

The Mediating Role of Adoption QR-Code E-Wallets on User Behaviour

Peran Mediasi Penerapan E-Wallet QR-Code terhadap Perilaku Pengguna

Dinda Ayu Sieradianto Angelia^{1*}, Ananda Fadia Indah Ramadhani², Nikken Nur Fanydia Ningsih³

^{1,2,3} Program Studi Magister Sains Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Gadjah Mada, Indonesia

* Penulis Korespondensi: dindaayusieradiantoangelia@mail.ugm.ac.id

Abstract

Life continues to evolve in a more modern direction along with technological advancements. Digital transformation plays a crucial role in influencing consumer behavior and societal habits. In Indonesia, the financial sector leads in technological development, particularly in payment methods. The advancement of financial technology in Indonesia indicates that society has adapted and developed innovations in this field. In response to this growth, Bank Indonesia has introduced a policy to implement a single QR code that can be used across various payment applications, known as the Quick Response Indonesian Standard (QRIS). In payment methods, the QR Code functions as a connector between users and transaction services. One of the benefits of non-cash payment technology is improving the payment ecosystem and enhancing payment service efficiency across sectors. The objective of this study is to examine the mediating role of QR-Code E-Wallets on User Behavior. This research utilizes SmartPLS version 3.2 as an analytical tool, with SEM methodology and a quantitative survey technique. The findings indicate that performance expectancy, social influence, and hedonic motivation significantly influence the intention to use QR wallets. Additionally, performance expectancy and social influence have a positive and significant impact on User Behavior, while hedonic motivation has a positive but not significant effect on User Behavior. Furthermore, QR-Wallet intention can mediate the influence of hedonic motivation, performance expectancy, and social influence on User Behavior.

Keywords: QR-Code, Adoption, Behaviour

Abstrak

Kehidupan terus berkembang ke arah yang lebih modern seiring dengan kemajuan teknologi. Transformasi digital memegang peranan penting dalam memengaruhi perilaku konsumen dan kebiasaan masyarakat. Di Indonesia, sektor keuangan memimpin dalam pengembangan teknologi, khususnya dalam metode pembayaran. Kemajuan teknologi keuangan di Indonesia menunjukkan bahwa masyarakat telah beradaptasi dan mengembangkan inovasi dalam bidang ini. Menyikapi pertumbuhan ini, Bank Indonesia telah memperkenalkan kebijakan untuk menerapkan satu kode QR yang dapat digunakan di berbagai aplikasi pembayaran, yang dikenal sebagai Quick Response Indonesian Standard (QRIS). Dalam metode pembayaran, Kode QR berfungsi sebagai penghubung antara pengguna dan layanan transaksi. Salah satu manfaat teknologi pembayaran non-tunai adalah meningkatkan ekosistem pembayaran dan meningkatkan efisiensi layanan pembayaran lintas sektor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji peran mediasi Dompet Elektronik Kode QR terhadap Perilaku Pengguna. Penelitian ini menggunakan SmartPLS versi 3.2 sebagai alat analisis, dengan metodologi SEM dan teknik survei kuantitatif. Temuan menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, dan motivasi hedonis secara signifikan memengaruhi niat untuk menggunakan dompet QR. Selain itu, ekspektasi kinerja dan pengaruh sosial memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Perilaku Pengguna, sedangkan motivasi hedonis memiliki dampak positif tetapi tidak signifikan terhadap Perilaku Pengguna. Lebih jauh, niat menggunakan QR-Wallet dapat memediasi pengaruh motivasi hedonis, ekspektasi kinerja, dan pengaruh sosial terhadap Perilaku Pengguna.

Kata Kunci: QR-Code, Adopsi, Perilaku

Pendahuluan

Kehidupan terus berkembang menjadi lebih modern dan dinamis seiring dengan kemajuan teknologi. Transformasi digital memiliki peran penting pada memberikan pengaruh kepada sikap konsumen beserta kebiasaan yang ada pada masyarakat. Cepatnya teknologi berkembang pada berbagai bidang memberi banyak manfaat untuk umat manusia, yang utamanya dalam menyelesaikan kegiatan sehari-hari secara semakin efektif beserta efisien. Bidang keuangan juga terjadi kemajuan yang signifikan yaitu utamanya pada tanah air. Pertumbuhan berbagai teknologi keuangan pada tanah air menunjukkan bahwasanya penduduk sudah mengadopsi beserta melakukan inovasi dalam teknologi keuangan (Kadek et al., 2023). Di Indonesia, sektor keuangan menempati posisi terdepan dalam perkembangan teknologi, terutama dalam hal metode pembayaran. Memberikan tanggapan atas perkembangan itu BI ataupun kepanjangannya Bank Indonesia telah menerbitkan kebijakan untuk menerapkan sebuah kode QR di mana bisa dipakai di beragam aplikasi pembayaran, dengan dikenal melalui sebutan QRIS ataupun kepanjangannya "*Quick Response Indonesian Standard*". Aturan tersebut mulai berlaku pada Agustus 2019 berdasarkan pada "PADG No. 21/18/PADG/2019" yaitu ketika 16 Agustus pada saat tahun 2019. Tujuannya atas adanya standarisasi keris tersebut adalah untuk memberi kemudahan, lalu juga kecepatan, beserta keamanan pada melakukan transaksi menggunakan kode QR (Ferdian et al., 2024a).

Transaksi pembayaran nontunai dan layanan keuangan memberikan keuntungan bagi perekonomian. Salah satu manfaat teknologi pembayaran nontunai adalah memperbaiki ekosistem pembayaran, serta meningkatkan efisiensi dan efektivitas layanan pembayaran di berbagai sektor, termasuk segmen mikro. Hal ini juga mempercepat pelaksanaan berbagai program keuangan inklusif dan nontunai (Ferdian et al., 2024b). Dalam metode pembayaran, *QR Code* berfungsi untuk menghubungkan pengguna dengan layanan transaksi. Pengguna cukup melakukan pemindaian *QR Code* memakai kamera smartphone yang telah dihubungkan melalui akun yang dimiliki (Mayanti, 2020). Penggunaan *QR code* dalam transaksi banyak dilakukan oleh generasi kaum milenial sehingga terdapat faktor hedonic dalam mengadopsi penerapan QRIS. Selain itu juga terdapat faktor yang berhubungan dengan niat perilaku (*behavior intention*) yaitu suatu "*performance expectancy, social influence, hedonic motivation, dan user behaviour*". *Performance expectancy* atau ekspektasi kinerja merupakan sejauh mana konsumen dapat percaya terhadap suatu sistem, misalnya teknologi baru yang akan mampu memberikan manfaat atau keuntungan agar bisa melaksanakan berbagai tugas yang berhubungan melalui kehidupan sehari-hari mereka.

Social influence merupakan suatu faktor yang dapat memberikan pengaruh pada individu agar dapat memakai suatu sistem melalui pengaruh yang diberikan lingkungan sosial di sekelilingnya serta bisa membentuk seseorang mempertimbangkan apakah kemudian dirinya perlu memakai sistem tersebut ataupun tidak, pengaruh sosial dapat berupa berbagai macam bentuk (Gunawan & Rahmania, 2023). Sedangkan *hedonic motivation* diartikan sebagai motivasi pada seseorang di mana semata-mata ingin didasarkan kepada kegembiraan, nilai emosional, serta juga hiburan semata dengan menimbulkan adanya dorongan langsung yang dimiliki dalam diri individu (Ferial Tri Aura et al., 2023a). (Karyoto et al., 2024) menjelaskan bahwa *user behaviour* atau perilaku pengguna merupakan tindakan untuk mengadopsi layanan pembayaran dalam pembayaran seluler, perilaku pengguna memiliki peran yang kuat dalam mempengaruhi sikap konsumen. Penelitian ini memakai media bantu analisis dari fenomena penggunaan *QR-Code* dalam *E-Wallet* sebagai alat transaksi pembayaran yaitu dengan digital pada tanah air lewat mengaitkan fenomena tersebut melalui teori UTAUT ataupun kepanjangannya yaitu "*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*". UTAUT merupakan sebuah model penelitian dengan memaparkan perihal sikap pengguna kepada suatu teknologi informasi. Teori tersebut juga digunakan agar kita dapat mengetahui fak berbagai macam faktor yang menunjang seseorang dalam memakai *QR-Code* dalam *E-Wallet* sebagai alat transaksi digital.

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang sudah melaksanakan penelitian mengenai suatu faktor yang memberikan pengaruh pada perilaku pengguna *QR-Code* yakni *performance expectancy, social influence* dan *hedonic motivation*. Penelitian terdahulu yang dilaksanakan (Satria et al., 2022) menemukan bahwasanya ada pengaruh signifikan yang dimiliki *social influencer* atau dikenal dengan *SI* kepada *use behavior*. Di sisi lain, pada penelitian (Hakim, 2023a) menunjukkan bahwasanya variabel yang berupa *performance expectancy* memberikan suatu pengaruh signifikan kepada perilaku penggunaan sementara penelitian yang dihasilkan oleh (Septiarani, 2020b) menampilkan bahwasanya variabel yang berupa *performance expectancy* mempunyai suatu pengaruh positif namun tidaklah signifikan kepada *social influence* (*SI*) terhadap *use behavior*. Di sisi lain, pada penelitian (Hakim, 2023b) menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy* berpengaruh signifikan

terhadap perilaku penggunaan sementara hasil penelitian (Septiarani, 2020a), menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy* memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap *use behavior*. Untuk variabel *hedonic motivation* pada penelitian (Maharluka, 2023), tidak berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*. Sementara penelitian (Supriyadi et al., 2020) Secara parsial motivasi hedonik berpengaruh terhadap perilaku belanja online. Penelitian ini akan menambahkan variabel *QR Wallet intention* Sebagai variabel mediasi yang dapat dijadikan *novelty* dalam penelitian yang akan dilakukan ini.

Metode

Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif beserta metode survei melalui melakukan pemanfaatan instrumen yang berwujud kuesioner agar bisa memperoleh data. Metode kuantitatif menurut (Ali et al., 2022) yaitu sebuah penyelidikan terhadap masalah sosial yang dilakukan dengan menguji sebuah teori. Penelitian ini melibatkan variabel-variabel yang diukur menggunakan angka kemudian data tersebut dianalisis memakai teknik statistik agar bisa menetapkan apakah generalisasi prediktifnya dari teori itu valid atau tidak. Populasi bisa didefinisikan dengan menjadi keseluruhan unsur pada penelitian yang mencakup objek beserta subjek melalui berbagai ciri beserta karakteristik yang khusus (Amin et al., 2023). Pada pelaksanaan penelitian populasinya merupakan seluruh pengguna QR-Wallet di Indonesia. Total populasi penelitiannya tidaklah bisa diketahui secara pasti sehingga menggunakan rumus dari (Hair, J. F., Hult, T., Ringle, C. M., & Sarstedt, 2022) dalam penelitian di mana jumlah populasi tidak diketahui. (Hair, J. F., Hult, T., Ringle, C. M., & Sarstedt, 2022) mengatakan bahwa untuk menentukan jumlah populasi dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

Sampel = 10 x Indikator

Sampel = 10 x 20

Sampel = 200

Penelitian ini memakai media bantu analisis yang berupa SmartPLS versi 3.2 dengan metode SEM. SEM itu sebuah teknik kajian statistik multivariat yang dikembangkan atas regresi lalu juga analisis jalur. Tujuannya yaitu agar dapat mengkaji hubungan yang berupa sebab akibat dalam suatu regresi berganda, di mana variabel bebas memberikan pengaruh pada variabel tergantung bukan sekedar secara langsung namun bisa dengan mempengaruhi yang tidak langsung (Muhson, 2022). Instrumen pada penelitian ini menggunakan metode survey. Dalam survei, data didapatkan atas responden lewat sebuah kuisisioner. Umumnya penelitian survei terbatas kepada pengumpulan data atas suatu sampel populasi yang bertujuan agar dapat merepresentasikan semua populasinya (Adiyanta, 2019). Selanjutnya penelitian ini memakai sebuah skala likert yaitu dengan wujud 1 hingga ke 5 dalam menjadi alat ukur respondennya. Skala Likert yaitu suatu skala psikometrik dengan sering dipakai pada kuesioner serta berupa salah satu skala paling umum dipakai pada penelitian survei. Bentuk jawaban skala Likert yaitu tersusun atas "5 = sangat setuju, 4 = setuju, 3 = Netral, 2 = tidak setuju, dan 1 = sangat tidak setuju" (Taluke et al., 2019)

Uji Outer Model

Convergent Validity

Terdapat definisi atas *convergent validity* yang berupa metode pengujian dengan menetapkan sujud mana indikator refleksi berhubungan melalui nilai variabel latennya. Menurut (Solimun, A. A. R., Fernandes, N. N. & Nurjannah, 2017) pada suatu validitas konvergen juga bisa diukur melalui item nilai ataupun *loading factor*. Pada suatu nilai yang berupa *loading factor* dianggap memenuhi syarat jika $> 0,6$. Jika nilai *loading factor* lebih rendah dari 0,6, dengan itu pengujian validitas konvergenya dipandang tidaklah valid serta indikator tersebut tidaklah akan dipakai.

Discriminant Validity:

Terdapat definisi atas *discriminant validity* yaitu suatu metode untuk memastikan bahwa indikator reflektif dari *variabel* berbeda tidak saling berhubungan. Berdasarkan (Solimun, A. A. R., Fernandes, N. N. & Nurjannah, 2017) terdapat dua metode pengujian *discriminant validity*, melalui nilai *cross loading* dan melalui nilai HTMT (*Heterotrait-Monotrait Ratio*). Nilai HTMT yang diterima adalah kurang dari 0,9 (Hair et al., 2021).

Composite Reliability:

Composite reliability dipakai agar dapat melakukan penilaian reliabilitas atau keandalan dari suatu konstruk. Nilai ini menilai konsistensi internal atas berbagai indikator yang membentuk suatu konstruksinya. *Composite reliability* harus melewati 0,7 untuk dipandang bisa diandalkan, hal ini berdasarkan dari pendapat (Hair et al., 2021) yang berarti konsistensi internal indikator cukup tinggi.

Cronbach Alpha:

Cronbach alpha digunakan untuk mengukur reliabilitas dengan menganalisis masing-masing dari faktornya yang tersedia. Apabila suatu nilai yang berupa *Cronbach alpha* lebih dari 0,7, dengan itu variabel laten dianggap reliabel (Rudyatmi, E., & Ridlo, 2019).

Inner Model

Path Coefficient

Path coefficient digunakan untuk menilai signifikansi hubungan antara variabel eksogen dengan variabel endogen. Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah ada pengaruh yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Selanjutnya jika *p-value* kurang dari 0,05 maka hipotesis dalam penelitian dapat dinyatakan diterima (Ghozali, 2021).

Direct Effect dan Indirect Effect

Terdapat penjelasan mengenai *direct effect* yaitu suatu pengaruh langsung dengan bisa diketahui lewat cara melihat koefisien jalur atas suatu variabel eksogen menuju pada endogen dalam hasil analisis yang telah dilakukan, tujuan dari *direct effect* yaitu untuk melakukan analisis sekuat apakah pengaruh dan dari sebuah variabel melalui variabel yang lain bisa itu dari variabel eksogen maupun dari variabel endogen (Haryono, 2020). Sementara itu *Indirect effect* merupakan suatu urutan jalur lewat sebuah ataupun yang lebih dari satu variabel perantara. Kemudian dalam *software* SmartPLS berdasarkan pendapat dari (Suroyo, 2018), selain *indirect effect* dapat pula menggunakan T statistik untuk mengukur ditolak atau diterimanya suatu hipotesis, maka dari itu dalam penelitian ini ditetapkan pula T statistik dengan berdasarkan pada T tabel sebesar 1.972, yang artinya apabila hasil *direct effect* menunjukkan nilai lebih dari 1.972 maka hipotesis tersebut diterima.

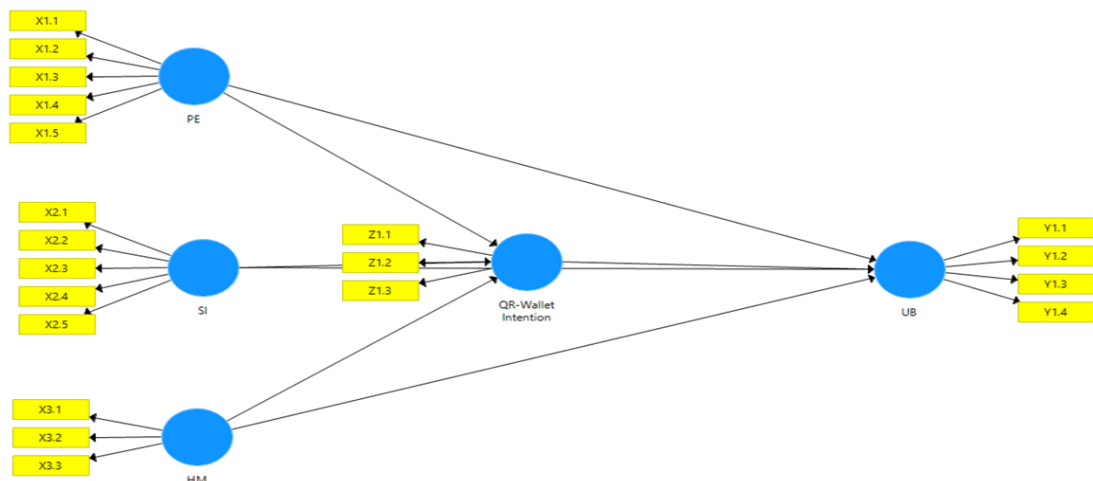
R-Squared

R-Squared dapat sebagai sebuah nilai yang dapat mempengaruhi tingkatan pengaruh melalui juga variabel (eksogen kepada yang dependen (endogen)). Definisi atas *R-squared* merupakan suatu data yang diolah dalam bentuk angka dengan berjarak yaitu atas 0 sampai dengan 1 di mana dapat menandakan besar atau juga kecilnya nilai dari penggabungan variabel independen pada memberikan pengaruhnya kepada nilai dari suatu dependennya (Pamungkas, Z. Y., & Sudiarno, 2022).

Oleh karena itu pada uji *R-Squared* bisa untuk dibagi lagi sebagai tiga klasifikasi di dalam nilai yang berupa *R-Squared* yang diantara itu memiliki kelompok kuat, moderat lalu juga lemah. Lebih lanjut untuk nilai yang berupa *R-Squared* dengan sejumlah 0,75 juga tercakup pada nilai yang dianggap kuat nilai yang berupa *R-Squared* yaitu sejumlah 0,50 tercakup pada moderat serta untuk nilai yang dimiliki *R-Squared* yaitu sejumlah 0,25 tercakup dalam nilai yang dianggap lemah (Ghozali, 2021).

Q-Squared

Q-Square digunakan untuk menguji *predictive relevance*, yaitu untuk mengetahui seberapa baik nilai yang dihasilkan dari observasi hasil model dan juga hasil dari estimasi parameternya. Menurut (Ghozali, 2021), nilai *Q-Square* ditunjukkan dengan melihat nilai yang lebih besar dari nol dan memiliki *predictive relevance* terhadap model konstruk endogen tertentu. Kemudian, jika *Q2* lebih kecil dari nol dengan itu menampilkan bahwasanya tipe yang mempunyai suatu *predictive relevance*.



Gambar 1. Model Penelitian

Di dalam gambar 1 model penelitian menampilkan suatu alur hipotesis Pada pelaksanaan penelitian ini, terdapat juga hipotesis yang diacu pada penelitian ini antara lain yaitu:

H1 : *Performance Expectancy* mempengaruhi dengan positif serta yang signifikan kepada *QR-Wallet Intention*.

H2 : *Performance Expectancy* mempengaruhi dengan positif serta yang signifikan kepada *User Behaviour*.

H3 : *Social influence* mempengaruhi dengan positif serta yang signifikan kepada *QR-Wallet Intention*.

H4 : *Social influence* mempengaruhi dengan positif serta yang signifikan kepada *User Behaviour*.

H5 : *QR-Wallet Intention* mempengaruhi dengan positif serta yang signifikan kepada *User Behaviour*.

H6 : *Hedonic Motivation* mempengaruhi dengan positif serta yang signifikan kepada *QR-Wallet Intention*.

H7 : *Hedonic Motivation* mempengaruhi dengan positif serta yang signifikan kepada *User Behaviour*.

H8 : Peran mediasi *QR-Wallet Intention* pada pengaruh antara *Performance Expectancy* terhadap *User Behaviour*.

H9 : Peran mediasi *QR-Wallet Intention* pada pengaruh antara *Social influence* terhadap *User Behaviour*.

H10 : Peran mediasi *QR-Wallet Intention* pada pengaruh antara *Hedonic Motivation* terhadap *User Behaviour*.

Hasil dan Diskusi

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	37	18,5
Perempuan	163	81,5
Total	200	100,0
Umur	Frekuensi	Persentase (%)
> 35 tahun	3	1,5
16 - 20 tahun	66	33,0
21 - 25 tahun	105	52,5
26 - 30 tahun	19	9,5
31 - 35 tahun	7	3,5
Total	200	100,0
Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
Diploma	8	4,0
S1	98	49,0
S2	1	0,5
SMA	87	43,5
SMP	6	3,0
Total	200	100,0
Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Lainnya	35	17,5
Mahasiswa	90	45,0
Pegawai Swasta	41	20,5
Pelajar	16	8,0
PNS	7	3,5
Wiraswasta	11	5,5
Total	200	100,0

Sumber : Smart-PLS 3 (2024)

Berlandaskan atas tabel tadi, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya data tersebut sesuai dengan profil respondennya berlandaskan pada jenis kelamin, lalu juga umur, pendidikan, beserta pekerjaan dengan total responden sebanyak 200 orang. Berdasarkan kategori jenis kelamin, mayoritas responden adalah

perempuan, berjumlah sekitar 163 orang, atau sekitar 81,5% dari seluruh responden. Sebaliknya, hanya 37 orang dari total responden yang melaporkan menderita kanker payudara, atau 18,5%. Dalam kategori umur, mayoritas responden (n = 105; 52,5%) berusia antara 21 dan 25 tahun. Kelompok usia 16 hingga 20 tahun juga cukup signifikan dengan 66 responden (33,0%). Sementara itu, 19 responden (9,5%) berada dalam rentang usia 26 hingga 30 tahun. Adapun kelompok usia di atas 35 tahun hanya diwakili oleh 3 orang (1,5%) dan kelompok usia 31 hingga 35 tahun berjumlah 7 orang (3,5%).

Dalam hal pendidikan, mayoritas responden merupakan lulusan Strata 1 (S1), yaitu sebanyak 98 orang (49,0%). Lulusan SMA juga cukup dominan dengan jumlah 87 orang (43,5%). Hanya sebagian kecil responden yang memiliki pendidikan Diploma (4,0%), S2 (0,5%), dan SMP (3,0%). Dari segi pekerjaan dapat diambil kesimpulan bahwa kelompok mahasiswa mendominasi jumlah responden dengan 90 orang (45,0%). Pegawai swasta juga cukup banyak, sebanyak 41 orang (20,5%). Selain itu, ada 35 orang (17,5%) yang bekerja di kategori lainnya yang tidak masuk dalam kategori pekerjaan yang ditentukan. Pelajar mencakup 16 orang (8,0%), wiraswasta 11 orang (5,5%), dan pegawai negeri sipil (PNS) hanya 7 orang (3,5%).

Uji Outer Loading
Convergent Validity

Tabel 2. Outer Loading

Construct	HM	PE	QR-Wallet Intention	SI	UB
X1.1		0,875			
X1.2		0,884			
X1.3		0,900			
X1.4		0,926			
X1.5		0,802			
X2.1				0,848	
X2.2				0,754	
X2.3				0,655	
X2.4				0,872	
X2.5				0,774	
X3.1	0,906				
X3.2	0,915				
X3.3	0,139				
Y1.1					0,902
Y1.2					0,864
Y1.3					0,853
Y1.4					0,860
Z1.1			0,916		
Z1.2			0,856		
Z1.3			0,912		

Sumber : Smart-PLS 3 (2024)

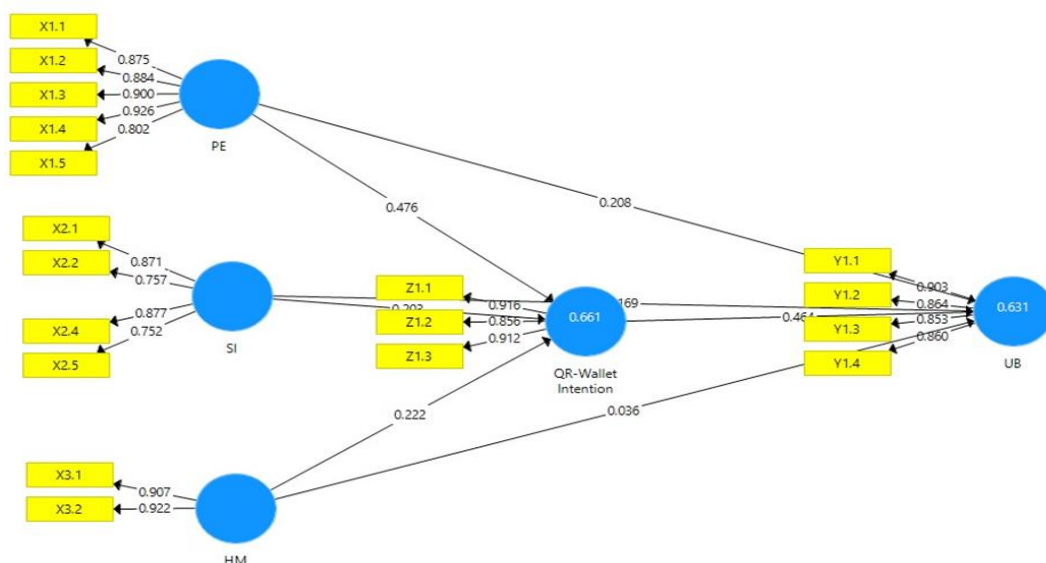
Data diatas menunjukkan bahwa terdapat beberapa *loading factor* dalam *construct* variabel penelitian dengan skala < 0.6 yaitu pada item X2.3 dan X3.3 dapat diambil kesimpulan tidak valid sehingga untuk melakukan pengujian selanjutnya dapat dilakukan dengan menghapus item yang tidak valid tersebut.

Tabel 3. Outer Loading Modifikasi

	HM	PE	QR-Wallet Intention	SI	UB
X1.1		0,875			
X1.2		0,884			
X1.3		0,900			
X1.4		0,926			
X1.5		0,802			
X2.1				0,871	
X2.2				0,757	
X2.4				0,877	
X2.5				0,752	
X3.1	0,907				
X3.2	0,922				
Y1.1					0,903
Y1.2					0,864
Y1.3					0,853
Y1.4					0,860
Z1.1			0,916		
Z1.2			0,856		
Z1.3			0,912		

Sumber : Smart-PLS 3 (2024)

Setelah melakukan modifikasi, dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh nilai outer loading telah memenuhi syarat yakni masing-masing >0.6 sehingga seluruh item variabel dinyatakan valid.



Gambar 2. Modifikasi Model Penelitian

Discriminant Validity

Tabel 4. Discriminant Validity

Variabel	HM	PE	QR-Wallet Intention	SI	UB
HM					
PE	0,884				
QR-Wallet Intention	0,827	0,862			
SI	0,688	0,748	0,742		
UB	0,723	0,774	0,847	0,716	

Sumber : Smart-PLS 3 (2024)

Berdasarkan tabel diatas, output *discriminant validity* pada nilai dari heterotrait-monotrait ratio (HTMT) masing-masing memiliki nilai < 0,9 sehingga ditarik kesimpulan variabel dalam penelitian ini valid.

Composite Reliability

Tabel 5. Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
HM	0,911
PE	0,944
QR-Wallet Intention	0,923
SI	0,888
UB	0,926

Sumber : Smart-PLS 3 (2024)

Data diatas menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* untuk variabel penelitian ini yakni *perceived expectance*, *social influence*, *hedonic motivation*, *QR-wallet intention* dan *user behaviour* masing – masing sebesar 0.944, 0.888, 0.911, 0.923 dan 0.926 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian ini reliable karena telah memenuhi nilai pengambilan keputusan yakni sebesar >0.7.

Cronbach Alpha

Tabel 6. Cronbach Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha
HM	0,806
PE	0,925
QR-Wallet Intention	0,876
SI	0,833
UB	0,893

Sumber : Smart-PLS 3 (2024)

Output *cronbach alpha* setiap variabel dalam penelitian ini masing – masing nilainya >0.7 yakni *perceived expectancy* yang sejumlah 0.925, lalu untuk *social influence* yaitu sejumlah 0.833, *hedonic motivation* yaitu sejumlah 0.806, *QR-Wallet Intention* sebesar 0.876 dan *user behaviour* sebesar 0.893 sehingga disimpulkan setiap variabel memiliki nilai yang reliabel.

Uji Inner Model

Direct Effect

Tabel 7. Direct Effects

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
PE -> QR-Wallet Intention	0,476	0,483	0,095	5,003	0,000
PE -> UB	0,208	0,202	0,09	2,305	0,022
SI -> QR-Wallet Intention	0,203	0,206	0,054	3,762	0,000
SI -> UB	0,169	0,168	0,061	2,757	0,006
QR-Wallet Intention -> UB	0,464	0,469	0,082	5,671	0,000
HM -> QR-Wallet Intention	0,222	0,216	0,095	2,348	0,019
HM -> UB	0,036	0,035	0,073	0,491	0,624

Sumber : Smart-PLS 3 (2024)

Berlandaskan atas data di atas, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya:

1. Uji hipotesis pertama menunjukkan hasil *t-statistics* sebesar 5,003 > 1,972 sedangkan nilai yang dimiliki *p-value* yaitu sejumlah 0,000 < 0,05 melalui *original sample* dengan sejumlah 0.476 sehingga hipotesis diterima yakni berupa *performance expectancy* mempengaruhi dengan positif serta yang signifikan kepada *QR-wallet intention*.
2. Uji hipotesis kedua menunjukkan hasil *t-statistics* yaitu sejumlah 2,305 > 1,972 sedangkan nilai yang dimiliki *p-value* yaitu sejumlah 0.022 < 0.05 dengan *original sample* sebesar 0.208 maka hipotesis diterima yakni *perceived expectancy* mempengaruhi dengan positif serta yang signifikan kepada *user behaviour*.
3. Uji hipotesis ketiga menunjukkan hasil *t-statistics* sebesar 3,762 > 1,972 sedangkan nilai yang dimiliki *p-value* yaitu sejumlah 0,000 < 0,05 melalui *original sample* yaitu sejumlah 0,203 dengan itu hipotesis diterima yakni berupa *social influence* mempengaruhi dengan positif serta yang signifikan kepada *QR-wallet intention*.
4. Uji hipotesis keempat menunjukkan hasil *t-statistics* yaitu sejumlah 2,757 > 1,972 sedangkan nilai yang dimiliki *p-value* yaitu sejumlah 0,006 < 0,05 melalui *original sample* sejumlah 0,203 maka hipotesis diterima yakni *social influence* mempengaruhi dengan positif serta yang signifikan kepada *user behaviour*.
5. Uji hipotesis kelima menunjukkan hasil *t-statistics* sebesar 5,671 > 1,972 sedangkan nilai yang dimiliki *p-value* yaitu sejumlah 0,000 < 0,05 melalui *original sample* dengan sejumlah 0,169 maka hipotesis diterima yakni *QR-wallet intention*.
6. Uji hipotesis keenam menunjukkan hasil *t-statistics* sejumlah 2,348 > 1,972 sedangkan nilai yang dimiliki *p-value* yaitu sejumlah 0,019 < 0,05 melalui suatu *original sample* yaitu sejumlah 0,22 maka hipotesis diterima yakni *hedonic motivation* mempengaruhi dengan positif serta yang signifikan kepada *QR-wallet intention*.
7. Uji hipotesis ketujuh menunjukkan hasil *t-statistics* sebesar 0,491 < 1,972 sedangkan nilai yang dimiliki *p-value* yaitu sejumlah 0,624 > 0.05 melalui sebuah *original sample* dengan sejumlah 0.036 maka hipotesis ditolak yakni *hedonic motivation* mempengaruhi dengan positif serta yang tidaklah signifikan kepada *user behaviour*.

Indirect Effects

Tabel 8. Indirect Effects

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
HM -> QR-Wallet Intention -> UB	0,103	0,102	0,049	2,092	0,037
PE -> QR-Wallet Intention -> UB	0,221	0,227	0,060	3,707	0,000
SI -> QR-Wallet Intention -> UB	0,094	0,097	0,030	3,095	0,002

Sumber : Smart-PLS 3 (2024)

1. Pada hipotesis kedelapan pengujian peran mediasi *QR-Wallet Intention* pada pengaruh *performance expectancy* terhadap *user behaviour* menunjukkan bahwa *t-statistics* sebesar 3.707 >1,972 sedangkan nilai yang dimiliki *p-value* yaitu sejumlah 0,000 < 0.05 yang akhirnya bisa ditarik kesimpulan bahwasanya *QR-Wallet Intention* dapat memediasikan pengaruh yang dimiliki *performance expectancy* kepada *user behaviour*.
2. Pada hipotesis kesembilan pengujian peran mediasi *QR-Wallet Intention* pada pengaruh *hedonic motivation* terhadap *user behaviour* menunjukkan bahwa *t-statistics* yaitu sejumlah 2.092 >1,972 sedangkan nilai yang dimiliki *p-value* yaitu sejumlah 0,037 < 0.05 yang akhirnya bisa ditarik kesimpulan bahwasanya *QR-Wallet Intention* dapat memediasikan pengaruh yang dimiliki *hedonic motivation* kepada *user behaviour*.
3. Pada hipotesis kesepuluh pengujian peran mediasi *QR-Wallet Intention* pada pengaruh *social influence* terhadap *user behaviour* menunjukkan bahwa *t-statistics* sebesar 3.095 >1,972 sedangkan nilai *p-value* yaitu sejumlah 0,002 < 0.05 yang akhirnya bisa ditarik kesimpulan bahwasanya *QR-Wallet Intention* dapat memediasikan pengaruh yang dimiliki *social influence* kepada *user behaviour*.

R-Square

Tabel 9. R-Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted
<i>QR-Wallet Intention</i>	0,661	0,656
<i>User Behaviour</i>	0,631	0,623

Sumber : Smart-PLS 3 (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa *QR-Wallet Intention* dipengaruhi oleh *performance expectancy*, *social influence* dan *hedonic motivation* sebesar 65.6% termasuk dalam kategori moderat sedangkan untuk variabel *user behaviour* dipengaruhi oleh *performance expectancy*, *social influence*, *hedonic motivation* dan *QR-Wallet Intention* sebesar 62.3% termasuk dalam kategori moderat.

Q-Square

Tabel 9. Q-Square

Variabel	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
HM	400,000	400,000	
PE	1000,000	1000,000	
QR-Wallet Intention	600,000	293,325	0,511
SI	800,000	800,000	
UB	800,000	429,701	0,463

Sumber : Smart-PLS 3 (2024)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukan bahwa nilai Q-Square untuk variabel *qr-wallet intention* sebesar 0.511 dan *user behaviour* sebesar 0.463 sehingga nilainya lebih besar dari nol dengan itu menampilkan bahwasanya tipe yang mempunyai suatu *predictive relevance*.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Performance Expectancy berpengaruh positif dan signifikan terhadap QR-Wallet Intention.

Hasil penelitian menunjukan bahwasanya *performance expectancy* mempengaruhi dengan positif serta yang signifikan kepada *QR-wallet intention*. Artinya apabila *performance expectancy* naik, maka *QR-Wallet Intention* pengguna juga akan naik. Berlaku pula sebaliknya apabila *performance expectancy* turun, maka *QR-Wallet Intention* juga akan turun. *Performance expectancy* adalah konsep yang digunakan untuk menggambarkan sejauh mana pengguna mempersepsikan bahwa mereka akan mendapatkan manfaat atau keuntungan dari penggunaan suatu sistem atau teknologi. Hal ini mencakup ekspektasi pengguna terhadap peningkatan efisiensi, produktivitas, atau efektivitas dalam melakukan tugas-tugas tertentu dengan adanya teknologi tersebut (Utomo et al., 2021).

Ketika seseorang merasa bahwa layanan dompet digital memberikan manfaat nyata seperti kemudahan dalam transaksi keuangan lewat berbagai fitur nya dengan itu niat mereka untuk memakai dompet digital tersebut nantinya semakin kuat. Hal ini berimplikasi dengan semakin tinggi persepsi pengguna terhadap keuntungan atau kemudahan yang ditawarkan, semakin besar kemungkinan mereka akan menggunakannya di masa depan. Penelitian ini menunjang penelitian terdahulu yang dihasilkan dengan dilaksanakan atas Auliya & Arransyah (2023) yang mendapatkan kesimpulan bahwasanya *performance expectancy* mempengaruhi dengan positif serta yang signifikan kepada *behavioral intention* penggunaan QRIS.

2. Performance Expectancy berpengaruh positif dan signifikan terhadap User Behaviour.

Temuan pada penelitian menampilkan bahwasanya mempengaruhi dengan positif serta yang signifikan kepada *user behaviour*. Artinya apabila *performance expectancy* naik, maka *user behavior* juga akan naik. Berlaku pula sebaliknya apabila *performance expectancy* turun maka *user behaviour* juga akan menurun. *Performance expectancy* yaitu tingkatan keyakinan seseorang bahwasanya penggunaan sebuah sistem nantinya menciptakan peningkatan kinerja mereka dan mempermudah penyelesaian tugas.

Hal ini disebabkan karena responden cenderung lebih tertarik menggunakan suatu sistem jika mereka percaya bahwa sistem tersebut akan membantu mereka menyelesaikan tugas dengan lebih cepat atau efisien. Keyakinan ini memotivasi mereka untuk menggunakan sistem tersebut secara lebih konsisten. I Wayan Setiawan, (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*.

3. Social Influence berpengaruh positif dan signifikan terhadap QR-Wallet Intention.

Hasil penelitian menunjukan bahwa *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *QR-wallet intention*. Artinya apabila *social influence* naik, maka *user behavior* juga akan naik. Berlaku pula sebaliknya apabila *social influence* turun maka *user behaviour* juga akan menurun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *QR-Wallet* dipengaruhi oleh faktor pengaruh sosial (*social influence*). Pengaruh sosial mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan layanan tersebut, sehingga semakin besar pengaruh sosial yang dimiliki individu, semakin besar pula kemungkinan mereka menggunakan *QR-Wallet*.

Berdasarkan temuan hasil penelitian, sebagian responden menyatakan bahwa keputusan mereka untuk

menggunakan QR-Wallet didorong oleh pengaruh dari lingkungan sekitar, baik itu keluarga, rekomendasi teman, maupun pengaruh dari komunitas di media sosial. I Wayan Setiawan (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*.

4. *Social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *User Behaviour*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *User Behaviour*. Artinya apabila *Social Influence* tinggi, maka *user behaviour* juga tinggi. Berlaku pula sebaliknya apabila *Social Influence* turun, maka *User Behaviour* juga akan turun. *Social Influence* merupakan faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk dapat menggunakan sebuah sistem dengan pengaruh dari lingkungan sosial di sekitar mereka dan juga dapat membuat individu mempertimbangkan apakah kemudian dirinya harus menggunakan sistem tersebut ataupun tidak (Gunawan et al., 2023).

Ketika seseorang merasa bahwa pengaruh sosial atau *Social Influence* dapat mempengaruhi dan mendorong mereka untuk bertransaksi dengan *Qr-Code* dalam *E-Wallet* atau dompet digital maka niat mereka untuk menggunakan dompet digital tersebut akan semakin kuat. Hal tersebut berimplikasi bahwa semakin tinggi pengaruh sosial dari lingkungan seseorang terhadap penggunaan *QR-Code* dalam *E-Wallet*, maka semakin besar juga kemungkinan bagi seseorang untuk menggunakan *QR-Code* pada *E-Wallet* di masa depan. Penelitian ini menunjang suatu penelitian terdahulu yang dihasilkan dengan dilaksanakan atas (Hafifah et al., 2022). di mana mendapatkan kesimpulan bahwasanya *social influence* mempengaruhi dengan positif serta yang signifikan kepada *user behavior* di dalam *Fintech* ShopeePay memakai tipe UTAUT.

5. *QR-Wallet Intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *User Behaviour*.

Melalui sebuah penelitian yang dihasilkan menampilkan bahwasanya *QR-Wallet Intention* mempengaruhi dengan positif serta yang signifikan kepada *User Behaviour*. Artinya apabila *QR-Wallet Intention* naik, maka *User Behaviour* juga akan naik. Berlaku pula sebaliknya apabila *QR-Wallet* turun, maka *User Behaviour* juga akan turun. Davis, F.D., Bagozzi, R.P. and Warshaw (2020) menjelaskan bahwa niat atau *Intention* yaitu seberapa jauhnya individu dapat dengan sadar memiliki rencana dalam melaksanakan ataupun tidak melaksanakan suatu sikap di masa yang akan datang. Sehingga *QR-Wallet Intention* juga dapat diartikan sebagai seberapa jauhnya individu dapat dengan sadar memiliki rencana dalam melaksanakan penggunaan dengan *QR-Code* dalam *E-Wallet* untuk bertransaksi.

Ketika terdapat individu dengan sadar memiliki rencana dalam melaksanakan pembelian dengan menggunakan *QR-Code* untuk bertransaksi dengan itu niatnya mereka dalam memakai *E-Wallet* pada masa depan nantinya semakin kuat. Persoalan tersebut menampilkan bahwasanya semakin tinggi niat seseorang pada menggunakan *QR-Wallet*, dengan itu akan semakin memberikan pengaruh kepada perilaku penggunaan *E-Wallet* di masa depan. Penelitian tersebut menunjang hasil penelitian terdahulu dengan dilaksanakan atas (Karyoto et al., 2024) dimana menampilkan bahwasanya variabel *Behavioral Intention* memberikan suatu pengaruh positif signifikan kepada *Use Behavior* pada penggunaan aplikasi gojek.

6. *Hedonic Motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *QR-Wallet Intention*.

Melalui sebuah penelitian yang dihasilkan menunjukkan bahwasanya *Hedonic Motivation* berpengaruh dengan positif serta yang signifikan kepada *QR-Wallet Intention*. Artinya apabila *Hedonic Motivation* naik, maka *QR-Wallet Intention* juga akan naik. Berlaku pula sebaliknya apabila *QR-Wallet Intention* turun, maka *Hedonic Motivation* juga akan turun. Menurut (Tyrväinen et al., 2020) motivasi hedonis dapat didasarkan sebagai sumber inspirasi bagi perjalanan batin peserta karena peserta menikmatinya dan terdorong oleh keinginan untuk mencapai tingkat kebahagiaan, khayalan, atau kebebasan tertentu.

Ketika individu dengan sadar memiliki rencana ataupun berniat untuk menggunakan *QR-Code* untuk bertransaksi maka motivasi hedonis mereka untuk menggunakan *E-Wallet* di masa depan akan semakin kuat. Hal tersebut menampilkan bahwasanya dengan semakin tinggi penggunaan *QR-Code* seseorang, dengan itu semakin besar pula dampak negatifnya terhadap motivasi hedonistik mereka dalam menggunakan *e-wallet* pada waktu mendatang. Penelitian tersebut melengkapi penelitian terdahulu dengan dari (Khotimah & Syafwandi, 2024) yang menunjukkan bahwasanya variabel Motivasi Hedonistik mempunyai pengaruh positif beserta yang signifikan kepada Intensi *QR-Wallet*.

7. *Hedonic Motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *User Behaviour*.

Melalui sebuah penelitian yang dihasilkan menunjukkan bahwasanya *Hedonic Motivation* berpengaruh positif beserta signifikan terhadap *User Behaviour*. Artinya apabila *Hedonic Motivation* naik, maka *User Behaviour* pengguna juga akan naik. Berlaku pula sebaliknya apabila *User Behaviour* turun, maka *Hedonic Motivation* juga akan turun. Motivasi hedonis diartikan sebagai motivasi dalam kehidupan seseorang yang sangat mereka harapkan didasarkan pada emosi, perasaan, dan pengalaman mereka yang mengungkap penyesalan tersembunyi

dalam hidup mereka (Ferial Tri Aura et al., 2023b).

Ketika seseorang merasa bahwa layanan dalam dompet digital memberikan dorongan motivasi hedonis mereka seperti meningkatkan rasa kesenangan, nilai emosional, dan juga meningkatkan keinginan dari dalam diri seseorang untuk kemudian bertindak dalam penggunaan *QR-Wallet*. Hal ini dapat berimplikasi bahwa dengan semakin tinggi motivasi hedonis pengguna terhadap perilaku penggunaan *QR-Code*, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakannya di masa mendatang. Penelitian tersebut menunjang hasil penelitian terdahulu di mana dilaksanakan atas Karyoto et al., (2024) serta mendapatkan kesimpulan bahwa tanya *Hedonic Motivation* mempunyai suatu pengaruh positif serta yang signifikan kepada *User Behaviour* penggunaan QRIS.

8. Peran mediasi *QR-Wallet Intention* pada pengaruh antara *Performance Expectancy* terhadap *User Behaviour*.

Melalui penelitian yang dihasilkan menampilkan bahwasanya *QR-Wallet Intention* bisa memediasikan pengaruh yang dimiliki *performance expectancy* kepada *user behaviour*. Minat untuk menggunakan teknologi memediasi hubungan diantara suatu *performance expectancy* atas sikap penggunaan, di mana persepsi tentang kegunaan berpengaruh pada perilaku pembelian. Dengan demikian bahwa *performance expectancy* yang dimediasi oleh *QR-Wallet Intention* diharapkan dapat meningkatkan penggunaan *QR-Wallet*. Kinerja yang lebih mudah dan didukung oleh minat untuk mencoba akan memperbesar kemungkinan penggunaan *QR-Wallet*.

Respons individu terhadap penggunaan teknologi informasi mempunyai dampak langsung serta yang tidak langsung kepada pemakaian aktual dari teknologi informasi. Dampak yang tidak langsung tersebut dimediasikan atas minat (*behavior intention*) agar dapat memakai teknologi informasi (Gustina, 2020). Variabel berupa *performance expectancy* juga bisa dihubungkan melalui konstruksi sikap terhadap perilaku ataupun dikenal dengan "*attitude toward behavior*" yaitu pada *Theory of Planned Behavior* dengan dikemukakan atas Ajzen (2020). Adanya suatu sikap terhadap perilaku bisa didefinisikan sebagai persepsi individu tentang apakah suatu perilaku akan menguntungkan atau tidak. Sikap ini memengaruhi perilaku secara langsung dan tidak langsung dengan minat sebagai variabel mediasi yang diharapkan memperkuat pengaruh *performance expectancy* terhadap penggunaan *QR-Wallet*.

9. Peran mediasi *QR-Wallet Intention* pada pengaruh antara *Hedonic Motivation* terhadap *User Behaviour*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat penggunaan *QR-Wallet* dapat berfungsi sebagai mediator dalam hubungan antara motivasi hedonis dan perilaku pengguna. Dengan kata lain, niat perilaku berperan sebagai variabel intervening yang memediasi hubungan antara harapan usaha (*effort expectancy*) dan perilaku penggunaan.

Hal ini membuktikan bahwa persepsi keramahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap proses pembelian. Diharapkan bahwa harapan usaha yang dimediasi oleh niat perilaku akan dapat meningkatkan penggunaan *QR-Wallet*. Semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin tinggi minat pengguna untuk menggunakan *QR-Wallet* yang pada akhirnya meningkatkan kemungkinan mereka untuk mengadopsi QRIS dalam transaksi sehari-hari (Sur Yanti, 2023).

10. Peran mediasi *QR-Wallet Intention* pada pengaruh antara *Social Influence* terhadap *User Behaviour*.

Pengaruh lingkungan lalu juga sosial yang dimediasikan oleh minat diperkirakan nantinya mendorong peningkatan pemakaian *QR-Wallet*. Manusia cenderung mengikuti perkembangan sosial dan teknologi, termasuk pelaku UMKM yang akan beradaptasi dengan sistem pembayaran digital agar mempermudah interaksi. Lingkungan yang sudah terbiasa menggunakan *QR-Wallet* akan mendorong minat individu untuk ikut menggunakannya, sehingga meningkatkan peluang *QR-Wallet* digunakan dalam transaksi (Setyawati & Syahri, 2023). Dalam landasannya, minat muncul sebab terdapat informasi awal di mana menimbulkan rasa ingin tahu dan ketertarikan lebih lanjut.

Kesimpulan

Dari paparan pembahasan penelitian yang dihasilkan tadi dengan itu bisa ditarik kesimpulan yang berupa:

1. *Performance expectancy* mempengaruhi dengan positif dan signifikan kepada *QR-wallet intention*.
2. *Perceived expectancy* mempengaruhi dengan positif dan signifikan kepada *user behaviour*.
3. *Social influence* mempengaruhi dengan positif dan signifikan kepada *QR-wallet intention*.
4. *Social influence* mempengaruhi dengan positif dan signifikan kepada *user behaviour*.
5. *QR-wallet intention* mempengaruhi dengan positif dan signifikan kepada *User Behaviour*.

6. *Hedonic motivation* mempengaruhi dengan positif dan signifikan kepada *QR-wallet intention*.
7. *Hedonic motivation* mempengaruhi dengan positif dan signifikan kepada *user behaviour*.
8. *QR-Wallet Intention* bisa memediasikan pengaruh yang dimiliki *hedonic motivation* kepada *user behaviour*
9. *QR-Wallet Intention* bisa memediasikan pengaruh yang dimiliki *performance expectancy* kepada *user behaviour*
10. *QR-Wallet Intention* bisa memediasikan pengaruh yang dimiliki *social influence* kepada *user behaviour*

Referensi

Jurnal:

- Adiyanta, F. C. S. (2019). Hukum dan Studi Penelitian Empiris : Penggunaan Metode Survey sebagai Instrumen Penelitian Hukum Empiris. *Administrative Law & Governance Journal*, 2(4), 697–709.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/hbe2.195>.
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian*. 2(2).
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN. *Buku Ajar Statistika Dasar*, 14(1), 15–31. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>
- Auliya, P. N., & Arransyah, M. F. (2023). Penerapan Model UTAUT untuk Mengetahui Minat Perilaku Konsumen dalam Penggunaan QRIS. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(3), 885–892. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i3.2808>
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P. and Warshaw, P. R. (2020). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 8, 982-1002.
- Ferdian, Y., Saputra, E., & Bahari, A. (2024a). Standard (QRIS) In Digital Payments Analisis Determinan Dan Anteseden Penggunaan Quick Response Indonesian Standard (QRIS) Pada Pembayaran Digital. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 3026–3037.
- Ferdian, Y., Saputra, E., & Bahari, A. (2024b). Standard (QRIS) In Digital Payments Analisis Determinan Dan Anteseden Penggunaan Quick Response Indonesian Standard (QRIS) Pada Pembayaran Digital. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 3026–3037.
- Ferial Tri Aura, Anwar, H., & Hamid, A. N. (2023a). Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Impulsive Buying Pada Festival Belanja Tanggal Kembar. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(3), 2473–2484. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i3.53018>
- Ferial Tri Aura, Anwar, H., & Hamid, A. N. (2023b). Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Impulsive Buying Pada Festival Belanja Tanggal Kembar. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(3), 2473–2484. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i3.53018>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C. M., & Rahmania, L. (2023). THE INFLUENCE OF SOCIAL INFLUENCE AND PEER INFLUENCE ON INTENTION TO PURCHASE IN E-COMMERCE. *Review of Management and Entrepreneurship*, 7(1), 61–84.
- Gunawan, C. M., Rahmania, L., & Kenang, I. H. (2023). The Influence of Social Influence and Peer Influence on Intention To Purchase in E-Commerce. *Review of Management and Entrepreneurship*, 7(1), 61–84. <https://doi.org/10.37715/rme.v7i1.3683>
- Hafifah, L. L., Utami, N. W., & Dwi Putri, I. Gst. A. P. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Behavioral Intention Dan User Behavior Pada Fintech Shopeepay Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (Utaut). *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 15(2). <https://doi.org/10.30813/jab.v15i2.3574>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hair, J. F., Hult, T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (3rd ed.)*. Thousand Oaks.
- Hakim, G. M. (2023a). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Aplikasi Indrive Menggunakan Model UTAUT2. *INTECOMS: Journal of Information Technology and Computer Science*, 6(1), 353–362. <https://doi.org/10.31539/intecoms.v6i1.5974>
- Hakim, G. M. (2023b). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN APLIKASI INDRIVE MENGGUNAKAN MODEL UTAUT2. *Journal of Information Technology and Computer Science (INTECOMS)*,

6(1), 353–362.

- Haryono, S. (2020). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan Amos Lisrel PLS*. 53(9). <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/CB09781107415324.004>
- I Wayan Setiawan. (2019). PENGARUH EKSPEKTASI KINERJA, EKSPEKTASI USAHA, DAN FAKTOR SOSIAL TERHADAP PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PADA BUMDES DI KECAMATAN KUBUTAMBAHAN. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 10(3).
- Kadek, N., Febriani, D., Utami, N. W., Agung, I. G., & Dwi, P. (2023). Analisis Behavioral Intention dan Use Behavior Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada UMKM Dengan Metode UTAUT 2 di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 17(1), 67–82.
- Karyoto, E. V. A., Wiranti, Y. T., & Putera, M. I. A. (2024). Pengaruh Behavioral Intention Terhadap Use Behavior Pada Penggunaan Aplikasi Gojek. *Teknika*, 13(1), 109–119. <https://doi.org/10.34148/teknika.v13i1.761>
- Khotimah, K., & Syafwandi, S. (2024). Analisis Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gratis Ongkir, dan Consumer Review terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Online Shop. *Journal of Internet and Software Engineering*, 1(2), 14. <https://doi.org/10.47134/pjise.v1i2.2274>
- Maharlika, T. F. (2023). *Performance expectancy memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap use behavior*. Universitas Islam Indonesia.
- Mayanti, R. (2020). USER TERHADAP PENERAPAN QUICK RESPONSE INDONESIA STANDARD SEBAGAI TEKNOLOGI PEMBAYARAN PADA. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25, 123–135.
- Muhson, A. (2022). *Analisis Statistik dengan SmartPLS : Path analysis, confirmatory factor analysis & structural equation modeling*.
- Pamungkas, Z. Y., & Sudiarno, A. (2022). *Implementasi Model Utaut (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology)*. 3(9), 569–578.
- Rudyatmi, E., & Ridlo, S. (2019). Construct validity and composite reliability of students' motivation instrument toward science in UNNES. *Journal of Physics: Conference Series.*, 3(1321).
- Satria, R., Deni, R., & Nurlinda, R. A. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BEHAVIORAL INTENTION DAN USE BEHAVIOR PADA APLIKASI TIKTOK SHOP. *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic*, 13(2).
- Septiarani, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Use Behavior Go-Pay Dengan Behavioral Intention Sebagai Variabel Intervening. *Universitas Negeri Semarang, SKRIPSI*.
- Setyawati, C. Y., & Syahri, A. (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Intention To Use Qris Bca Mobile Dengan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 21(02).
- Solimun, A. A. R., Fernandes, N. N., & Nurjannah, N. (2017). *Multivariate statistical method: Structural equation modeling based on WarpPLS*. UB press.
- Supriyadi, Kurnia, C., & Supriyoso, P. (2020). Pengaruh Motivasi Hedonik dan Stabilitas Emosi Terhadap Perilaku Belanja Online. *Festival Riset Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 6681(3), 695–704.
- Sur Yanti, D. K. A. R. M. (2023). Peran Moderasi Motivasi Hedonis Pada Pengaruh Kemanfaatan (Perceived Usefulness) Dan Kepercayaan (Trust) Terhadap Niat Menggunakan Kembali E-Wallet ShopeePay. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Ekonomi*, 2(1).
- Suroyo, F. (2018). The Influence of Service Based on Information Technology Electric Prepaid and Customers Relationship of Customer Trust and Its Impact on The Company Image. *Bisnis & Manajemen*, XVI(1), 13–21.
- Taluke, D., Lakat, R. S. M., Sembel, A., Mangrove, E., & Bahwa, M. (2019). ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT DALAM PENGELOLAAN EKOSISTEM MANGROVE DI PESISIR PANTAI KECAMATAN LOLODA KABUPATEN HALMAHERA BARAT J. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 6(2), 531–540.
- Tyrväinen, O., Karjaluo, H., & Saarijärvi, H. (2020). Personalization and hedonic motivation in creating customer experiences and loyalty in omnichannel retail. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57(August). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102233>
- Utomo, P., Kurniasari, F., & Purnamaningsih, P. (2021). The Effects of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitating Condition, and Habit on Behavior Intention in Using Mobile Healthcare Application. *International Journal of Community Service & Engagement*, 2(4), 183–197. <https://doi.org/10.47747/ijcse.v2i4.529>

Buku:

- Abdillah, W. (2018). *Metode penelitian terpadu sistem informasi: permodelan teoritis, pengukuran dan pengujian statistis*.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation*

modeling (PLS-SEM) (3rd ed.). Thousand Oaks.

Hair, Joseph Franklin. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: SAGE Publications.

Muhson, Ali. (2022). *Analisis Statistik Dengan Smartpls: Path Analysis, Confirmatory Factor Analysis & Structural Equation Modeling*. Yogyakarta.

Solimun, A. A. R., Fernandes, N. N., & Nurjannah, N. (2017). *Multivariate statistical method: Structural equation modeling based on WarpPLS*. UB press.