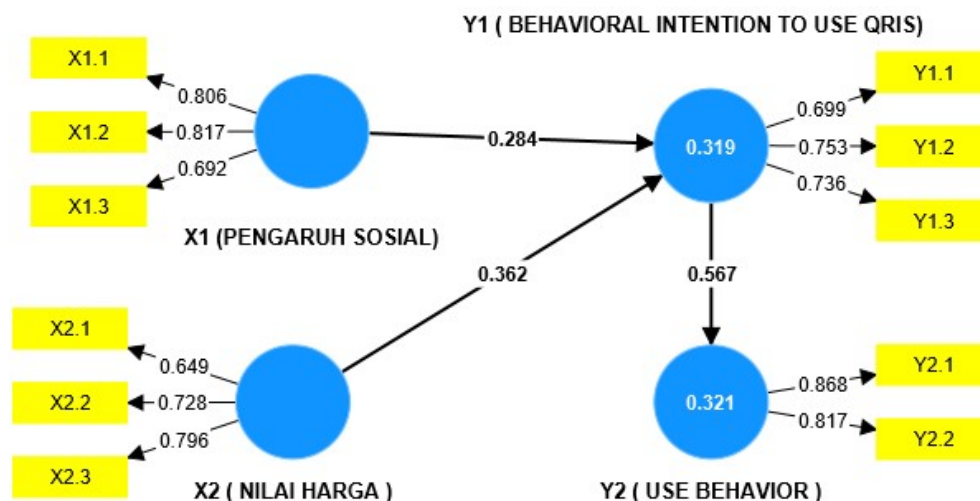
Untuk kriteria pengukuran variable menggunakan garis kontinum (Sugiyono, 2018) dimana Skala 1,00-1,80 tergolong kriteria sangat tidak baik; Skala 1,81-2,60 tergolong kriteria tidak baik; Skala 2,62-3,40 tergolong kriteria cukup; Skala 3,41-4,20 tergolong kriteria baik; Skala 4,21-5,00 tergolong kriteria sangat baik. Nilai rata-rata penilaian responden terhadap variabel Pengaruh Sosial secara keseluruhan berada dalam kategori sangat baik, yaitu sebesar 4,29 karena berada pada interval 4,21-5,00. Hal ini menunjukkan bahwa Pengaruh Sosial pada UMKM, yaitu terkait norma subjektif, citra, dan factor sosial berada dalam kategori sangat baik.

Nilai rata-rata responden terhadap variabel Nilai Harga secara keseluruhan berada dalam kategori baik, yaitu sebesar 4,11 karena berada dalam skala interval 3,41-4,20. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan nilai harga dari penggunaan QRIS masih diminati oleh UMKM. Nilai rata-rata penilaian responden terhadap variabel *Behavioral Intention To Use* QRIS secara keseluruhan berada dalam kategori baik yaitu sebesar 4,20 karena berada pada skala interval 3,41-4,20. Hal ini menunjukkan bahwa *behavioral intention to use* (minat penggunaan) QRIS oleh UMKM sector kuliner di Kota Pekanbaru berada dalam kategori baik. Nilai rata-rata responden terhadap variabel *use behavior* secara keseluruhan berada dalam kategori baik, yaitu sebesar 4,14 karena berada pada skala interval 3,41-3,20. Hal ini menunjukkan bahwa para UMKM telah mampu mengaplikasikan penggunaan QRIS secara baik untuk transaksi pembayaran secara nontunai.

#### **Hasil Uji Validitas Konvergen**

Uji *convergent validity* yang dilihat pada nilai *loading factor* atau AVE, jika seluruh indikator konstruk menghasilkan *loading factor* >0,50, maka seluruh indikator konstruk di katakana valid atau nilai AVE yang dihasilkan >0,50, maka konstruk memenuhi persyaratan valid (Ghozali & Latan, 2020:68). Hasil analisis PLS menunjukkan bahwa semua indikator valid.





Sumber : Olahan Data menggunakan software SmartPLS ver.4.0

### Hasil Uji Validitas Diskriminan

Pengujian discriminant validity dinilai berdasarkan *fornell-larckerr criterion* dan *cross loading*. Pada *fornell-larcker criterion*, *discriminant validity* dikatakan baik jika akar dari AVE pada konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi konstruk dengan variable laten lainnya, sedangkan pada pengujian *cross loading* harus menunjukkan nilai indicator yang lebih tinggi dari setiap konstruk dibandingkan indicator pada konstruk lainnya (Sekaran & Bougie, 2016).

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas Diskriminan berdasarkan fornell-lacker criterion**

Variabel	Pengaruh Sosial (X1)	Nilai Harga (X2)	Behavioral Intention To Use QRIS (Y1)	Use Behavior (Y2)
Pengaruh Sosial (X1)	0,774			
Nilai Harga (X2)	0,520	0,727		
<i>Behavioral Intention To Use QRIS (Y1)</i>	0,473	0,510	0,730	
<i>Use Behavior (Y2)</i>	0,430	0,381	0,567	0,843
Keterangan	Memenuhi	Memenuhi	Memenuhi	Memenuhi

Sumber : Olahan Data menggunakan software SmartPLS ver.4.0

Berdasarkan Tabel 2. Seluruh variabel telah memenuhi kriteria validitas diskriminan berdasarkan *fornell-larcker criterion* karena nilai akar AVE pada setiap variabel lebih tinggi dibandingkan dengan variabel lainnya. Berdasarkan olah data PLS secara keseluruhan indikator telah memenuhi kriteria validitas diskriminan berdasarkan *cross loadings*, karena nilai *cross loadings* seluruh indikator berkorelasi lebih tinggi dari variabel lainnya.

### Hasil Uji Reliabilitas

Mengukur reliabilitas suatu konstruk dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Kriteria untuk menilai reliabilitas konstruk adalah nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7. Sedangkan, suatu instrument dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* >0,5 sudah dikatakan baik dan *composite reliability* >0,7. Tabel 3. Memperlihatkan hasil uji reliabilitas; dilihat dari *cronbach's alpha* dari masing-masing variabel >0,5 dan *composite reliability* juga menunjukkan >0,7 (Ghozali & Latan, 2020:70-71).

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Pengaruh Sosial (X1)	0,663	0,816
Nilai Harga (X2)	0,553	0,769
Behavioral Intention To Use QRIS (Y1)	0,564	0,773
Use Behavior (Y2)	0,594	0,830

Sumber : Olahan Data menggunakan software SmartPLS ver.4.0

**Hasil R-Square**

R-Square model I =0.319. Artinya kemampuan variabel X1 dan X2 dalam menjelaskan Y1 adalah sebesar 31.9% (kecil/lemah). Berdasarkan output hasil analisis diperoleh nilai R-Square untuk variabel *behavioral intention to use* QRIS sebesar 0,319. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa nilai R-Square untuk variabel *behavioral intention to use* QRIS sebesar 0,319 yang berarti kemampuan variabel pengaruh sosial (X1) dan nilai harga (X2) dalam menjelaskan *behavioral intention to use* QRIS (Y1) dalam model sebesar 31.9 % yang termasuk dalam kategori lemah. Kemudian, sisanya 68.1% merupakan peran dari variabel lain yang tidak diteliti.

R-Square model II = 0,321. Artinya kemampuan Y1 dalam menjelaskan Y2 sebesar 32,1% (kecil/lemah). Berdasarkan output hasil analisis diperoleh nilai R-Square untuk variabel *use behavior* sebesar 0,321. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa nilai R-Square untuk variabel *behavioral intention to use* QRIS sebesar 0,321 yang berarti *behavioral intention to use* QRIS (Y1) dalam menjelaskan *use behavior* (Y2) dalam model sebesar 32,1% yang termasuk dalam kategori lemah. Kemudian, 67.9% merupakan peran dari variabel lain yang tidak diteliti.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji R-Square**

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Behavioral Intention To Use QRIS (Y1)	0,319	0,315
Use Behavior (Y2)	0,321	0,319

Sumber : Olahan Data menggunakan software SmartPLS ver.4.0

**Hasil Pengujian Hipotesis**

Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada Tabel 5 di bawah ini berdasarkan hasil uji signifikansi *path coefficient*.

**Tabel 5**  
**Hasil Pengujian Hipotesis**

Variabel	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T- Statistik (O/STDEV)	P-Value
H1 Pengaruh Sosial (X1)→ Behavioral Intention To Use QRIS (Y1)	0,284	0,283	0,059	4,848	0,000
H2 Nilai Harga (X2) → Behavioral Intention To Use QRIS (Y1)	0,362	0,370	0,063	5,727	0,000
H3 Behavioral Intention	0,567	0,571	0,042	13,508	0,000

Sumber : Olahan Data menggunakan software SmartPLS ver.4.0

### **Pengaruh Sosial Berpengaruh Terhadap *Behavioral Intention To Use QRIS***

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh dari pengaruh sosial terhadap *behavioral intention to use QRIS*. Hasil tersebut terbukti dari Tabel 5. dengan nilai t-statistik 4,848 dimana  $> 1,96$  dan p-values sebesar 0,000 dimana  $< 0,05$ . Keadaan ini menunjukkan bahwa jika norma subjektif, citra, dan faktor social yang dapat mempengaruhi para pengguna QRIS, maka minat penggunaan QRIS pada UMKM tersebut juga akan semakin meningkat. Sebagaimana yang disampaikan oleh (Venkatesh et al, 2016) yang menyatakan bahwa semakin banyak orang menggunakan teknologi, maka semakin besar dorongan seseorang untuk ikut memanfaatkan penggunaan teknologi tersebut. Hal yang sama juga disampaikan (Vahdat et al., 2021) pengaruh sosial dapat memberikan pengaruh kepada orang lain yang dapat mengubah perilaku. Penelitian sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Auliya and Arransyah, 2023), (N. A. P. Wibowo, 2023), (Pah and Karnelius, 2023) dan (Puspitasari and Salehudin, 2022) yang membuktikan adanya pengaruh sosial terhadap *behavioral intention to use* (niat untuk menggunakan) QRIS. Hal ini juga sejalan dengan teori UTAUT2 bahwa dimana pengaruh sosial dalam suatu individu dapat mempengaruhi minat penggunaan suatu teknologi tergantung pada norma subjektif, citra, dan factor social.

### **Nilai Harga Berpengaruh Terhadap *Behavioral Intention To Use QRIS***

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh nilai harga berpengaruh langsung secara signifikan terhadap *behavioral intention to use QRIS*. Hasil tersebut terbukti dari tabel 5.24 dengan nilai t statistik 5,727 dimana  $> 1,96$  dan p-values sebesar 0,000 dimana  $< 0,05$ . Keadaan ini menunjukkan bahwa dengan adanya nilai harga QRIS yang terjangkau, sebanding, dan bermanfaat pada pengguna QRIS UMKM maka *behavioral intention to use QRIS* juga akan semakin besar maka nilai harga yang sesuai untuk mengimplementasikan minat penggunaan QRIS dalam UMKM tersebut juga akan semakin meningkat. Sebagaimana yang disampaikan oleh (Chaveesuk and Piyawat, 2021) tingkat kepercayaan meningkat ketika pengguna merasa biaya penggunaan teknologi *QR Code* merupakan biaya yang masuk akal dengan sistem pembayaran. Hal yang sama juga disampaikan Huang and Kao, 2015) dalam penelitiannya dimana nilai harga sangat penting dalam menarik konsumen, nilai suatu harga bernilai positif ketika manfaat penggunaan suatu teknologi diidentifikasi lebih besar daripada biaya moneterinya sehingga menimbulkan minat individu untuk menggunakannya. Penelitian sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Chaveesuk and Piyawat, 2021), (Suo et al., 2021), (Wardhani, Arkeman and Ermawati, 2023) dan (Febriani, 2023) yang membuktikan adanya nilai harga terhadap *behavioral intention to use* (niat untuk menggunakan) QRIS. Hal ini juga sejalan dengan teori UTAUT2 bahwa dimana nilai harga suatu teknologi dapat mempengaruhi minat penggunaan teknologi tersebut tergantung pada harga yang terjangkau, sebanding, dan bermanfaat.

### ***Behavioral Intention To Use QRIS* Berpengaruh Terhadap *Use Behavior***

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh dari behavioral intention to use QRIS berpengaruh secara langsung terhadap use behavior. Hasil tersebut terbukti dari tabel 5.24 dengan nilai t-statistik 13,508 dimana  $> 1,96$  dan p-values sebesar 0,000 dimana  $< 0,05$  yang berarti ada hubungan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh dari behavioral intention to use QRIS berpengaruh secara

langsung terhadap use behavior. Hasil tersebut terbukti dari tabel 5.24 dengan nilai t-statistik 13,508 dimana  $> 1,96$  dan p-values sebesar 0,000 dimana  $< 0,05$  yang berarti ada hubungan. Keadaan ini menunjukkan perilaku penggunaan yang dihasilkan dari minat penggunaan digunakan dalam meningkatkan adopsi sistem informasi. Güdel, Heitzmann and Müller (2019) yang membuktikan bahwa minat individu menimbulkan tantangan kognitif, menimbulkan emosi positif, atau dianggap memiliki potensi manfaat untuknya sehingga perlu adanya minat sehingga dapat mendorong seseorang untuk selalu menggunakan suatu teknologi. Kemudian, minat penerimaan teknologi oleh pengguna dapat membantu meningkatkan adopsi sistem informasi (He, Chen and Kitkuakul, 2018). Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Auliya and Arransyah, 2023), (Febriani, 2023), (Wibowo and Rimadias, 2022) dan (Pah and Karnelius, 2023) yang membuktikan adanya pengaruh *behavioral intention to use QRIS* terhadap *use behavior* (perilaku penggunaan). Hal ini juga sejalan dengan teori UTAUT2 bahwa dimana minat penggunaan dalam suatu individu dapat mempengaruhi perilaku penggunaan suatu teknologi tergantung pada *intention, prediction, dan plan*.

## **SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Penelitian ini dapat disimpulkan dari hasil penelitian didapati bahwa UMKM sector kuliner Kota Pekanbaru mayoritas telah menggunakan QRIS sebagai teknologi pembayaran non tunai. penggunaan QRIS sudah banyak diminati oleh UMKM serta berdampak terhadap perilaku penggunaan oleh pelaku UMKM. Sebagaimana penelitian ini memiliki hasil statistic yang mendukung model konseptual dengan memprediksi 31,9% varians pada minat untuk menggunakan QRIS. Hal ini menegaskan kembali bahwa pengaruh sosial dan nilai harga berperan penting dalam penggunaan QRIS oleh UMKM sektor kuliner di Kota Pekanbaru. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitiab- penelitian terdahulu.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh bahwa dua variable bebas mempengaruhi minat penggunaan QRIS serta berdampak pada perilaku penggunaan oleh UMKM. Kedua variabel tersebut merefleksikan kompleksitas dari lingkungan bisnis yang dimiliki oleh UMKM. Oleh sebab itu, minat penggunaan QRIS haruslah dimiliki dan dianalisis untuk menghadapi tantangan dunia masa sekarang. Dengan memahami factor-factor pembentuk intensi para pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS, strategi yang lebih efektif diharapkan dapat dirumuskan untuk mendorong lebih jauh tentang penggunaan QRIS oleh UMKM.

### **Keterbatasan**

Dalam melakukan penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan sebagai berikut :

1. Responden dalam penelitian ini masih sebatas pelaku UMKM mayoritas kategori mikro dengan omzet  $< 2.000.000.000$  yang dapat dijangkau oleh peneliti sehingga untuk kategori kecil dan menengah masih belum merata.
2. Sampel penelitian masih terbatas pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di sector kuliner yang berada di setiap kecamatan kota pekanbaru sebanyak 340 responden ,sehingga belum dapat mewakili gambaran secara umum.
3. Dalam penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen yaitu pengaruh sosial dan nilai harga. Diduga masih banyak faktor lain yang bisa menjadi variabel independen. Jadi untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variable-variabel lain yang dapat mempengaruhi tingkat *behavioral intention to use QRIS* dan *use behavior*.

4. Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan kuesioner google form, maka dari itu masih banyak UMKM yang merasa kebingungan dalam cara pengisiannya.

### **Saran Untuk Penelitian Selanjutnya**

Adanya berbagai temuan penelitian serta keterbatasan yang ada, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya diharapkan Memperluas Jangkauan responden untuk kategori Kecil dan menengah agar dapat menjangkau UMKM yang lebih beragam
2. Penelitian selanjutnya diharapkan Memperluas jangkauan objek penelitian atau memperincikannya dengan di bagi dengan berbagai sektor UMKM yang ada di Provinsi Riau, sehingga hasil penelitian akan lebih menggambarkan kondisi yang sebenarnya.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan Dengan Memahami Faktor pembentuk minat para pelaku UMKM menggunakan QRIS, Strategi yang lebih efektif diharapkan dapat dirumuskan untuk mendorong lebih jauh tentang penggunaan QRIS oleh UMKM. Bagi Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan factor lain untuk minat penggunaan QRIS, seperti kebijakan pemerintah. selain itu dapat juga diperluas dalam hal sampel dan teori yang digunakan sehingga menghasilkan temuan yang lebih baik.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan keterangan bagaimana cara pengisian pada lampiran kuesioner dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, agar pelaku UMKM dapat dengan mudah memahami petunjuk yang diberikan untuk pengisian kuesioner.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anshori, A. and Anwari, M.K. (2022) 'Model Penerimaan Teknologi ( TAM ) Terhadap Intensi Menggunakan', *Jurnal Produktivitas*, 9, pp. 236–241.
- Arenas-Gaitán, J., Peral-Peral, B. and Ramón-Jerónimo, M.A. (2015) 'Elderly and internet banking: An application of UTAUT2', *Journal of Internet Banking and Commerce*, 20(1), pp. 1–23.
- Auliya, P.N. and Arransyah, M.F. (2023) 'Penerapan Model UTAUT untuk Mengetahui Minat Perilaku Konsumen dalam Penggunaan QRIS', *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(3), pp. 885–892.
- Baptista, G. and Oliveira, T. (2017) 'Why so serious? Gamification impact in the acceptance of mobile banking services', *Internet Research*, 27(1), pp. 118–139.
- Bharata, W. and Widyaningrum, P.W. (2017) 'Analisis Penerimaan Dan Penggunaan Sistem Informasi Akademik Melalui Pengembangan Model Utaut Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo', *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 11(2), pp. 171–187.
- Butarbutar, N. *et al.* (2022) 'Behavioral Intention Constituent Analysis of QRIS Digital Payment Tools in MSMEs in Pematangsiantar City', *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya*, 8(4), p. 1537.
- Chaveesuk, S. and Piyawat, N. (2021) 'Use of QR code technology in eastern Thailand: entrepreneur perspective', *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 26(2), pp. 76–88.
- Cunningham, N. (2023) 'The role of social group influences when intending to purchase premium alcohol', *Cogent Business and Management*, 10(1).
- Chaveesuk, S. and Piyawat, N. (2021) 'Use of QR code technology in eastern Thailand: entrepreneur perspective', *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 26(2), pp. 76–88.
- Cunningham, N. (2023) 'The role of social group influences when intending to purchase premium alcohol', *Cogent Business and Management*, 10(1). Available at:

- <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2174093>.
- Daneji, A.A., Ayub, A.F.M. and Khambari, M.N.M. (2019) ‘The effects of perceived confirmation and satisfaction on continuance intention in using massive open online course (MOOC)’, *Knowledge Management and E-Learning*, 11(2), pp. 201–214.
- Dwivedi, Y.K. *et al.* (2019) ‘Re-examining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Towards a Revised Theoretical Model’, *Information Systems Frontiers*, 21(3), pp. 719–734.
- Febriani, N.K.D., Utami, N.W. and ... (2023) ‘Analisis Behavioral Intention dan Use Behavior Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada UMKM Dengan Metode UTAUT 2 di Kota Denpasar’, *Jurnal Ilmiah Teknologi*, 17(1), pp. 67–82.
- Ghozali, I. and Latan, H. (2020) ‘Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris (Vol. 2)’,
- Güdel, K., Heitzmann, A. and Müller, A. (2019) ‘Self-efficacy and (vocational) interest in technology and design: an empirical study in seventh and eighth-grade classrooms’, *International Journal of Technology and Design Education*, 29(5), pp. 1053–1081.
- Hidayat, Muhammad Taufik, Qurrotul Aini, and Elvi Festrina, 2020 ‘Penerimaan Pengguna E-Wallet menggunakan UTAUT2 (Studi Kasus)’ *Jurnal Nasional Elektro dan Teknologi Informasi* 9(3) :239-47.
- Huang, C.Y. and Kao, Y.S. (2015) ‘UTAUT2 Based Predictions of Factors Influencing the Technology Acceptance of Phablets by DNP’, *Mathematical Problems in Engineering*, 2015.
- <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/blueprint-2025/default>. “SISTEM PEMBAYARAN INDONESIA 2025”  
Accessed on date October 7, 2023.
- <https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/cerita-bi/Pages/cara-membuat-qr-is.aspx>  
“CARA MEMBUAT QRIS ALL PAYMENT UNTUK USAHA”.  
Accessed on date October 7, 2023.
- <https://www.bi.go.id/QRIS/default>. “QRIS.”  
Accessed on date October 5, 2023.
- <https://www.Databoks.katadata.co.id>. “Transaksi Digital Banking di Indonesia Tumbuh 158% dalam 5 Tahun Terakhir” *EKONOMI & MAKRO*.  
Accessed on date August 13, 2023.
- <https://belitung.tribunnews.com/2023/02/16/pemerintah-ajak-pelaku-umkm-gaungkan-pembayaran-digital-dinilai-praktis-dan-efisien>. “Pemerintah Ajak Pelaku UMKM Gaungkan Pembayaran Digital, Dinilai Praktis dan Efisien”  
Accessed on date February 24, 2024.
- <https://sumatra.bisnis.com/read/20220821//bank-indonesia-bidik-358000-pengguna-baru-qr-is-di-provinsi>. “Bank Indonesia Bidik 358.000 Pengguna Baru QRIS di Provinsi Riau. Bank Indonesia Bidik 358.000 Pengguna Baru QRIS di Provinsi Riau.”  
Accessed on date October 7, 2023.
- <https://riaupos.jawapos.com/ekonomi-bisnis/21/08/2023/308504/bi-riau-gelar-pekan-qr-is-nasional>. “BI Riau Gelar Pekan QRIS Nasional”  
Accessed on date October 7, 2023.
- <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Kuangan-Tahun-2022>. “Siaran Pers: Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022.”  
Accessed on date October 7, 2023.
- <https://malangposcomedia.id/dorong-qr-is-di-pasar-rakyat-kota-malang> “Dorong QRIS di Pasar Rakyat Kota Malang”  
Accessed on date November 21, 2023.

- <https://bisnis.solopos.com/maksimalkan-penggunaan-qrisk-pengamat-ekonomi-ums-sarankan-beberapa-hal-ini>. “Maksimalkan Penggunaan QRIS, Pengamat Ekonomi UMS Sarankan Beberapa Hal Ini, SoloPos.” Accessed on date February 24, 2024.
- <https://www.detik.com/sumut/berita/d-6584966/sihar-sitorus-dorong-percepatan-penggunaan-qrisk-di-wilayah-danau-toba>. “Sihar Sitorus Dorong Percepatan Penggunaan QRIS di Wilayah Danau Toba” Accessed on date February 24, 2024.
- <https://soloraya.solopos.com/pengguna-qrisk-di-wonogiri-masih-rendah-pemkab-bakal-gencarkan-sosialisasi>. “Pengguna QRIS di Wonogiri Masih Rendah, Pemkab bakal Gencarkan Sosialisasi”. Accessed on date February 24, 2024.
- Kadim, A. and Sunardi, N. (2021) ‘Financial Management System (QRIS) based on UTAUT Model Approach in Jabodetabek’, *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1).
- Kongarchapatara, B. (2018) ‘Factors Affecting Adoption versus Behavioral Intention to Use QR Code Payment Application Factors Affecting Adoption versus Behavioral Intention to Use QR Code Payment Application Boonying Kongarchapatara \* and Chalida Rodjanatara College of Management’, *2018 International Conference on e-Commerce, e-Administration, e-Society, e-Education, and e-Technology*.
- Kucukusta, D. *et al.* (2015) ‘Re-examining perceived usefulness and ease of use in online booking. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(2): 185–198.’, *The Eletronic Library*, 27(2), pp. 185–198.
- Lee, S. and Choeh, J.Y. (2020) ‘Using the social influence of electronic word-of-mouth for predicting product sales: The moderating effect of review or reviewer helpfulness and product type’, *Sustainability (Switzerland)*, 12(19).
- Machmud, R. (2018) *Kepuasan Penggunaan Sistem Informasi*, Ideas Publishing.
- Mutlu, M. *et al.* (2017) ‘Hanifi Murat Mutlu\*123 paper Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology: The Adoption Of Mobile Messaging Application14(1), Pp. 169–186.
- Owusu Kwateng, K., Osei Atiemo, K.A. and Appiah, C. (2019) ‘Acceptance and use of mobile banking: an application of UTAUT2’, *Journal of Enterprise Information Management*, 32(1), pp. 118–151.
- Pah, viany cecilia and Karnelius (2023) ‘Pengaruh Behavioral Intention Dan Penerapan Model Utaut Terhadap User Acceptance Digital Payment In Quick Response Indonesian Standard (Qris)’, 12(1), pp. 1–23.
- Park, J.K. *et al.* (2019) ‘Examining the role of anxiety and social influence in multi-benefits of mobile payment service’, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47(November 2018), pp. 140–149.
- Patil, P. *et al.* (2020) ‘Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal’, *International Journal of Information Management*, 54.
- Piarna, Rian, Ferdi Fathurohman, and Nunu Nugraha Purnawan. (2020) ‘Understanding Online Shopping Adoption : The Unified Theory of Acceptance and The Use of Tevhnology with Perceived Risk in Millenial Consumer Context’ *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen* 17(1):51-66.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor: 07/2021 Tentang Penerapan Manajemen Risiko bagi Bank Umum. tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta.

- Prieto, J.C.S., Migueláñez, S.O. and García-Peñalvo, F.J. (2016) 'Subjective norm and behavioral intention to use mobile technologies: A descriptive study on the attitudes of future primary education teachers', *2016 International Symposium on Computers in Education, SIIE 2016: Learning Analytics Technologies*, pp. 0–5.
- Puspitasari, A.A. and Salehudin, I. (2022) 'Quick Response Indonesian Standard (QRIS): Does Government Support Contribute to Cashless Payment System Long-term Adoption?', *Journal of Marketing Innovation (JMI)*, 2(1).
- Ridwan, M.A. and Dharma, F. (2022) 'Factors Affecting the use of Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) with the Unified Theory of Acceptance and use of Technology Model', *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 7(1).
- Risma, A.A. and Sri, D.E. (2021) 'Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard ( QRIS ) sebagai Teknologi Pembayaran', *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17, pp. 10–17.
- Saintz, J. (2019) 'Analisa Pengaruh Initial Trust Terhadap Actual Usage Melalui Behavioral Intention Dalam Aplikasi Digital Payment OVO', *Strategi Pemasaran*, 6(1), pp. 1–9.
- Sekaran, U. and Bougie, R. (2016) *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & sons.
- Sihaloho, J.E., Ramadani, A. and Rahmayanti, S. (2020) 'Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan', *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), p. 287.
- Suo, W.-J. et al. (2021) 'Factors Influencing Behavioural Intention to Adopt the QR-Code Payment', *International Journal of Asian Business and Information Management*, 13(2), pp. 1–22.
- Venkatesh, V., Thong, J.Y.L. and Xu, X. (2016) 'Venkatesh\_Thong\_Xu\_MISQ\_forthcoming (GENDER AGE EXPERIENCE)', *MIS Quarterly*, 36(1), pp. 157–178.
- Wan Nawang, W.R. and Syabil Nazhan Ahd.Moess (2023) 'Predicting intention to use QR code mobile payment among Malaysian Muslim millennials', *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 20(1), pp. 49–63.
- Wardani, L. and Masdiantini, P.R. (2022) 'Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha', *Jurnal Ilmiah Aku*, 12(1), pp. 254–263.
- Wardhani, R.A., Arkeman, Y. and Ermawati, W.J. (2023) 'The Impact of Quick Response Adoption of Payment Code on MSMEs' Financial Performance in Indonesia', *International Journal of Social Service and Research*, 3(3), pp. 869–878. Available at: <https://doi.org/10.46799/ijssr.v3i3.294>.
- Wibowo, P. and Rimadias, S. (2022) 'Perilaku Penggunaan "Qris Bri Brimo" Pada Pedagang Sebagai Alat Transaksi Pembayaran Digital', *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 14(2), pp. 236–257. Available at: <https://doi.org/10.31937/manajemen.v14i2.2851>
- Wibowo, R.I. (2023) 'Analisis Model UTAUT ( Unified Theory of and Use of Technology Syaria ) Pada Pengguna QRIS di Kota Semarang', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), pp. 2935–2941.