



**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN  
PERSEPSI KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN QRIS SEBAGAI ALAT  
TRANSAKSI PEMBAYARAN DIGITAL DI KOTA PEKANBARU**

**Radha Khairani<sup>a\*</sup>, Hichmaed Tachta Hinggo<sup>b</sup>, Fitri Ayu Nofirda<sup>c</sup>**

<sup>a</sup> Program Studi Manajemen, [210304141@student.umri.ac.id](mailto:210304141@student.umri.ac.id), Universitas Muhammadiyah Riau, Pekanbaru Riau

<sup>bc</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Riau, Pekanbaru Riau

\* Korespondensi

**ABSTRACT**

*The purpose of this study is to determine the influence of perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived trust on the intention to use QRIS as a digital transaction tool in Pekanbaru City. This research employs a quantitative approach with a sampling technique based on Hair's formula, involving 160 respondents. Data were collected through the distribution of questionnaires, using both primary and secondary data sources. The study applies descriptive statistical analysis, respondent response analysis, validity testing, reliability testing, normality testing, heteroscedasticity testing, multicollinearity testing, multiple linear regression analysis, t-tests, and determination coefficient analysis, processed using SPSS version 26. The results indicate that the perceived ease of use (X1) and perceived usefulness (X2) variables have a positive and significant influence on the intention to use (Y). Conversely, the perceived trust variable (X3) has a positive but not significant influence on the intention to use (Y).*

**Keywords:** *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Trust, Intention to Use*

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan QRIS sebagai alat transaksi digital di Kota Pekanbaru. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus hair. Responden berjumlah 160 orang. Penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan metode analisis statistik deskriptif, analisis tanggapan responden, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, analisis regresi linier berganda, uji t, dan koefisien determinasi dengan SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1) dan persepsi manfaat (X2) masing-masing variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan (Y). Sebaliknya variabel persepsi kepercayaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat penggunaan (Y).

**Kata Kunci:** Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan, Minat Penggunaan

**1. PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi telah membawa perubahan signifikan di sektor keuangan dengan menciptakan sistem yang semakin inklusif, inovatif, dan efisien. Transformasi ini didorong oleh teknologi finansial atau *fintech* yang mencakup berbagai inovasi seperti pembayaran digital, aplikasi pinjaman berbasis daring, hingga pemanfaatan *blockchain* untuk keamanan dan transparansi transaksi. Pertumbuhan sektor *fintech* di Indonesia terus mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2023, nilai *outstanding* pembiayaan *fintech lending* mencapai 66,58 triliun yang menunjukkan peningkatan sebesar

35,62% dibandingkan tahun sebelumnya (Ishaqi dan Azka, 2024). Hal ini didorong oleh peningkatan akses internet dan *smartphone*, serta perilaku konsumen yang semakin banyak menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu bagian dari pertumbuhan *fintech* di bidang keuangan di Indonesia adalah metode pembayaran digital yang belakangan ini menarik perhatian masyarakat luas (Faizani dan Indriyanti, 2021).

Transaksi digital kini menjadi fenomena global yang berkembang pesat, didorong oleh kemajuan teknologi yang menawarkan solusi pembayaran yang lebih sederhana dan efisien. Dengan adanya berbagai inovasi dalam sistem pembayaran digital, adopsi teknologi ini semakin cepat di berbagai sektor, baik di kalangan konsumen maupun pelaku bisnis (Mughtar *et al.*, 2024). Meskipun era digital menawarkan berbagai kemudahan melalui teknologi canggih, masyarakat tidak selalu dapat dengan cepat mengadopsi semua inovasi tersebut. Proses adaptasi memerlukan waktu karena adanya kebutuhan untuk memahami, mempelajari, dan membiasakan diri dengan teknologi baru yang terus berkembang (Sumadi *et al.*, 2022).

Sistem pembayaran digital merupakan mekanisme yang memungkinkan seseorang untuk melakukan berbagai transaksi, memeriksa saldo, dan mengirim dana secara instan. Mekanisme ini tidak hanya disediakan oleh lembaga perbankan, tetapi juga disediakan oleh perusahaan yang menawarkan jasa pembayaran digital (Rahmayanti, 2023). Perkembangan layanan pembayaran digital telah memberikan dampak signifikan di seluruh Indonesia, termasuk di Kota Pekanbaru. Kota Pekanbaru berhasil mengadopsi berbagai metode pembayaran digital untuk mempermudah masyarakat dalam bertransaksi. Beragam *platform* pembayaran yang populer digunakan di Kota Pekanbaru meliputi transfer bank elektronik, dompet digital seperti OVO, GoPay, dan Dana, serta sistem pembayaran berbasis kode QR melalui aplikasi perbankan (Afriyanti, 2022).

Transformasi digital dalam sistem keuangan berkolaborasi untuk mengembangkan ekosistem *fintech* yang lebih inklusif. Pemerintah bersama Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah berkomitmen kuat untuk mendukung pertumbuhan ekosistem *fintech* Indonesia yang diharapkan dapat meningkatkan akses keuangan bagi seluruh lapisan masyarakat (Putri dan Hascaryani, 2022). Saat ini pembayaran digital semakin populer di Indonesia dan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) merupakan salah satu alat pembayaran digital yang paling banyak digunakan. Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), pada tanggal 17 Agustus 2019 meluncurkan QRIS sebagai standar untuk kode QR di Indonesia. QRIS dirilis secara resmi pada tanggal 1 Januari 2020 lalu (Faizani dan Indriyanti, 2021).

Kebijakan pemerintah tentunya mengatur penggunaan QRIS. Pada tahun 2014, pemerintah Indonesia meluncurkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) untuk mendorong penggunaan non tunai. Tujuan dari GNNT adalah untuk menciptakan ekosistem non tunai yang aman, efisien, dan lancar (Gunawan *et al.*, 2023). Semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang akan menggunakan kode QR pembayaran harus memiliki lisensi untuk menggunakan QRIS, hal ini merupakan salah satu jenis pembayaran non tunai yang dikembangkan bersama dengan Bank Indonesia. QRIS merupakan kombinasi dari berbagai jenis kode QR yang digunakan oleh berbagai PJSP yang berbeda. Tujuan pengembangan QRIS adalah untuk mempercepat, mempermudah, dan meningkatkan keamanan proses transaksi dengan kode QR (Wursan *et al.*, 2021).

**Tabel 1 Data QRIS di Indonesia Tahun 2021-2023**

Tahun	Jumlah Pengguna (juta)	Jumlah Merchant (juta)	Volume Transaksi (miliar)	Nilai Transaksi (triliun IDR)
2021	10,4	11,2	1,7	27,7
2022	28,76	23,97	3,9	73,6
2023	45,5	37,7	5,8	118,4

Sumber: Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI)

Berdasarkan data yang diperoleh dari ASPI pada Tabel 1.1 di atas, penggunaan QRIS menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dari tahun ke tahun. Jumlah pengguna meningkat drastis dari 10,4 juta pada 2021 menjadi 45,5 juta pada 2023. Pertumbuhan serupa juga terlihat pada jumlah *merchant* yang melonjak lebih dari tiga kali lipat selama periode tersebut. Selain itu, volume dan nilai transaksi QRIS juga terus meningkat yang mencerminkan adopsi yang semakin luas dan intensif. Pada 2021, nilai transaksi tercatat sebesar IDR 27,7 triliun, sementara pada 2023 meningkat menjadi IDR 118,4 triliun. Hal ini

*Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Transaksi Pembayaran Digital di Kota Pekanbaru (First Author)*

mengindikasikan bahwa QRIS semakin dipercaya sebagai solusi pembayaran digital yang praktis dan efisien.

Penggunaan QRIS di Provinsi Riau juga terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Data terbaru dari Bank Indonesia Provinsi Riau mencatat bahwa saat ini terdapat sekitar 700 ribu pedagang yang telah mengadopsi QRIS sebagai metode pembayaran. Selain itu, 1 juta masyarakat Riau dengan KTP setempat juga aktif menggunakan QRIS. Selanjutnya, transaksi QRIS di Provinsi Riau mencapai angka yang mengesankan, yaitu 3 juta transaksi per bulan dengan total nominal mencapai 400 juta. Hal ini menunjukkan peningkatan kesadaran masyarakat dan pelaku usaha di Provinsi Riau akan kemudahan, manfaat, dan kepercayaan pembayaran digital melalui QRIS (Anggraini, 2024).

Minat penggunaan (Y) merupakan suatu dorongan yang mendorong pengguna untuk menggunakan teknologi atau sistem tertentu. Minat penggunaan juga dikenal sebagai keinginan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu jika mereka memiliki keinginan yang kuat untuk melakukannya (Ningsih *et al.*, 2023). Sebagian besar masyarakat di Kota Pekanbaru merasakan peningkatan persepsi terhadap kemudahan dalam menggunakan QRIS, baik dalam hal akses maupun proses transaksi. Selain itu, persepsi manfaat yang semakin dirasakan, seperti efisiensi waktu dan kemudahan dalam membawa uang juga menjadi faktor pendorong. Peningkatan kepercayaan terhadap keamanan transaksi digital juga berperan penting dalam mendorong adopsi QRIS (Darista dan Mujilan, 2021).

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi minat penggunaan (Y) adalah persepsi kemudahan penggunaan (X1). Seseorang akan lebih mudah belajar tentang sistem atau teknologi jika sistem tersebut mudah digunakan. Hal ini disebabkan oleh keyakinan bahwa teknologi yang *user-friendly* lebih mudah dipahami dan diakses (Rossa dan Ashfath, 2022). Hal yang sama disampaikan juga oleh Adzhandra *et al.*, (2023) persepsi kemudahan penggunaan merupakan pandangan seseorang bahwa teknologi itu dapat diakses dan digunakan dengan mudah yang berdampak mempermudah pekerjaan penggunanya. Dan menurut Budi *et al.*, (2023) frekuensi penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menggambarkan tingkat kemudahan penggunaan. QRIS memfasilitasi berbagai jenis transaksi, termasuk pembayaran, transfer dana, tarik tunai, dan setor tunai dengan cukup memindai kode QR tanpa kesulitan. QRIS juga dibuat dengan desain antarmuka yang simpel, sehingga memudahkan pengguna dalam memahami dan mengoperasikan berbagai fiturnya (Juan dan Indrawati, 2023).

Selain persepsi kemudahan penggunaan (X1) faktor yang dapat mempengaruhi variabel minat penggunaan (Y) adalah persepsi manfaat (X2). Persepsi manfaat merujuk pada sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu objek tertentu dapat memenuhi kebutuhannya. Manfaat yang dirasakan menggambarkan seberapa efektif teknologi informasi tersebut dalam memberikan solusi atau memenuhi kebutuhan penggunanya (Darmawan dan Mardikaningsih, 2021). Hal yang sama disampaikan juga oleh Kurnianingsih dan Maharani (2020) bahwa persepsi manfaat terjadi ketika seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja. Dan menurut Ernawati dan Noersanti (2020) mengungkapkan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor kunci yang mempengaruhi perilaku dan keputusan individu dalam mengadopsi atau menggunakan inovasi dalam teknologi baru.

Terakhir, faktor yang turut mempengaruhi minat penggunaan (Y) adalah persepsi kepercayaan (X3). Kepercayaan adalah salah satu faktor kunci yang dipertimbangkan konsumen saat memutuskan untuk menggunakan suatu produk atau layanan. Kepercayaan ini umumnya terbentuk melalui pengalaman positif, reputasi merek, serta tingkat transparansi dan keamanan yang diberikan oleh produk atau layanan (Rossa dan Ashfath, 2022). Hal yang sama disampaikan juga oleh Ernawati dan Noersanti (2020) bahwa seseorang percaya pada pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak setelah mengumpulkan atau menggunakan berbagai informasi dan percaya bahwa pihak tersebut dapat melakukan apa yang diharapkan. Dan menurut Ardani *et al.*, (2024) mengungkapkan bahwa ketika konsumen telah memiliki kepercayaan terhadap suatu produk atau jasa dan kepercayaan tersebut meningkat, konsumen akan lebih tertarik untuk menggunakan produk atau jasa tersebut.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian ini melibatkan analisis kuantitatif dengan menerapkan analisis data. Data utama dalam penelitian ini diperoleh melalui distribusi kuesioner kepada masyarakat yang mempunyai minat menggunakan QRIS di Kota Pekanbaru. Studi ini melibatkan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, sehingga diperlukan sebanyak 160 responden untuk sampel. Pendekatan analisis data yang digunakan

mencakup metode analisis statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis, uji t, dan uji koefisien determinasi ( $r^2$ ).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Analisis statistik deskriptif

**Tabel 2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

<i>Descriptive Statistics</i>					
	<b>N</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maximum</b>	<b>Mean</b>	<b>Std.Deviation</b>
Persepsi Kemudahan Penggunaan	160	18,00	60,00	50,0375	8,66997
Persepsi Manfaat	160	18,00	60,00	49,3062	8,84883
Persepsi Kepercayaan	160	17,00	60,00	49,5563	8,84723
Minat Penggunaan	160	17,00	60,00	49,5250	8,76596
Valid N ( <i>listwise</i> )	160				

Sumber: Data Olahan SPSS (2024)

Berdasarkan Tabel diatas, dapat disimpulkan analisis statistik deskriptif variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Berdasarkan pengujian statistik, diketahui bahwa variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki nilai minimum sebesar 18, nilai maksimum 60, dan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 50,03 dengan standar deviasi 8,669. Hasil menunjukkan bahwa nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi pada variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan terdapat pengaruh data yang baik karena memiliki nilai rata-rata (*mean*) lebih besar dari nilai standar deviasi.
- Berdasarkan pengujian statistik, diketahui bahwa variabel Persepsi Manfaat memiliki nilai minimum sebesar 18, nilai maksimum 60, dan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 49,30 dengan standar deviasi 8,848. Hasil menunjukkan bahwa nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi pada variabel Persepsi Manfaat terdapat pengaruh data yang baik karena memiliki nilai rata-rata (*mean*) lebih besar dari nilai standar deviasi.
- Berdasarkan pengujian statistik, diketahui bahwa variabel Persepsi Kepercayaan memiliki nilai minimum sebesar 17, nilai maksimum 60, dan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 49,55 dengan standar deviasi 8,847. Hasil menunjukkan bahwa nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi pada variabel Persepsi Kepercayaan terdapat pengaruh data yang baik karena memiliki nilai rata-rata (*mean*) lebih besar dari nilai standar deviasi.

Berdasarkan pengujian statistik, diketahui bahwa variabel Minat Penggunaan memiliki nilai minimum sebesar 17, nilai maksimum 60, dan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 49,52 dengan standar deviasi 8,765. Hasil menunjukkan bahwa nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi pada variabel Minat Penggunaan terdapat pengaruh data yang baik karena memiliki nilai rata-rata (*mean*) lebih besar dari nilai standar deviasi.

### 3.2 Hasil uji instrumen penelitian

#### 3.2.1. Hasil uji validitas

**Tabel 3 Uji Validitas Terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)**

<b>Variabel</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>R hitung</b>	<b>R tabel</b>	<b>Keputusan</b>
Persepsi Kemudahan Penggunaan	H1	0,788	0,155	Valid
	H2	0,761	0,155	Valid
	H3	0,819	0,155	Valid
	H4	0,799	0,155	Valid
	H5	0,779	0,155	Valid
	H6	0,694	0,155	Valid
	H7	0,785	0,155	Valid
	H8	0,809	0,155	Valid
	H9	0,648	0,155	Valid
	H10	0,766	0,155	Valid
	H11	0,776	0,155	Valid
	H12	0,808	0,155	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS (2024)

Berdasarkan pada Tabel diatas dapat menunjukkan bahwa variabel independen diatas memiliki nilai r tabel, yaitu 0.155. Dari masing-masing butir pernyataan pada variabel independen memiliki nilai r hitung > r

*Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Transaksi Pembayaran Digital di Kota Pekanbaru (First Author)*

tabel. Hal ini menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan memiliki korelasi yang cukup kuat dengan total skor variabelnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Dengan kata lain, setiap butir pernyataan mampu mengukur aspek yang seharusnya diukur dalam variabel independen yang diteliti, sehingga data yang diperoleh dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

**Tabel 4 Uji Validitas Terhadap Persepsi Manfaat (X2)**

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keputusan
Persepsi Manfaat	H1	0,774	0,155	Valid
	H2	0,776	0,155	Valid
	H3	0,737	0,155	Valid
	H4	0,763	0,155	Valid
	H5	0,803	0,155	Valid
	H6	0,736	0,155	Valid
	H7	0,764	0,155	Valid
	H8	0,698	0,155	Valid
	H9	0,785	0,155	Valid
	H10	0,823	0,155	Valid
	H11	0,759	0,155	Valid
	H12	0,738	0,155	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS (2024)

Berdasarkan pada Tabel diatas dapat menunjukkan bahwa variabel independen diatas memiliki nilai r tabel, yaitu 0.155. Dari masing-masing butir pernyataan pada variabel independen memiliki nilai r hitung > r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan memiliki korelasi yang cukup kuat dengan total skor variabelnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Dengan kata lain, setiap butir pernyataan mampu mengukur aspek yang seharusnya diukur dalam variabel independen yang diteliti, sehingga data yang diperoleh dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

**Tabel 5 Uji Validitas Terhadap Persepsi Kepercayaan (X3)**

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keputusan
Persepsi Kepercayaan	H1	0,815	0,155	Valid
	H2	0,796	0,155	Valid
	H3	0,759	0,155	Valid
	H4	0,746	0,155	Valid
	H5	0,742	0,155	Valid
	H6	0,643	0,155	Valid
	H7	0,718	0,155	Valid
	H8	0,774	0,155	Valid
	H9	0,755	0,155	Valid
	H10	0,744	0,155	Valid
	H11	0,816	0,155	Valid
	H12	0,755	0,155	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS (2024)

Berdasarkan pada Tabel diatas dapat menunjukkan bahwa variabel independen diatas memiliki nilai r tabel, yaitu 0.155. Dari masing-masing butir pernyataan pada variabel independen memiliki nilai r hitung > r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan memiliki korelasi yang cukup kuat dengan total skor variabelnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Dengan kata lain, setiap butir pernyataan mampu mengukur aspek yang seharusnya diukur dalam variabel independen yang diteliti, sehingga data yang diperoleh dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

**Tabel 6 Uji Validitas Terhadap Minat Penggunaan (Y)**

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keputusan
Minat Penggunaan	H1	0,777	0,155	Valid
	H2	0,841	0,155	Valid
	H3	0,842	0,155	Valid

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keputusan
	H4	0,872	0,155	Valid
	H5	0,778	0,155	Valid
	H6	0,809	0,155	Valid
	H7	0,768	0,155	Valid
	H8	0,849	0,155	Valid
	H9	0,745	0,155	Valid
	H10	0,833	0,155	Valid
	H11	0,816	0,155	Valid
	H12	0,822	0,155	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS (2024)

Berdasarkan pada Tabel diatas dapat menunjukkan bahwa variabel independen diatas memiliki nilai r tabel, yaitu 0.155. Dari masing-masing butir pernyataan pada variabel independen memiliki nilai r hitung > r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan memiliki korelasi yang cukup kuat dengan total skor variabelnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Dengan kata lain, setiap butir pernyataan mampu mengukur aspek yang seharusnya diukur dalam variabel independen yang diteliti, sehingga data yang diperoleh dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

### 3.2.2. Hasil uji realibilitas

Tabel 7 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batasan	Keputusan
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,959	0,60	Reliabel
Persepsi Manfaat	0,957	0,60	Reliabel
Persepsi Kepercayaan	0,963	0,60	Reliabel
Minat Penggunaan	0,953	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS (2024)

Berdasarkan pada Tabel diatas menunjukkan bahwa pada pengujian ini dilakukan secara variabel dan dapat dilihat hasilnya adalah nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, maka dapat dikatakan reliabel. Berikut penjelasannya:

- Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,959 > 0,60, maka dapat dikatakan reliabel.
- Variabel Persepsi Manfaat memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,957 > 0,60, maka dapat dikatakan reliabel.
- Variabel Persepsi Kepercayaan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,963 > 0,60, maka dapat dikatakan reliabel.

Variabel Minat Penggunaan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,953 > 0,60, maka dapat dikatakan reliabel.

### 3.3 Hasil uji asumsi klasik

#### 3.3.1. Uji normalitas

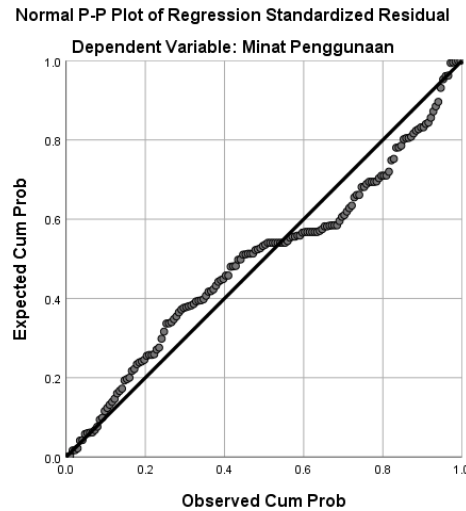
Tabel 8 Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Unstandardized Residual</i>			
N		160	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000	
	Std. Deviation	2,89911627	
	Absolute	,102	
Most Extreme Differences	Positive	,102	
	Negative	-,085	
Test Statistic		,102	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,062 <sup>d</sup>	
	99 % Confidence Interval	Lower Bound	,056
		Upper Bound	,069

Sumber: Data Olahan SPSS (2024)

*Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Transaksi Pembayaran Digital di Kota Pekanbaru (First Author)*

Berdasarkan pada Tabel menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan pada *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* bagian *Sig.* yaitu sebesar 0,062, sehingga dapat diketahui nilai *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* bagian *Sig.*  $0,062 > 0,05$  maka dapat dikatakan data telah berdistribusi secara normal.



**Gambar 1 Uji Normalitas P-Plot**  
Sumber: Data Olahan SPSS (2024)

Berdasarkan Gambar di atas, hasil uji normalitas dengan P-Plot menunjukkan bahwa pola distribusi data mengikuti garis diagonal antara sumbu X dan Y, dengan titik-titik yang tidak menyimpang jauh dari garis tersebut. Selain itu, pola distribusi tetap mengarah sesuai dengan garis pada sumbu Y. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa uji normalitas dalam penelitian ini menunjukkan distribusi yang normal.

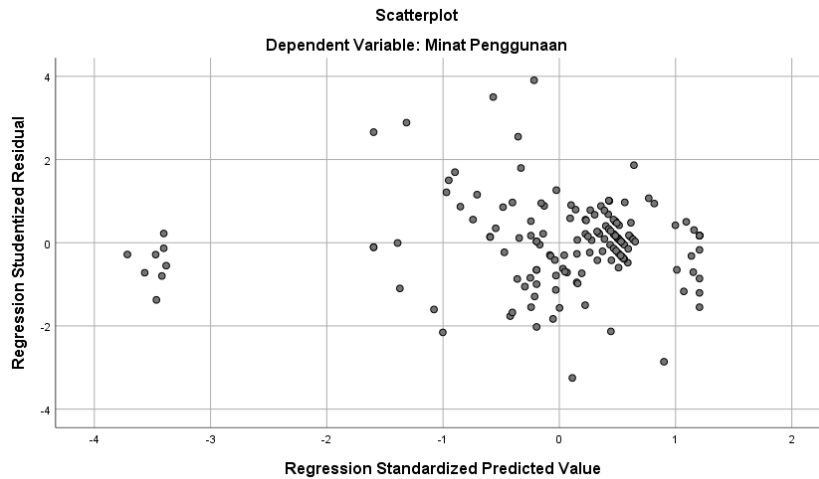
### 3.3.2. Uji heteroskedastisitas

**Tabel 9 Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients				
Model		B	Std Error	Beta		
1	(Constant)	3,754	,967		3,881	,000
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	,088	,058	,367	1,516	,131
	Persepsi Manfaat	-,095	,055	-,401	-	,087
					1,721	
	Persepsi Kepercayaan	-,030	,050	-,128	-,605	,546

Sumber: Data Olahan SPSS (2024)

Berdasarkan Tabel nilai signifikansi (Sig.) untuk masing-masing variabel independen, yaitu Persepsi Kemudahan Penggunaan sebesar 0,131, Persepsi Manfaat sebesar 0,087, dan Persepsi Kepercayaan sebesar 0,546. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan pada penelitian ini, karena setiap variabel memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05.



**Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas Scatterplot**  
 Sumber: Data Olahan SPSS (2024)

Berdasarkan Gambar 2 scatterplot yang ditampilkan, dapat dilakukan analisis terhadap distribusi residual untuk menentukan apakah terdapat heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas biasanya ditandai dengan pola tertentu dalam penyebaran residual, seperti bentuk corong yang menunjukkan peningkatan atau penurunan variabilitas seiring bertambahnya nilai prediksi, atau pola sistematis lainnya.

Dari grafik ini, sebagian besar titik tampak tersebar secara acak di sekitar garis nol tanpa membentuk pola yang jelas, meskipun terdapat sedikit pengelompokan pada beberapa bagian. Namun, pengelompokan tersebut tidak menunjukkan pola yang kuat, seperti pola V atau tren tertentu yang mencerminkan perubahan varians residual secara sistematis. Oleh karena itu, berdasarkan pola sebaran titik dalam scatterplot ini, tidak ditemukan indikasi yang signifikan terhadap adanya heteroskedastisitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa asumsi homoskedastisitas kemungkinan besar terpenuhi.

**3.3.3. Uji Multikolinearitas**

**Tabel 10 Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Persepsi Kemudahan Penggunaan	,105	9,559
Persepsi Manfaat	,113	8,870
Persepsi Kepercayaan	,136	7,352

Sumber: Data Olahan SPSS (2024)

Berdasarkan Tabel 10, terlihat bahwa setiap variabel independen (Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kepercayaan) memiliki nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi, sehingga model tersebut memenuhi kriteria untuk analisis regresi.

**3.4 d. Hasil uji regresi linear berganda**

**Tabel 11 Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std Error	Beta		
1 (Constant)		1,527	1,373		1,112	,268
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	,443	,083	,438	5,350	,000
	Persepsi Manfaat	,389	,078	,392	4,975	,000
	Persepsi Kepercayaan	,135	,071	,136	1,893	,060

Sumber: Data Olahan SPSS (2024)

*Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Transaksi Pembayaran Digital di Kota Pekanbaru (First Author)*

Berdasarkan pada Tabel 11 diatas menunjukkan sebuah persamaan regresi yang dapat dihasilkan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

$$Y = 1,527 + 0,443X_1 + 0,389 X_2 + 0,135 X_3 + e$$

Dari persamaan diatas, maka dapat dijadikan acuan untuk diintepresentasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) sebesar 1,527. Regresi ini berarti bahwa jika nilai koefisien regresi sebesar 1,527 artinya adalah apabila Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital di Kota Pekanbaru diasumsikan nol, maka minat penggunaan mengalami peningkatan sebesar 1,527.
- Diperoleh nilai koefisien regresi variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan sebesar 0,443 dan bertanda positif. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan Persepsi Kemudahan Penggunaan sebesar 0,443 satu satuan, maka akan meningkatkan minat penggunaan sebesar 0,443 dengan asumsi variabel lain tetap.
- Diperoleh nilai koefisien regresi variabel Persepsi Manfaat sebesar 0,389 dan bertanda positif. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan Persepsi Manfaat sebesar 0,389 satu satuan, maka akan meningkatkan minat penggunaan sebesar 0,389 dengan asumsi variabel lain tetap.
- Diperoleh nilai koefisien regresi variabel Persepsi Kepercayaan sebesar 0,135 dan bertanda positif. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan Persepsi Kepercayaan sebesar 0,135 satu satuan, maka akan meningkatkan minat penggunaan sebesar 0,135 dengan asumsi variabel lain tetap.
- Standar *error* (e) merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi profitabilitas yang mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap minat penggunaan, tetapi tidak dimasukkan dalam persamaan.

### 3.5 Hasil uji hipotesis

#### 3.5.1. Hasil uji t

**Tabel 12 Uji T**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std Error			
1	(Costant)	1,527	1,373		1,112	,268
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	,443	,083	,438	5,350	,000
	Persepsi Manfaat	,389	,078	,392	4,975	,000
	Persepsi Kepercayaan	,135	,071	,136	1,893	,060

Sumber: Data Olahan SPSS (2024)

Berdasarkan pada Tabel 12 diatas dapat dilihat masing-masing nilai t hitung dan signifikansi variable bebas. Diketahui nilai t tabel (uji 1 sisi pada alpha 5%) dengan persamaan:

$$t_{\text{tabel}} = (a/2; n-k-1)$$

$$t_{\text{tabel}} = (0,05/2; 160-3-1)$$

$$t_{\text{tabel}} = (0,025; 156)$$

$$t_{\text{tabel}} = 1.97529 \text{ (dilihat tabel t dengan df=156 pada level signifikansi 0,05)}$$

$$t_{\text{tabel}} = 1.975 \text{ (dibulatkan)}$$

Keterangan:

n: Jumlah Sampel

k: Jumlah variabel bebas

1: Konstan

a: Tingkat kepercayaan (0,05)

Dengan demikian, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

- Persepsi Kemudahan Penggunaan. Diperoleh nilai t hitung sebesar 5,350 dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian, maka diketahui t hitung  $5,350 > t$  tabel 1,975 atau signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Artinya adalah Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan.

- b. Persepsi Manfaat. Diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 4,975 dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian, maka diketahui  $t$  hitung  $4,975 > t$  tabel 1,975 atau signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Artinya adalah Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan.
- c. Persepsi Kepercayaan. Diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 1,893 dengan signifikansi 0,060. Dengan demikian, maka diketahui  $t$  hitung  $1,893 < t$  tabel 1,975 atau signifikansi  $0,060 > 0,05$ . Artinya adalah Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Minat Penggunaan.

### 3.5.2. Hasil uji koefisien determinasi ( $r^2$ )

**Tabel 13 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

<i>Model Summary</i>				
<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>
1	,944 <sup>a</sup>	,891	,889	2,92686

Sumber: Data Olahan SPSS (2024)

Dari Tabel 13 diperoleh uji koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,891 dan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,889 berarti 88,9% variasi perubahan dari Minat Penggunaan (Y) disebabkan oleh Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1), Persepsi Manfaat (X2) dan Persepsi Kepercayaan (X3), sedangkan sisanya sebesar 11,1% variasi atau perubahan Minat Penggunaan disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

## 3.6 Pembahasan

### 3.6.1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan QRIS sebagai Alat Transaksi Pembayaran Digital di Kota Pekanbaru

Berdasarkan hasil pengujian data penelitian ini ditemukan bahwa variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki nilai  $t$  hitung  $5,350 > t$  tabel 1,975 atau signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Artinya adalah Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan. Sehingga dalam penelitian dapat membuktikan hipotesis pertama diterima yang menyatakan bahwa “Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan”.

Persepsi kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi minat seseorang. Teori yang dikemukakan oleh Venkatesh (2000) mengatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi dapat digunakan tanpa memerlukan banyak usaha. Teori persepsi kemudahan penggunaan menurut Venkatesh memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat seseorang dalam menggunakan teknologi. Teori ini tidak hanya mengacu pada persepsi umum tentang kemudahan, tetapi juga memperhitungkan faktor-faktor khusus yang terkait dengan desain serta implementasi dari teknologi tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Darista dan Mujilan (2021) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat individu dalam menggunakan teknologi informasi. Penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin sederhana suatu sistem untuk dioperasikan, semakin tinggi pula keinginan pengguna untuk memanfaatkannya. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Afolo dan Dewi (2022) yang menegaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu elemen kunci yang mendorong ketertarikan pengguna terhadap aplikasi atau teknologi tertentu.

### 3.6.2. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan QRIS sebagai Alat Transaksi Pembayaran Digital di Kota Pekanbaru

Berdasarkan hasil pengujian data penelitian ini ditemukan bahwa variabel Persepsi Manfaat memiliki nilai  $t$  hitung  $4,975 > t$  tabel 1,975 atau signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Artinya adalah Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan. Sehingga dalam penelitian dapat membuktikan hipotesis kedua diterima yang menyatakan bahwa “Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan”.

Persepsi manfaat dapat digunakan sebagai indikator untuk menilai sejauh mana suatu teknologi memberikan manfaat. Teori yang dikemukakan oleh Venkatesh dan Davis (2000) menyatakan bahwa persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja atau produktivitasnya. Artinya, seseorang akan lebih terdorong untuk menggunakan

teknologi jika mereka yakin bahwa teknologi tersebut dapat membantu mereka menyelesaikan tugas dengan lebih cepat, menghasilkan hasil yang lebih baik, dan meningkatkan efisiensi kerja.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arifiyanto dan Kholidah (2020) ditemukan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan suatu teknologi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi individu terhadap manfaat yang diperoleh dari penggunaan teknologi, semakin besar pula minat mereka untuk menggunakannya. Penelitian ini didukung oleh temuan Rahmawati dan Nasih (2022) yang juga menyatakan bahwa persepsi manfaat memainkan peran penting dalam meningkatkan keinginan individu untuk mencoba atau terus menggunakan teknologi tertentu, terutama dalam konteks yang berkaitan dengan efisiensi dan produktivitas.

### **3.6.3. Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan QRIS sebagai Alat Transaksi Pembayaran Digital di Kota Pekanbaru**

Berdasarkan hasil pengujian data penelitian ini ditemukan bahwa variabel Persepsi Kepercayaan memiliki nilai  $t$  hitung  $1,893 < t$  tabel  $1,975$  atau signifikansi  $0,060 > 0,05$ . Artinya adalah Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Minat Penggunaan. Sehingga dalam penelitian dapat membuktikan hipotesis ketiga ditolak yang menyatakan bahwa “Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Minat Penggunaan”.

Kepercayaan menjadi aspek yang sangat penting dalam menentukan penggunaan suatu layanan. Teori persepsi kepercayaan menurut McKnight *et al.*, (2002) merupakan sebuah model yang bertujuan untuk memahami bagaimana individu membangun kepercayaan terhadap sistem atau entitas, khususnya dalam konteks teknologi informasi. Kepercayaan ini sangat penting karena berperan sebagai faktor utama yang mendorong adopsi dan penggunaan teknologi baru. Secara keseluruhan, teori ini menyediakan kerangka yang bermanfaat untuk menganalisis elemen-elemen yang mempengaruhi kepercayaan individu terhadap sistem teknologi informasi.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Noviyanti dan Erawati (2021) persepsi kepercayaan memiliki hubungan positif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun kepercayaan sering dianggap penting dalam proses pengambilan keputusan, dampaknya terhadap minat penggunaan tidak selalu stabil. Selanjutnya penelitian terdahulu dari Mahmudah (2021) juga menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan. Hasil penelitiannya memperlihatkan bahwa meskipun terdapat kecenderungan, pengaruh tersebut sangat lemah sehingga tidak mampu memengaruhi keputusan pengguna secara keseluruhan.

## **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital di Kota Pekanbaru. Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital di Kota Pekanbaru. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh pada minat penggunaan, maka minat penggunaan yang akan dilakukan oleh konsumen akan tercapai karena variabel persepsi kemudahan penggunaan salah satu yang menyumbang pengaruh tersebut. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital di Kota Pekanbaru. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh pada minat penggunaan, maka minat penggunaan yang akan dilakukan oleh konsumen akan tercapai karena variabel persepsi manfaat salah satu yang menyumbang pengaruh tersebut. Persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital di Kota Pekanbaru. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan tidak memiliki pengaruh pada minat penggunaan, maka minat penggunaan yang akan dilakukan oleh konsumen tidak akan tercapai karena variabel persepsi kepercayaan salah satu yang tidak menyumbang pengaruh tersebut.

### **SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan beberapa kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Persepsi kemudahan penggunaan telah menunjukkan hasil yang memuaskan, penyedia layanan masih perlu meningkatkan aspek ini untuk mendorong minat penggunaan yang lebih tinggi. Penyedia layanan

- sebaiknya mengidentifikasi dan mengimplementasikan berbagai cara untuk menyederhanakan sistem, sehingga kemudahan penggunaan dapat menjadi daya tarik utama bagi peningkatan minat pengguna.
- b. Persepsi manfaat secara umum sudah baik, tetapi masih terdapat beberapa ruang untuk perbaikan. Mengingat terkait peningkatan kinerja individu dan peningkatan produktivitas, penyedia layanan perlu melakukan evaluasi berkelanjutan terhadap manfaat sistem melalui umpan balik pengguna untuk mengembangkan fitur-fitur yang lebih bernilai guna.
  - c. Persepsi kepercayaan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan. Oleh karena itu, penyedia layanan perlu melakukan analisis komprehensif untuk mengidentifikasi penyebab rendahnya tingkat kepercayaan pengguna, seperti analisis terkait indikator niat baik, integritas, dan ketersediaan untuk bergabung yang masih tergolong rendah. Langkah-langkah perbaikan yang dapat diambil meliputi peningkatan aspek keamanan sistem, keterbukaan informasi, serta penguatan perlindungan data pribadi pengguna.
  - d. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan agar peneliti berikutnya memperluas cakupan penelitian dengan menambahkan variabel-variabel baru seperti persepsi keamanan, persepsi risiko, dan persepsi kenyamanan. Selain itu, penelitian juga dapat dikembangkan dengan menggunakan objek studi yang berbeda untuk memperkaya referensi dalam bidang ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adzhandra, B. J., Hardilawati, W. L., & Nofirda, F. A. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna, Kualitas Informasi, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Online (Studi Kasus Pengguna Marketplace Shopee). *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Bisnis & Akuntansi*, 3, 178–191.
- [2] Afolo, S. C. M., & Dewi, N. N. S. R. T. (2022). Minat Mahasiswa Akuntansi UNTRIM Sebagai Pengguna E- Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kepercayaan. *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 267–277.
- [3] Afriyanti, D. (2022). Dampak Penggunaan QRIS pada UMKM di Kota Pekanbaru Dalam Rangka Mendorong Perkembangan Ekonomi Digital. *Jurnal Khazanah Ulum Perbankan Syariah (JKUPS)*, 6(2), 1–6.
- [4] Anggraini, N. (2024). *Pekan QRIS Nasional 2024, BI Riau Terus Dorong Pertumbuhan Pengguna Baru*. Detak Riau. <https://detakriau.com/berita-32409-pekan-qris-nasional-2024-bi-riau-terus-dorong-pertumbuhan-pengguna-baru.html>
- [5] Ardani, S. S., Khairani, R., Alfaiz, D. N., & Nofirda, F. A. (2024). Analisis Pengalaman Konsumen, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk Terhadap Perilaku Konsumen pada TikTok Shop. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 2913–2919.
- [6] Arifiyanto, M., & Kholidah, N. (2020). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(3), 697–706. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i3.31390>
- [7] Budi, Y. S., Nofirda, F. A., & Hardilawati, W. L. (2023). The Influence of Web Design Quality, Perceived Ease of Use and Trust on Purchase Intention: A Case Study on Lazada. *International Journal of Management and Business Applied*, 2(2), 126–140. <https://doi.org/10.54099/ijmba.v2i2.678>
- [8] Darista, S. M. R., & Mujilan. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO Sebagai Alat Pembayaran E-Money. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 9(1), 27–37.
- [9] Darmawan, D., & Mardikaningsih, R. (2021). Peranan Sistem Informasi Persediaan Terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kegunaan Yang Dirasakan, dan Kepuasan Pengunjung Toko Buku. *Realible Accounting Journal*, 1(1), 43–57.
- [10] Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(2), 27–37. <https://doi.org/10.58344/jii.v1i6.90>
- [11] Faizani, S. N., & Indriyanti, A. D. (2021). Analisis Pengaruh Technology Readiness Terhadap Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention Dari Quick Response Indonesian Standard (QRIS) untuk Pembayaran Digital (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi e-Wallet, Go-Pay, DANA, OV. *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence (JEISBI)*, 2(2), 85–93.

---

*Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Transaksi Pembayaran Digital di Kota Pekanbaru (First Author)*

- <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/39738>
- [12] Gunawan, A., Fatikasari, A. F., & Putri, S. A. (2023). The Effect of Using Cashless (QRIS) on Daily Payment Transactions Using the Technology Acceptance Model. *Procedia Computer Science*, 227, 548–556. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.10.557>
- [13] Ishaqi, A. M. Al, & Azka, R. M. (2024). *Fintech Terus Bertumbuh, Pemain hingga Transaksi Melejit*. *Bisnis Indonesia*. <https://finansial.bisnis.com/read/20241019/563/1809385/fintech-terus-bertumbuh-pemain-hingga-transaksi-melejit>
- [14] Juan, E., & Indrawati, L. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Melakukan Pembayaran Menggunakan QRIS. *Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen*, 2(1), 313–325. <https://doi.org/10.32524/kkj.m.v2i1.757>
- [15] Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money di Jawa Tengah. *Akuntoteknologi: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi*, 12(1), 1–13. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7934>
- [16] Mahmudah, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Word Of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking 2020 (Studi Kasus Nasabah Bri KC Semarang). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 419–441. <http://103.114.35.30/index.php/Mas/article/view/6989>
- [17] McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology. *Information Systems Research*, 13(3), 334–359.
- [18] Mughtar, E. H., Trianto, B., Maulana, I., Alim, M. N., Marasabessy, R. H., Hidayat, W., Junaedi, E., & Masrizal. (2024). Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) E-Payment Adoption: Customers Perspective. *Cogent Business and Management*, 11(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2316044>
- [19] Ningsih, M. C., Woestho, C., & Kurniawan, D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat Paylater Dan Pendapatan Generasi Z Terhadap Minat Penggunaan Paylater Di Platfrom Shopee Pada Kecamatan Tambun Selatan. *Jurnal Economina*, 2(11), 3218–3231. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i11.967>
- [20] Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 4(2), 65–74.
- [21] Putri, P. E. T., & Hascaryani, T. D. (2022). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Fintech Sebagai Alat Pembayaran Digital. *Contemporary Studies in Economic, Finance and Banking*, 1(4), 658–670. <http://dx.doi.org/10.21776/csefb.2022.01.4.10>
- [22] Rahmawati, I. D., & Nasih, M. (2022). Pengaruh Lifestyle, Computer Self Efficacy, Persepsi Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan SIA Berbasis E-Commerce. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(3), 417–435. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i3.5258>
- [23] Rahmayanti, N. P. (2023). Pengaruh Marketplace dan Pembayaran Digital Terhadap Tingkat Penjualan UMKM di Kota Banjarmasin. *Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 10(1), 28–37. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v10i1.9095>
- [24] Rossa, A., & Ashfath, F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan Terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen Politeknik Negeri Jakarta (SNAM PNJ)*, 3. <https://doi.org/10.59422/global.v2i01.185>
- [25] Sumadi, Romdhoni, A. H., & Fatakhurrohimi. (2022). Analisis Faktor Kepercayaan, Manfaat dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat di Boyolali). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2195–2201. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5976>
- [26] Venkatesh, V. (2000). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*, 11(4), 342–365.
- [27] Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.
- [28] Wursan, Badriatin, T., & Rinandiyana, L. R. (2021). Prilaku Minat Penggunaan QRIS Bank Indonesia Terhadap Penggunaan Transaksi Pembayaran Online. *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 80–86.