

Analisis Behavioral Intention dan Use Behavior Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada UMKM Dengan Metode UTAUT 2 di Kota Denpasar

Ni Kadek Dwi Febriani¹, Nengah Widya Utami², I Gusti Agung Pramesti Dwi Putri³

^{1,2,3} STMIK Primakara

¹febrianidwi15@gmail.com, ²widya@primakara.ac.id, ³pramesti@primakara.ac.id

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor - faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan dan perilaku UMKM di Kota Denpasar dalam penggunaan QRIS dengan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) 2*. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dengan sampel berjumlah 100 responden, pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* yaitu *simple random sampling*. Uji validitas dan uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan *software SmartPLS 3.0*. Data dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares Path Modeling (PLS-SEM)* dengan *software SmartPLS 3.0*. Hasil pengujian yang dilakukan mengindikasikan bahwa hipotesis yang diterima yaitu variabel yang memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* yaitu *effort expectancy*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, dan *price value*. Adapun hipotesis lain yang diterima ialah variabel yang berpengaruh terhadap *use behavior* yaitu *habit* dan *behavioral intention*. Terdapat hipotesis ditolak yaitu *performance expectancy* terhadap *behavioral intention*, *social influence* terhadap *behavioral intention*, *facilitating conditions* terhadap *use behavior* dan *habit* terhadap *behavioral intention*.

Kata Kunci: Financial Technology; QRIS; UTAUT 2; Minat Penggunaan; Perilaku Pengguna; PLS

ABSTRACT. This study aims to determine the factors that can influence the intention to use and behavior of MSMEs in Denpasar City in using QRIS with the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) 2 Model. This research uses primary data sources with a sample of 100 respondents, taking sample using probability sampling that is simple random sampling. Test the validity and reliability test of the instrument was carried out with SmartPLS 3.0 software. Data were analyzed using the Partial Least Squares Path Modeling (PLS-SEM) method with SmartPLS 3.0 software. The results of the tests carried out show that the accepted hypothesis is that the variables that have an influence on behavioral intentions are effort expectations, facilitating conditions, hedonic motivation, and price values. The other hypothesis that is accepted is the variables that influence use behavior, namely habits and behavioral intentions. There are hypotheses that are rejected, namely performance expectancy on behavioral intention, social influence on behavioral intention, facilitating conditions on use behavior and habit on behavioral intention.

Keywords: Financial Technology; QRIS; UTAUT 2; Behavior Intention; Use Behavior; PLS

PENDAHULUAN

Kehidupan semakin hari semakin berjalan modern dan dinamis di zaman yang serba teknologi ini. Pesatnya perkembangan teknologi di berbagai hal memberikan manfaat bagi kehidupan manusia terutama dapat membuat terselesaikannya setiap aktifitas manusia dengan lebih efektif dan efisien. Begitu juga dalam bidang keuangan atau finansial yang saat ini mengalami kemajuan cukup signifikan terutama di Indonesia. Adanya pertumbuhan sejumlah *financial technology* di Indonesia menandakan bahwa masyarakat telah mengadopsi dan juga telah berinovasi pada teknologi bidang keuangan. Menurut survey terhadap 1.000 responden aktif *e-commerce* November 2020 hingga Januari 2021 di Indonesia, diketahui bahwa jumlah pengguna dompet digital GoPay sebesar 84%, OVO sebesar 80,45, DANA 75,6%, ShopeePay 53,2%, Link Aja 47,5%, Jenius sebesar 14,2%, iSaku 10,7%, DOKU sebesar 7,5%, Paytren sebesar 6,6%, Sakyku sebesar 5,9%, Uangku 4,6% dan hanya sebesar 0,7% responden yang tidak mengetahui penggunaan dompet digital (Burhan, 2021). Dari persentase tersebut maka dapat membuktikan bahwa masyarakat Indonesia telah menggunakan sejumlah *financial technology* dalam kehidupannya.

Financial Technology didefinisikan sebagai *Innovation Infinancial Service* yang merupakan inovasi dalam sektor keuangan yang mendapatkan sentuhan teknologi (Muchlis, 2018). Inovasi-inovasi baru yang hadir dalam bidang keuangan menggeser peranan uang tunai (*cash*) sebagai alat pembayaran secara tidak langsung dan memunculkan ekosistem pembayaran non-tunai (*cashless*). *Cashless* ialah sistem pembayaran yang diterapkan oleh masyarakat tanpa memerlukan *cash* melainkan transaksi dilakukan dalam bentuk digital. Adapun manfaat *cashless* bagi masyarakat ialah dapat meminimalisir risiko pencurian dikarenakan masyarakat tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah banyak, segala riwayat transaksi tercatat dan juga

tingkat keamanan serta kenyamanan yang didapat akan lebih tinggi dibandingkan bertransaksi secara tunai. Di Indonesia, fenomena *cashless* ini juga merupakan salah satu faktor pendukung tumbuh kembangnya sejumlah *financial technology*. Hal tersebut dapat dilihat dari adanya peningkatan transaksi uang elektronik seperti yang dilihatkan pada Tabel 1. Transaksi Uang Elektronik 2017-2021 di Indonesia.

Tabel 1. Transaksi Uang Elektronik 2017-2021 di Indonesia

Tahun	Volume (dalam satuan transaksi)	Nominal (dalam juta Rp)
2017	943,319,933	12,375,468.72
2018	2,922,698,905	47,198,616.11
2019	5,226,699,919	145,165,467.60
2020	4,625,703,561	204,909,170
2021	5,450,400,276	305,435,829

Sumber: Bank Indonesia, 2021

Jumlah transaksi elektronik yang meningkat drastis di Indonesia merupakan gambaran bahwa semakin banyak masyarakat yang telah menerapkan *cashless*. Dalam rangka mewujudkan program Indonesia menuju *cashless society* maka Bank Indonesia bersama ASPI (Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia) menerbitkan QRIS dengan tujuan sebagai standarisasi sistem pembayaran dengan *quick response code* (QR Code). Kepanjangan dari QRIS ialah *Quick Response Code Indonesia Standard*. Di Indonesia diperlukan adanya standar QR Code ini untuk dapat lebih melindungi konsumen pengguna *financial technology*, mengantisipasi pertumbuhan teknologi pembayaran berbasis QR Code yang memiliki potensi timbulnya fragmentasi baru di industri sistem pembayaran serta untuk memperluas implementasi pembayaran non-tunai (*cashless*) nasional secara lebih efisien dengan melalui satu QR Code. Dengan adanya QRIS maka penyedia barang dan penyedia jasa (*merchant*) tidak perlu memiliki berbagai jenis QR Code dari beberapa penerbit. Selain itu, dengan adanya QRIS juga untuk mewujudkan visi Sistem Pembayaran Indonesia 2025 (Bank Indonesia, 2019). Jumlah pedagang atau *merchant* pengguna QRIS Di Provinsi Bali khususnya hingga Januari 2022 ialah sebanyak 408.268 pedagang (Rismawati, 2022).

Merchant QRIS di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 14 juta *merchant* dimana sebagian besarnya ialah UMKM yang sudah mulai melakukan digitalisasi. Di tahun 2022, Bank Indonesia menargetkan sebanyak 15 juta *merchant* yang terdiri dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menggunakan QRIS (Susanti, 2022). UMKM memiliki peran penting bagi perekonomian Indonesia karena UMKM memiliki kontribusi dalam penyerapan tenaga kerja dan pembentukan produk domestik bruto. UMKM juga diyakini dapat menjadi penopang bagi stabilitas sistem keuangan dan perekonomian karena memiliki ketahanan ekonomi yang tinggi. Adanya angka adopsi teknologi yang tinggi dan adanya ekosistem *cashless* bagi masyarakat Indonesia membuat UMKM diwajibkan untuk beradaptasi mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Dengan menggunakan QRIS maka UMKM dapat mempercepat transaksi karena tidak perlu memikirkan biaya kembalian bagi konsumen, UMKM dapat terhindar dari resiko penyebaran uang palsu, pencatatan transaksi akan tercatat dengan cepat dan mudah dipantau kapanpun.

Meskipun sudah terdapat banyak *platform* yang dapat memudahkan UMKM untuk *go digital*, dalam kenyataannya angka UMKM *go digital* masih sangat perlu ditingkatkan. Bapak Teten Masduki selaku Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) menyatakan bahwa pada Desember 2021 terdapat 16,9 juta atau 26% UMKM yang telah *on boarding* ke ekosistem digital dan menargetkan agar di tahun 2022 UMKM *go digital* meningkat sebesar 30% atau 20 juta pelaku UMKM. Adapun jumlah UMKM di Indonesia di Bulan Desember 2021 ialah sebanyak 65 juta pelaku (Menteri Teten: Fondasi Telah Kuat, Tahun 2022 Masuk Fase Pemulihan Transformatif, 2021). Sehingga masih diperlukannya gebrakan, inovasi ataupun sosialisasi yang dilakukan agar UMKM lebih sigap terjun ke ekosistem digital.

Berdasarkan uraian fenomena yang ada maka penulis ingin melakukan penelitian mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat dan perilaku penggunaan *Financial Technology* QRIS Pada UMKM. Adapun penelitian ini akan menggunakan metode *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) 2, metode ini terdiri dari kombinasi delapan model yang telah dikembangkan untuk menjelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi. Delapan model tersebut ialah *theory of reasoned action* (TRA), *technology acceptance model* (TAM), *motivational model* (MM), *theory of planned behavior* (TPB), *combined TAM and TPB*, *model of PC utilization* (MPTU), *innovation diffusion theory* (IDT), dan *social cognitive theory* (SCT) (Taqwatika, Agustini, & Suyasa Arta, 2019).

Penelitian sejenis telah dilakukan oleh Ramadhani Puspita Sari dengan judul “Analisis Inklusi Keuangan Melalui Inovasi *Fintech*” membuktikan bahwa metode ini dapat digunakan dalam menganalisis minat menggunakan *mobile money*. Dalam penelitian, faktor nilai harga (*price value*) dan kebiasaan (*habit*) mempengaruhi minat penggunaan *mobile money* (Sari & Imronudin, 2021). Selain itu, terdapat pula penelitian dengan judul “Penerapan *Model Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology 2* Terhadap Minat dan Perilaku Penggunaan *E-Ticket* di Yogyakarta” yang dilakukan oleh Nia Auliya membuktikan bahwa metode ini dapat digunakan dalam analisis minat dan perilaku penggunaan *e-ticket* (Auliya, 2018). Adapun faktor yang mempengaruhi minat penggunaan pada penelitian ialah ekspektasi usaha (*effort expectancy*), motivasi hedonisme (*hedonic motivation*) dan nilai harga (*price value*). Sedangkan yang kebiasaan (*habit*) pengguna memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan *e-ticket*. Dengan demikian, metode *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) 2* dapat digunakan sebagai metode untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat UMKM menggunakan QRIS.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas maka penulis memilih judul “Analisis *Behavioral Intention* dan *Use Behavior Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* Pada UMKM Dengan Metode *UTAUT 2* di Kota Denpasar”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Adapun sumber data penelitian menggunakan data primer yaitu data yang didapatkan langsung dari responden yang bersangkutan dengan fenomena yang sedang dikaji, yaitu pengguna QRIS pada pelaku UMKM dengan cara menyebar angket atau kuesioner yang disebar menggunakan secara *offline* dengan terjun langsung ke lapangan. Kuesioner yang digunakan bersifat tertutup dengan menggunakan pengukuran skala likert 5. Adapun ketentuannya sebagai berikut:

1. Angka 1 menunjukkan Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Angka 2 menunjukkan Tidak Setuju (TS)
3. Angka 3 menunjukkan Netral (N)
4. Angka 4 menunjukkan Setuju (S)
5. Angka 5 menunjukkan Sangat Setuju (SS)

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* yaitu *simple random sampling*. Dimana *simple random sampling* merupakan sebuah teknik dalam pengambilan sampel yang dilakukan secara acak dan setiap unit mempunyai kesempatan yang sama dalam menjadi sampel penelitian (Sumargo, 2020). Untuk menghitung sampel penelitian, peneliti menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan (*error tolerance*)

1 = Bilangan konstan

Dengan perhitungan penentuan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{171.200}{1+(171.200 (0,1)^2)}$$

$$n = \frac{171.200}{1.713}$$

$$n = 99,941$$

Dari hasil perhitungan sampel dengan menggunakan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 100 responden setelah hasil perhitungan dibulatkan. Dalam analisis data penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Squares Path Modeling (PLS-SEM)* dengan pengolahan data menggunakan *SmartPLS 3.0*. Adapun tahapan analisis penelitian sebagai berikut:

- 1) Perancangan Model Struktural (*Inner Model*)
Pada perancangan model struktural, peneliti menggambarkan hubungan antara variabel laten satu dengan variabel laten yang lainnya, dimana perancangan model struktural ini didasarkan pada hipotesis yang telah dijelaskan sebelumnya (Hafifah, Utami, & Dwi Putri, 2022).
- 2) Perancangan Model Pengukuran (*Outer Model*)
Perancangan model pengukuran ini dilakukan dengan menentukan indikator dari masing-masing variabel laten.
- 3) Pengujian *Outer Model*

Pengujian pada *outer model* dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

1. *Convergent Validity*
Nilai *convergen validity* dapat dinilai dari skor item atau *loading factor*. Adapun nilai untuk loading faktor agar dikatakan valid adalah lebih besar dari 0.7.
 2. *Discriminant Validity*.
Tujuan mencari *discriminant validity* ialah untuk memastikan konsep dari tiap model laten berbeda dengan variabel lainnya. Nilai *cross loading* yang diharapkan adalah 0,7.
 3. *Average Variance Extracted (AVE)*.
Terdapat metode lainnya untuk menilai *discriminant validity* yaitu dengan membandingkan *Average Variance Extracted (AVE)* setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Untuk Nilai AVE yang diharapkan > 0.5 .
 4. *Composite Reliability*.
Composite reliability digunakan untuk mengukur konsistensi suatu variabel laten. Jika nilai *composite reliability* maupun *cronbachs alpha* $> 0,7$ maka variabel latennya dapat dikatakan handal.
- 4) Pengukuran Model Struktural (*Inner Model*)
1. Pengujian pada model struktural (*Inner Model*) dilakukan dengan memperhatikan nilai *R-Square* variabel laten endogen. Semakin *R-Square* mendekati 1 maka akan semakin baik, nilai *R-Square* ini ialah 0-1.
 2. Uji yang kedua adalah melihat nilai signifikan antara variabel laten eksogen terhadap endogen dan variabel endogen terhadap variabel endogen lainnya. Menggunakan metode *bootstrap* dengan *path coefficient*. Jika *p-value* $< 0,05$ maka hipotesis diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Pengujian validitas kuesioner ini dilakukan terhadap 30 responden yang menjadi sampel untuk penelitian. Uji validitas menggunakan SmartPLS 3.0 dimana hasil menunjukkan nilai *loading factor* masing-masing variabel lebih dari 0,70. Hal tersebut sudah menyatakan bahwa variabel pada penelitian dapat dikatakan valid. Hasil Uji Validitas dapat dilihat pada Tabel 2 Hasil Uji Validitas.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

	Original Sample (O)	P Values	Keterangan
BI1 <- Behavioral Intention	0.969	0.000	Valid
BI2 <- Behavioral Intention	0.971	0.000	Valid
EE1 <- Effort Expectancy	0.978	0.000	Valid
EE2 <- Effort Expectancy	0.957	0.000	Valid
EE3 <- Effort Expectancy	0.957	0.000	Valid
FC1 <- Facilitating Condition	0.949	0.000	Valid
FC2 <- Facilitating Condition	0.968	0.000	Valid
FC3 <- Facilitating Condition	0.955	0.000	Valid
FC4 <- Facilitating Condition	0.940	0.000	Valid
H1 <- Habit	0.976	0.000	Valid
H2 <- Habit	0.974	0.000	Valid
H3 <- Habit	0.935	0.000	Valid
H4 <- Habit	0.975	0.000	Valid
HM1 <- Hedonic Motivation	0.862	0.000	Valid
HM2 <- Hedonic Motivation	0.968	0.000	Valid
HM3 <- Hedonic Motivation	0.972	0.000	Valid
PE1 <- Performance Expectancy	0.959	0.000	Valid
PE2 <- Performance Expectancy	0.949	0.000	Valid
PE3 <- Performance Expectancy	0.956	0.000	Valid
PE4 <- Performance Expectancy	0.948	0.000	Valid
PE5 <- Performance Expectancy	0.963	0.000	Valid
PV1 <- Price Value	0.974	0.000	Valid

	Original Sample (O)	P Values	Keterangan
PV2 <- Price Value	0.968	0.000	Valid
PV3 <- Price Value	0.944	0.000	Valid
SI1 <- Social Influence	0.955	0.000	Valid
SI2 <- Social Influence	0.975	0.000	Valid
SI3 <- Social Influence	0.951	0.000	Valid
SI4 <- Social Influence	0.937	0.000	Valid
UB1 <- Use Behavior	0.936	0.000	Valid
UB2 <- Use Behavior	0.864	0.000	Valid
UB3 <- Use Behavior	0.919	0.000	Valid

Sumber: Data Diolah 2022

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada instrumen penelitian dapat mengetahui kuesioner penelitian dapat dinyatakan *reliable* atau tidak. Pengujian reliabilitas kuesioner ini dilakukan terhadap 30 responden dengan analisis *Alpha Cronbach*. Pada Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas nilai *Alpha Cronbach* masing – masing variabel lebih besar dari 0,60 (Nilai *Alpha Cronbach* > 0,60) maka variabel tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur. Uji reliabilitas ini dilakukan menggunakan SmartPLS 3.0.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

	Original Sample (O)	Keterangan
Behavioral Intention	0.970	Reliabel
Effort Expectancy	0.975	Reliabel
Facilitating Condition	0.975	Reliabel
Habit	0.982	Reliabel
Hedonic Motivation	0.954	Reliabel
Performance Expectancy	0.981	Reliabel
Price Value	0.974	Reliabel
Social Influence	0.976	Reliabel
Use Behavior	0.933	Reliabel

Sumber: Data Diolah 2022

Demografi Responden

Data karakteristik responden adalah data responden yang dikumpulkan untuk mengetahui profil responden penelitian. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap UMKM yang menggunakan QRIS dapat diketahui karakteristik respondennya meliputi jenis kelamin, usia dan lama penggunaan QRIS yang dijelaskan pada Tabel 4 Karakteristik Responden.

Tabel 4. Karakteristik Responden

No	Variabel	Klasifikasi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki – Laki	45	45
		Perempuan	55	55
		Jumlah	100	100
2	Usia	18-30 tahun	34	34
		31-40 tahun	31	31
		41-50 tahun	20	20
		> 50 tahun	15	15
		Jumlah	100	100
3	Lama Menggunakan QRIS	<1 Tahun	21	21
		1-2 Tahun	77	77

No	Variabel	Klasifikasi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
		> 2 Tahun	2	2
		Jumlah	100	100
4	Jenis UMKM	Mikro	97	97
		Kecil	2	2
		Menengah	1	1
		Jumlah	100	100
5	Lokasi UMKM	Denpasar Utara	27	27
		Denpasar Timur	21	21
		Denpasar Barat	22	22
		Denpasar Selatan	30	30
		Jumlah	100	100

Sumber: Data Diolah 2022

Deskripsi Variabel Penelitian

Pendeskripsian tanggapan responden mengenai variabel-variabel dalam penelitian dilakukan dengan penggolongan rata-rata skor jawaban responden pada skala pengukuran yang telah ditetapkan lima kategori.

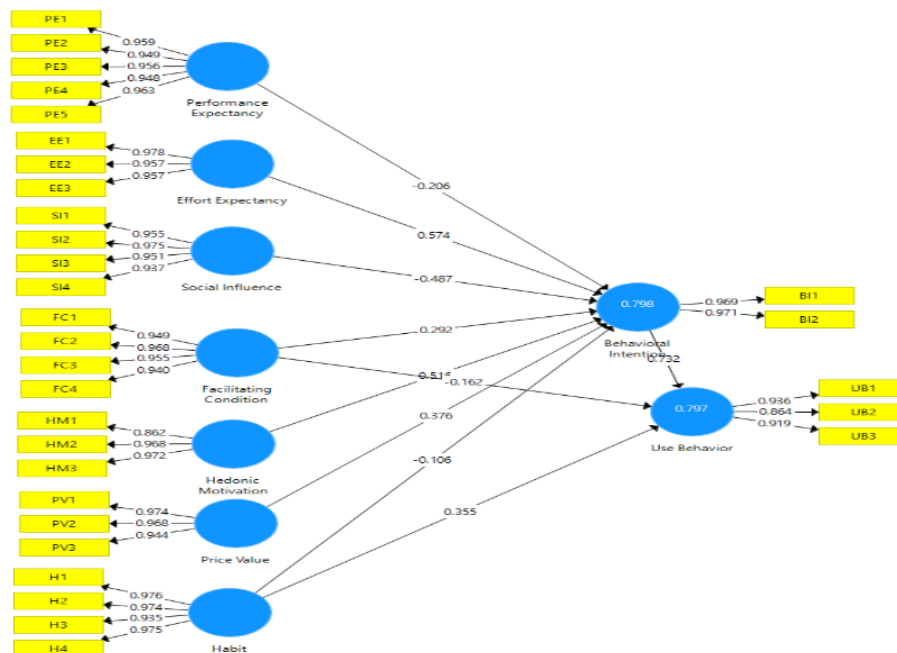
Tabel 5. Rata – Rata Skor

No	Pernyataan	Jumlah	Rata-Rata
<i>Performance expectancy</i>			
1	QRIS sangat bermanfaat dalam proses transaksi saya.	338	3.38
2	QRIS membantu transaksi keuangan saya menjadi lebih cepat.	344	3.44
3	Bagi saya, QRIS memiliki kemampuan transaksi lebih baik dari pada uang tunai.	364	3.64
4	QRIS dapat meningkatkan kualitas pelayanan saya dalam proses transaksi keuangan.	344	3.44
5	Fitur pada QRIS sudah sesuai dengan apa yang saya harapkan.	368	3.68
<i>Effort Expectancy</i>			
1	Fitur pada QRIS mudah saya pelajari.	332	3.32
2	Qris mempermudah saya dalam proses penerimaan pembayaran berbasis QR Code.	338	3.38
3	Proses transaksi keuangan saya lebih efisien dalam segi tenaga dan waktu dengan menggunakan QRIS.	358	3.58
<i>Social Influence</i>			
1	Orang – orang saya menyarankan untuk menggunakan QRIS.	340	3.40
2	Orang terdekat saya menyatakan bahwa saya harus menggunakan QRIS.	342	3.42
3	Orang - orang di lingkungan saya yang menggunakan QRIS memiliki strata sosial lebih tinggi dari pada yang tidak menggunakan QRIS.	338	3.38
4	Saya bertransaksi menggunakan QRIS karena pengaruh orang sekitar.	356	3.56
<i>Facilitating Condition</i>			
1	Saya memiliki smartphone dan internet untuk mendukung penggunaan QRIS.	324	3.24
2	Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan QRIS.	328	3.28
3	QRIS dapat diimplementasikan pada sistem lain yang saya gunakan seperti Gojek, Shopee atau yang lainnya.	322	3.22
4	Saya bisa mendapatkan bantuan dari orang lain (customer service, kerabat dan keluarga) ketika saya kesulitan dalam penggunaan QRIS.	340	3.40
<i>Hedonic Motivation</i>			
1	Saya senang menggunakan QRIS.	324	3.24
2	Saya terpicat menggunakan QRIS.	324	3.24
3	Saya tertarik menggunakan QRIS.	330	3.30
<i>Price Value</i>			

1	Menurut saya, biaya penggunaan QRIS sesuai dengan kualitas layanan yang ditawarkan.	350	3.50
2	Menurut saya, biaya penggunaan QRIS terjangkau.	344	3.44
3	Menurut saya, biaya penggunaan QRIS yang saat ini dikenakan sudah sepadan dengan manfaat yang saya dapatkan.	364	3.64
Habit			
1	Saya terbiasa menggunakan QRIS.	332	3.32
2	Saya ketagihan menggunakan QRIS.	334	3.34
3	Saya harus menggunakan QRIS.	350	3.50
4	Menggunakan QRIS adalah sesuatu yang saya lakukan tanpa berpikir.	332	3.32
Behavioral Intention			
1	Saya berniat menggunakan QRIS hingga seterusnya.	360	3.60
2	Mengingat bahwa saya memiliki smart phone yang mampu mengakses internet, saya akan terus menggunakan QRIS.	362	3.62
Use Behavior			
1	Saya terkadang menggunakan QRIS untuk melakukan transaksi.	386	3.86
2	Saya rutin menggunakan QRIS dalam keseharian saya.	358	3.58
3	Saya selalu menggunakan QRIS dalam semua transaksi.	392	3.92

Analisis Model Penelitian dengan Metode PLS (*Partial Least Square*)

Untuk menganalisis model penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode PLS (*Partial Least Square*) dengan alat bantu program SmartPLS 3.0.



Gambar 1. Model Persamaan Struktural Penelitian

Evaluasi Model Pengukuran atau *Outer Model*

1) *Convergent validity*

Convergent validity dilakukan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan konstruk atau variabel latennya. *Convergent validity* dengan indikator refleksif dapat dilihat dari korelasi antara skor indikator dengan skor variabelnya. Berdasarkan Tabel 6 Outer Loadings, hasil output telah memenuhi *convergent validity* dikarenakan *loading factor* berada di atas 0,70.

Tabel 6. Outer Loadings

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
PE1 <- Performance Expectancy	0.959	123.230	0.000
PE2 <- Performance Expectancy	0.949	71.412	0.000
PE3 <- Performance Expectancy	0.956	112.021	0.000
PE4 <- Performance Expectancy	0.948	71.622	0.000
PE5 <- Performance Expectancy	0.963	137.055	0.000
EE1 <- Effort Expectancy	0.978	224.351	0.000
EE2 <- Effort Expectancy	0.957	82.296	0.000
EE3 <- Effort Expectancy	0.957	106.151	0.000
SI1 <- Social Influence	0.955	100.599	0.000
SI2 <- Social Influence	0.975	139.871	0.000
SI3 <- Social Influence	0.951	96.931	0.000
SI4 <- Social Influence	0.937	69.255	0.000
FC1 <- Facilitating Condition	0.948	64.126	0.000
FC2 <- Facilitating Condition	0.969	90.154	0.000
FC3 <- Facilitating Condition	0.956	84.530	0.000
FC4 <- Facilitating Condition	0.939	57.912	0.000
HM1 <- Hedonic Motivation	0.862	35.620	0.000
HM2 <- Hedonic Motivation	0.968	157.297	0.000
HM3 <- Hedonic Motivation	0.972	232.443	0.000
PV1 <- Price Value	0.974	131.364	0.000
PV2 <- Price Value	0.968	131.580	0.000
PV3 <- Price Value	0.944	78.966	0.000
H1 <- Habit	0.976	185.108	0.000
H2 <- Habit	0.974	126.039	0.000
H3 <- Habit	0.935	58.648	0.000
H4 <- Habit	0.975	128.869	0.000
BI1 <- Behavioral Intention	0.969	156.473	0.000
BI2 <- Behavioral Intention	0.971	176.628	0.000
UB1 <- Use Behavior	0.935	47.320	0.000
UB2 <- Use Behavior	0.866	41.375	0.000
UB3 <- Use Behavior	0.918	46.307	0.000

2) Discriminant Validity dengan Menggunakan Cross Loading

Discriminant validity dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing-masing model laten berbeda dengan variabel lainnya.. Hasil perhitungan *cross loading* dapat dilihat pada Tabel 7 Hasil Perhitungan *Cross Loading* yang menunjukkan bahwa korelasi tiap variabel memiliki indikator yang lebih tinggi dibandingkan variabel lainnya. Sehingga dapat dijelaskan bahwa seluruh indikator pada setiap variabel adalah valid, dan dapat merefleksikan masing-masing variabel.

Tabel 7. Hasil Perhitungan Cross Loading

	BI	EE	FC	H	HM	PE	PV	SI	UB
BI1	0.969	0.726	0.735	0.702	0.748	0.669	0.661	0.626	0.852
BI2	0.971	0.771	0.779	0.732	0.848	0.739	0.677	0.685	0.835
EE1	0.748	0.978	0.756	0.920	0.750	0.939	0.878	0.920	0.781
EE2	0.667	0.957	0.700	0.910	0.719	0.933	0.902	0.940	0.717
EE3	0.805	0.957	0.774	0.885	0.718	0.938	0.857	0.888	0.773
FC1	0.766	0.696	0.948	0.714	0.630	0.671	0.597	0.588	0.667
FC2	0.725	0.729	0.969	0.743	0.645	0.724	0.660	0.653	0.620
FC3	0.742	0.721	0.956	0.703	0.645	0.693	0.608	0.610	0.628
FC4	0.741	0.802	0.939	0.809	0.692	0.774	0.751	0.737	0.701
H1	0.733	0.925	0.775	0.976	0.742	0.928	0.864	0.905	0.762

	BI	EE	FC	H	HM	PE	PV	SI	UB
H2	0.662	0.901	0.722	0.974	0.729	0.914	0.894	0.915	0.721
H3	0.791	0.894	0.776	0.935	0.710	0.908	0.825	0.851	0.761
H4	0.656	0.899	0.725	0.975	0.718	0.918	0.894	0.912	0.725
HM1	0.685	0.584	0.516	0.596	0.862	0.609	0.520	0.579	0.621
HM2	0.778	0.748	0.666	0.740	0.968	0.713	0.644	0.683	0.752
HM3	0.837	0.775	0.723	0.761	0.972	0.738	0.644	0.687	0.792
PE1	0.678	0.949	0.710	0.927	0.715	0.959	0.873	0.937	0.726
PE2	0.599	0.929	0.655	0.915	0.685	0.949	0.897	0.955	0.663
PE3	0.753	0.935	0.740	0.891	0.690	0.956	0.854	0.903	0.730
PE4	0.624	0.904	0.689	0.910	0.698	0.948	0.880	0.920	0.668
PE5	0.779	0.924	0.770	0.902	0.728	0.963	0.849	0.884	0.736
PV1	0.620	0.884	0.644	0.876	0.611	0.881	0.974	0.926	0.717
PV2	0.635	0.850	0.639	0.861	0.632	0.849	0.968	0.901	0.725
PV3	0.724	0.889	0.689	0.859	0.622	0.891	0.944	0.904	0.763
SI1	0.618	0.931	0.648	0.886	0.649	0.934	0.889	0.955	0.691
SI2	0.591	0.906	0.610	0.892	0.656	0.922	0.913	0.975	0.668
SI3	0.619	0.869	0.617	0.892	0.680	0.893	0.911	0.951	0.678
SI4	0.732	0.910	0.700	0.870	0.671	0.914	0.899	0.937	0.731
UB1	0.703	0.679	0.530	0.647	0.659	0.616	0.669	0.634	0.935
UB2	0.944	0.778	0.757	0.759	0.813	0.745	0.717	0.697	0.866
UB3	0.654	0.652	0.527	0.659	0.590	0.619	0.679	0.627	0.918

3) Discriminant Validity dengan Menggunakan Average Variance Extracted

Model mempunyai *discriminant validity* yang cukup jika nilai AVE untuk setiap variabel lebih besar daripada korelasi antara variabel lainnya dalam model. Berdasarkan Tabel 8 *Average Variance Extracted*, maka dapat dijelaskan bahwa nilai AVE masing-masing variabel penelitian nilainya lebih besar dari 0,50, sehingga model dapat dikatakan baik.

Tabel 8. Nilai Average Variance Extracted

No	Variabel Penelitian	AVE
1	Behavioral Intention	0.941
2	Effort Expectancy	0.929
3	Facilitating Condition	0.909
4	Habit	0.932
5	Hedonic Motivation	0.875
6	Performance Expectancy	0.912
7	Price Value	0.925
8	Social Influence	0.911
9	Use Behavior	0.822

Sumber: Data Diolah 2022

4) Composite Reliability

Disamping uji validitas, juga dilakukan uji reliabilitas masing-masing indikator pada masing-masing variabel. Variabel dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* maupun *cronbachs alpha* diatas 0,70. Pada Tabel 9 Hasil Penelitian Reliabilitas menunjukkan bahwa hasil *output composite reliability* maupun

cronbachs alpha untuk masing-masing variabel penelitian diatas 0,70/ Sehingga variabel dapat disimpulkan memiliki reliabilitas yang baik.

Tabel 9. Hasil Penelitian Reliabilitas

Variabel	Composite Reliability	Cronbachs Alpha	Keterangan
Behavioral Intention	0.970	0.937	Reliabel
Effort Expectancy	0.975	0.962	Reliabel
Facilitating Condition	0.975	0.966	Reliabel
Habit	0.982	0.976	Reliabel
Hedonic Motivation	0.954	0.927	Reliabel
Performance Expectancy	0.981	0.976	Reliabel
Price Value	0.974	0.960	Reliabel
Social Influence	0.976	0.967	Reliabel
Use Behavior	0.933	0.893	Reliabel

Sumber: Data Diolah 2022

Evaluasi Inner Model dengan R-Square

R-Square merupakan cara untuk menilai berapa besar variabel laten endogen dapat dijelaskan oleh variabel laten eksogen. Nilai *R-Square* berkisar antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Berdasarkan hasil evaluasi pada Tabel 10 *R-Square* model ini tergolong kuat.

Tabel 10. *R-square*

No	Variabel	R Square
1	<i>Behavioral intention</i>	0.798
2	<i>Use behavior</i>	0.797

Sumber: Data Diolah 2022

Kesimpulan dari evaluasi ialah bahwa 79,8% variabel *behavioral intention* UMKM menggunakan QRIS dipengaruhi oleh variabel di dalam model penelitian, sedangkan sisanya 20,2 % dipengaruhi oleh faktor diluar model penelitian. Adapun 79,7 % variabel *use behavior* UMKM menggunakan QRIS dipengaruhi oleh *model penelitian* sedangkan sisanya 20,3 % dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji *p-statistics (p-value)*. Jika dalam pengujian ini diperoleh *p-value* < 0,05 berarti pengujian adalah signifikan dan sebaliknya jika *p-value* > 0,05, berarti tidak signifikan. Berdasarkan hasil analisis PLS menunjukkan arah dan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Hasil tersebut dapat diuraikan sebagai berikut.

Tabel 11. Pengujian Hipotesis

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
<i>Behavioral Intention -> Use Behavior</i>	0.732	11,742	0.000
<i>Effort Expectancy -> Behavioral Intention</i>	0.574	2.561	0.012
<i>Facilitating Condition -> Behavioral Intention</i>	0.292	2.523	0.013
<i>Facilitating Condition -> Use Behavior</i>	-0.162	1.856	0.066
<i>Habit -> Behavioral Intention</i>	-0.106	0.531	0.597

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
<i>Habit -> Use Behavior</i>	0.355	5.469	0.000
<i>Hedonic Motivation -> Behavioral Intention</i>	0.516	6.354	0.000
<i>Performance Expectancy -> Behavioral Intention</i>	-0.206	0.597	0.552
<i>Price Value -> Behavioral Intention</i>	0.376	2.455	0.016
<i>Social Influence -> Behavioral Intention</i>	-0.487	1.601	0.113

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan hasil analisis PLS menunjukkan arah dan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Hasil tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

H_1 : *Performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*

H_0 : *Performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*

Berdasarkan Tabel 3.10 dapat diketahui hasil pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* sebesar -0,206, dengan *p-values* 0,552 > 0,05 menunjukkan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* UMKM menggunakan QRIS, sehingga hipotesis H_1 ditolak dan hipotesis H_0 diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan User Terhadap Penerapan Quick Response Indonesian Standard Sebagai Teknologi Pembayaran Pada Dompot Digital” oleh Rina Mayanti (Mayanti, 2020) Pada penelitian ini maka menunjukkan *performance expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* yang menggambarkan UMKM belum percaya dengan menggunakan QRIS dapat meningkatkan kinerja kerjanya, membantu dalam penyelesaian proses pembayaran, dan meningkatkan produktivitas UMKM.

2) Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

H_2 : *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *Behavioral intention*

H_0 : *Effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral intention*

Pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* sebesar 0,574, dengan *p-values* 0,012 < 0,05 menunjukkan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* UMKM menggunakan QRIS, sehingga hipotesis H_2 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini sejalan dengan berjudul “Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology 2 Terhadap Minat dan Perilaku Pengguna E-Ticket di Yogyakarta” oleh Nia Auliya dimana pada penelitian ini menyatakan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif signifikan dikarenakan interaksi masyarakat mengenai penggunaannya sudah baik sehingga penggunaan *e-ticket* sangat jelas dan dipahami (Auliya, 2018). Selain itu, terdapat pula penelitian oleh Thuy Thu Nguyen, Hien Thi Nguyen, Hong Thi Mai dan Tram Thi Minh Tran berjudul *Determinants of Digital Banking Services in Vietnam: Applying UTAUT2 Model* (Thuy Thu Nguyen, Hien Thi Nguyen, Hong Thi Mai, & Tram Thi Minh Tran, 2020). Pada penelitian ini *effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* UMKM, hal ini berkaitan dengan pemanfaatan QRIS yang mudah digunakan UMKM dalam melakukan suatu transaksi yang kemudian mempengaruhi minat UMKM di Kota Denpasar dalam menggunakan QRIS.

3) Pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*

H_3 : *Social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*

H_0 : *Social influence* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*

Pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* sebesar -0,487, dengan *p-values* 0,112 > 0,05 menunjukkan bahwa *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* UMKM menggunakan QRIS, sehingga H_3 ditolak dan H_0 diterima. Hasil penelitian diatas sejalan dengan penelitian oleh Rina Mayanti dengan Judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan User Terhadap Penerapan Quick Response Indonesian Standard sebagai Teknologi Pembayaran Pada Dompot Digital” (Mayanti, 2020).

Social influence tidak mempengaruhi *behavioral intention* pada UMKM di Kota Denpasar untuk menggunakan QRIS pada penelitian ini menunjukkan bahwa walaupun lingkungan sekitar menggunakan QRIS tidak serta merta dapat mempengaruhi UMKM dalam menggunakan QRIS dalam bertransaksi. Selain itu, menggunakan QRIS juga tidak mempengaruhi strata sosial UMKM.

4) Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention*

H_{4a}: *Facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*

H₀: *Facilitating conditions* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*

Pengaruh *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention* sebesar 0,292, dengan *p-values* 0,013 < 0,05 menunjukkan bahwa *facilitating conditions* berpengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral intention* UMKM menggunakan QRIS, sehingga H_{4a} diterima dan H₀ ditolak. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mendukung hasil penelitian diatas seperti penelitian Celine Aloyshima Haris, Bambang Soedijono WA, Asro Nasiri yaitu “Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Mengevaluasi Aplikasi Ruang Guru” (Haris, Soedijono WA, & Nasir, 2019) dan penelitian oleh Yanxia Cheng, Saurabh Sharma, Prashant Sharma dan KMMCB Kulathunga dengan judul “*Role of Personalization in Continuous Use Intention of Mobile News Apps in India: Extending the UTAUT 2 Model*” (Cheng, Sharma, Sharma, & Kulathunga, 2020) dan “*Assessing Determinants of Continuance Intention towards Personal Cloud Services Extending UTAUT2 with Technology Readiness*” (Shih Chin Chen, Shing Han Li, Shih Chi Liu, David C. Yen, & Athapol Ruangjanases, 2021). Pada penelitian ini menunjukkan ada pengaruh *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention* yang artinya bahwa UMKM di Kota Denpasar minat menggunakan QRIS karena UMKM telah memiliki fasilitas yang memadai untuk menggunakan QRIS.

5) Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Use Behavior*

H_{4b}: *Facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap *use behavior*

H₀: *Facilitating conditions* tidak berpengaruh terhadap *use behavior*

Hasil *facilitating conditions* terhadap *use behavior* sebesar -0,162, dengan *p-values* 0,066 > 0,05 menunjukkan bahwa *facilitating conditions* tidak berpengaruh signifikan terhadap *use behavior* pada UMKM menggunakan QRIS sehingga H_{4b} ditolak dan H₀ diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian berjudul “Preferensi Masyarakat Terhadap Quick Response Indonesian Standard Sebagai Sarana Teknologi Pembayaran Digital” oleh Rina Mayanti (Mayanti, 2022) yang menyatakan bahwa pengguna belum merasakan QRIS berpengaruh besar saat melakukan transaksi. Hal tersebut pun juga terjadi bagi UMKM di Kota Denpasar.

6) Pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention*

H₅: *Hedonic motivation* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*

H₀: *Hedonic motivation* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*

Pengaruh *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention* sebesar 0,516, dengan *p-values* 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa *hedonic motivation* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* UMKM menggunakan QRIS, sehingga H₅ diterima dan H₀. Terdapat penelitian yang membuktikan bahwa *hedonic motivation* memiliki pengaruh secara langsung terhadap penerimaan dan penggunaan teknologi sehingga pengguna merasakan hal menyenangkan atau kesenangan dalam menggunakan *e-ticket* (Auliya, 2018). Selain itu, terdapat juga penelitian Penelitian “*Using the UTAUT2 model to explain public acceptance of conditionally automated (L3) cars: A questionnaire study among 9,118 car drivers from eight European countries*” (Nordhoff, Louw, Innamaa, & dkk, 2020). Pada penelitian ini *hedonic motivation* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dikarenakan pengguna QRIS yaitu UMKM di Wilayah Kota Denpasar merasa tertarik dan senang saat menggunakan QRIS dalam transaksi.

7) Pengaruh *Price Value* terhadap *Behavioral Intention*

H₆: *Price value* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*

H₀: *Price value* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*

Hasil pengaruh *price value* terhadap *Behavioral intention* sebesar 0,376, dengan *p-values* 0,016 < 0,05 menunjukkan bahwa *price value* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* UMKM menggunakan QRIS, sehingga H₆ diterima dan H₀ ditolak. Terdapat penelitian terdahulu yang sejalan dengan

hasil penelitian diatas yaitu penelitian oleh Nia Auliya membuktikan bahwa metode ini dapat digunakan dalam “Analisis Minat dan Perilaku Penggunaan *E-ticket*” yang menunjukkan pengguna yang merasakan keuntungan dalam pemanfaatan suatu teknologi dengan tarif lebih rendah dalam penggunaannya maka akan mempengaruhi minat penggunaan suatu sistem seperti penggunaan *e-ticket* di kota Yogyakarta (Auliya, 2018) dan penelitian berjudul “Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Mengevaluasi Aplikasi Ruang Guru” (Haris, Soedijono WA, & Nasir, 2019). Pada penelitian ini menunjukkan *price value* pada UMKM berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS di Wilayah Kota Denpasar dimana QRIS memiliki biaya admin setiap bulan yang berbeda antara satu penyedia layanan QRIS dengan penyedia lainnya .

8) Pengaruh *Habit* terhadap *Behavioral Intention*

H_{7a} : *Habit* berpengaruh positif terhadap *Behavioral intention*

H_0 : *Habit* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral intention*

Hasil pengaruh *habit* terhadap *behavioral intention* sebesar -0,106, dengan *p-values* 0,597 > 0,05 menunjukkan bahwa *habit* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* UMKM menggunakan QRIS sehingga hipotesis H_{7a} ditolak dan H_0 diterima. Pada penelitian ini menunjukan bahwa minat penggunaan QRIS oleh UMKM tidak bertambah sekalipun UMKM telah menggunakan QRIS secara berulang, hal ini dikarenakan terdapat pembayaran digital lainnya selain menggunakan QRIS sehingga penggunaan QRIS tidak menjadi prioritas utama bagi UMKM meskipun telah beberapa kali menggunakan layanan QRIS.

9) Pengaruh *Habit* terhadap *Use Behavior*

H_{7b} : *Habit* berpengaruh positif terhadap *use behavior*

H_0 : *Habit* tidak berpengaruh terhadap *use behavior*

Hasil pengaruh *habit* terhadap *use behavior* sebesar 0,355 dengan *p-values* 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa *habit* berpengaruh positif signifikan terhadap *use behavior* UMKM menggunakan QRIS, sehingga H_{7b} diterima dan H_0 ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian “Penerapan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* 2 Terhadap Minat dan Perilaku Penggunaan *E-Ticket* di Yogyakarta” (Auliya, 2018) yang menyatakan bahwa kebiasaan berpengaruh positif signifikan terhadap *use behavior* karena seseorang cenderung untuk berperilaku secara otomatis karena pengalaman sebelumnya. Pada penelitian ini, *habit* berpengaruh terhadap *use behavior* yang memiliki arti bahwa UMKM di Wilayah Denpasar cenderung melakukan perilaku secara otomatis karena kebiasaan. Semakin sering UMKM menggunakan QRIS maka UMKM akan menggunakannya secara otomatis. Kebiasaan ini juga membuat UMKM ketagihan, sehingga perilaku UMKM dalam menggunakan QRIS menjadi sebuah keharusan dalam bertransaksi.

10) Pengaruh *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior*

H_8 : *Behavioral intention* berpengaruh terhadap *use behavior*

H_a : *Behavioral intention* tidak berpengaruh terhadap *use behavior*

Hasil pengaruh *behavioral intention* terhadap *behavioral intention* sebesar 0,732, dengan *p-values* 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa *behavioral intention* berpengaruh positif signifikan terhadap *use behavior* UMKM menggunakan QRIS, sehingga H_8 diterima dan H_0 ditolak . Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian “Penerapan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* 2 Terhadap Minat dan Perilaku Penggunaan *E-Ticket* di Yogyakarta” (Auliya, 2018) dan penelitian berjudul “Analisis Penerapan Model UTAUT Terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan dan Penggunaan *Internet Banking*” (Khadijah & Putri, 2019). Pada penelitian ini maka memiliki arti bahwa semakin banyak UMKM yang merasakan manfaat QRIS maka akan meningkat pula minat UMKM menggunakan QRIS secara berkelanjutan dan akan berdampak pada penggunaan layanan QRIS di masa mendatang.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor - faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan dan perilaku UMKM di Kota Denpasar dalam penggunaan QRIS dengan model Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) 2. Adapun dalam penelitian ini dilakukan uji validitas, uji reliabilitas dan analisis menggunakan metode *Partial Least Squares Path Modeling* (PLS-SEM) menggunakan *SmartPLS* 3.0. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, terdapat enam hipotesis diterima dan empat hipotesis ditolak. Adapun hipotesis yang diterima terdiri dari variabel yang memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* yaitu *effort expectancy*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, dan *price value*.

Hipotesis lain yang diterima ialah variabel yang berpengaruh terhadap *use behavior* yaitu *habit* dan *behavioral intention*. Hipotesis ditolak yaitu *performance expectancy* terhadap *behavioral intention*, *social influence* terhadap *behavioral intention*, *habit* terhadap *behavioral intention* dan *facilitating conditions* terhadap *use behavior*.

SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian yang telah dijelaskan, maka dapat disampaikan saran yang berkenaan pada penelitian ini yaitu diperlukan sosialisasi QRIS, mempermudah fitur-fitur QRIS, QRIS adalah dapat diimplementasikan pada sistem pembayaran yang lainnya, meningkatkan layanan QRIS, memberikan biaya terjangkau dalam penggunaan QRIS dan memberikan tawaran menarik agar UMKM bersedia terbiasa menggunakan QRIS.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, P. M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta.
- Alifyandra, M. R. (2021). Analisis Penggunaan Teknologi QRIS Pada Sektor Unit Usaha Mikro dan Usaha Kecil di Bidang Kuliner Dengan Menggunakan Pendekatan Model UTAUT 2. *Repository Politeknik Negeri Jakarta*.
- Andini, F., & Hariyanti, I. (2021). PENERAPAN MODEL UTAUT 2 UNTUK MEMAHAMI PERILAKU PENGGUNAAN OASIS DI SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI BANDUNG. *Naratif : Jurnal Ilmiah Nasional Riset, Aplikasi dan Teknik Informatika*.
- Anom Arya Pering, I. M. (2021). KAJIAN ANALISIS JALUR DENGAN STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) SMART-PLS 3.0. *Jurnal Satyagraha*.
- Arum Azzahroo, R., & Dwi Estiningruma, S. (2021). Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code. *Jurnal Manajemen Motivasi*.
- Astuti, N. P., & Bakri, R. (2021). Pelatihan Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi Smart-PLS 3 Secara Online di Masa Pandemi Covid 19. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Auliya, N. (2018). Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Terhadap Minat dan Perilaku Penggunaan E-Ticket di Yogyakarta.
- Bank Indonesia. (2019, Mei 27). (Departemen Komunikasi) Retrieved Februari 28, 2022, from [https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news release/Pages/SP_214019.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news%20release/Pages/SP_214019.aspx).
- Baridwan, Z. (Sistem Informasi Akuntansi). *Sistem Informasi Akuntansi*.
- BPS. (2016, Mei 20). *Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Timur, 2010, 2014, dan 2015*. Retrieved from Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur: <http://jatim.bps.go.id>
- Burhan, F. A. (2021, 3 26). *Jumlah Pengguna ShopeePay, Ovo, Dana, Melonjak Hingga 267%*. Retrieved 4 5, 2022, from <https://katadata.co.id/desyetyowati/digital/605d9ee9399b9/jumlah-pengguna-shopeepay-ovo-dana-melonjak-hingga-267>
- Charisma, J. A. (2020). *ANALISIS MINAT DAN PERILAKU PENGGUNA E-WALLET : PERLUASAN UTAUT 2 DENGAN BUDAYA SEBAGAI MODERASI (Studi pada Mahasiswa di Kota Malang)*. Malang.
- Cheng, Y., Sharma, S., Sharma, P., & Kulathunga, K. (2020). Role of Personalization in Continuous Use Intention of Mobile News Apps in India: Extending the UTAUT2 Model. *MDPI*, 11(1).
- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). Validitas dan Reliabilitas Kuisioner Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah. *Prosiding Seminar Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta (SEMNASKEP)*, 73-79.
- Granita, I. (2020). Financial Technology di Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi (JALTI)*.
- Hafifah, L. L., Utami, N. W., & Dwi Putri, I. P. (2022). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention dan Use Behavior Pada Fintech ShopeePay Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Jurnal Akuntansi Bisnis*.
- Haris, C. A., Soedijono WA, B., & Nasir, A. (2019). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Mengevaluasi Aplikasi Ruang Guru. *Jurnal Teknologi Informasi*.
- Hidayat, A., Yani, A., & Rusidi. (2019). Membangun Website SMA PGRI Gunung Raya Ranau Menggunakan PHP dan MySQL. *JTIM: Jurnal Teknik Informatika Mahakarya*.
- Humas. (2019, 5 29). *Otoritas Jasa Keuangan*. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/FAQ-Terkait-Layanan-Pinjam-Meminjam-Uang-Berbasis-Teknologi-Informasi---Kategori-Umum/FAQ%20LPMUBTI%20-%20Kategori%20Umum>

- Jogiyanto. (2005). *Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur, Teori, dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta.
- Khadijah, & Putri, I. S. (2019). Analisis Penerapan Model UTAUT Terhadap Minat Perilaku Pemanfaatan dan Penggunaan Internet Banking. *Probank : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 4(2).
- Laporan Perekonomian Provinsi Bali Februari 2022. (2022). Denpasar: Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bali.
- Lolang, E. (2014). Hipotesis Nol dan Hipotesis Alternatif. *Jurnal KIP*.
- Mayanti, R. (2020). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan User Terhadap Penerapan Quick Response Indonesian Standard Sebagai Teknologi Pembayaran Pada Teknologi Dompot Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2).
- Mayanti, R. (2022). Preferensi Masyarakat Terhadap Quick Response Code Indonesian Standard Sebagai Sarana Teknologi Digital. *Faktor Exacta*, 15(1).
- Menteri Teten: Fondasi Telah Kuat, Tahun 2022 Masuk Fase Pemulihan Transformatif. (2021, Desember 30). (Humas Kementerian Koperasi dan UKM) Retrieved Februari 28, 2022, from <https://kemenkopukm.go.id/read/menteri-teten-fondasi-telah-kuat-tahun-2022-masuk-fase-pemulihan-transformatif>
- Muchlis, R. (2018). Analisis SWOT Financial Technology (Fintech) Pembiayaan Perbankan Syariah di Indonesia (Studi Kasus 4 Bank Syariah di Kota Medan). *Jurnal Ekonomi Syariah*, 3.
- Neuman, W. L. (1997). *Social Reserch Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. 3rd Edition. Boston: Pearson Educational Inc.
- Nordhoff, S., Louw, T., Innamaa, S., & dkk. (2020). Using the UTAUT2 model to explain public acceptance of conditionally automated (L3) cars: A questionnaire study among 9,118 car drivers from eight European countries. *Transportation Research*.
- Onibala, A. A., Rindengan, Y., & Lumenta, A. S. (2021). Analisis Penerapan Model UTAUT 2 (UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2) Terhadap E-Kinerja Pada Pemerintah Provinsi Sulawesi Utara. *E-journal Teknik Informatika*.
- Peraturan Pemerintah (PP) tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (2021).
- Rhismawati, N. L. (2022, Maret 4). Pengguna QRIS di Bali melonjak 123 persen, capai 408.268 merchant. Retrieved Maret 5, 2022, from <https://www.antaranews.com/berita/2739173/pengguna-qris-di-bali-melonjak-123-persen-capai-408268-merchant>
- Saptutyingsih, E., & Setyaningrum, E. (2019). *Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat Analisis*. Yogyakarta.
- Sari, R. P., & Imronudin. (2021). Analisis Inklusi Keuangan Melalui Inovasi Fintech. *Institutional Respository*.
- Shih Chin Chen, Shing Han Li, Shih Chi Liu, David C.Yen, & Athapol Ruangkanjanases. (2021). Assessing Determinants of Continuance Intention towards Personal Cloud Services Extending UTAUT2 with Technology Readiness. *MDPI*, 13(3).
- Statistik Sistem Pembayaran (SSP). (2021). Retrieved from <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/uang-elektronik-transaksi.aspx>
- Sudaryo, Y., Sofiati, N. A., Yosep, M. A., & Nurdiansyah, B. (2020). *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sumargo, B. (2020). *Teknik Sampling*. UNJ PRESS.
- Susanti, S. D. (2022, Februari 24). BI targetkan tambahan 15 juta merchant. Retrieved Februari 28, 2022, from <https://www.antaranews.com/berita/2723381/bi-targetkan-tambahan-15-juta-merchant-umkm-gunakan-qris-tahun-ini>
- Taqwatika, S., Agustini, K., & Suyasa Arta, P. (2019). Analisis Penerimaan Sistem Pembelajaran Online Edmodo Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Studi Kasus : Kelas IX di SMP Negeri 1 Singaraja). *Kumpulan Artikel Mahasiswa Pendidikan Teknik Informatika (KARMAPATI)*, 8.
- Thuy Thu Nguyen, Hien Thi Nguyen, Hong Thi Mai, & Tram Thi Minh Tran. (2020). Determinants of Digital Banking Services in Vietnam: Applying UTAUT2 Model. *Asian Economic and Financial Review*, 10(6), 680-697.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). CONSUMER ACCEPTANCE AND USE OF INFORMATION TECHNOLOGY: EXTENDING THE UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY. *MIS Quarterly*.
- Widjanarko, O. (2019, Agustus 17). QRIS, Satu QR Code Untuk Semua Pembayaran. Retrieved from Departemen Komunikasi: <https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages>

- Widyastuti, E. (2020). *Dampak Integrasi E-Service Quality, E-Satisfaction dan E-Payment Terhadap E-Repurchase Intention Konsumen Dalam Menggunakan Fitur Gofood (Studi Kasus Pada Karyawan Multi Buana Group)*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Wijaya, S., & Yerikho, G. (2021). *Pajak Penghasilan : Perlakuan Cashback Oleh Perusahaan Dompot Digital*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Zatnika, I. (2021, Desember 9). *Selama Pandemi, 25,6% UMKM Masuk Ekosistem Digital*. Retrieved from <https://mediaindonesia.com/ekonomi/452499/selama-pandemi-256-umkm-masuk-ekosistem-digital>