Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma)
Volume : 06 | Nomor 03 | November 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n3.9661

Faktor Kunci Adopsi QRIS pada UMKM di Jawa Tengah: Pendekatan UTAUT 3 untuk Transformasi Digital

Penulis:
Yonatan Alvin Stefan[1]
Dika Puspitaningrum [2]
Ainin Syukuria Putri [3]
Rizky Diva Rachmadani [4]
Ulfatul Nur Zahro [5]

Afiliasi:
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta[1,2,3,4,5]

Korespondensi:
dipuspita.98@gmail.com

Histori Naskah:
Submit: 17-09-2026
Accepted: 09-10-2026
Published: 01-11-2026

Abstrak: Transformasi digital pada UMKM di Indonesia salah satunya diwujudkan melalui adopsi QRIS sebagai standar pembayaran berbasis kode QR. Meskipun banyak UMKM telah memiliki fasilitas QRIS, penggunaannya belum menjadi metode transaksi utama, sehingga menimbulkan kesenjangan antara ketersediaan teknologi dan perilaku pengguna, khususnya di Jawa Tengah yang memiliki populasi UMKM besar. Studi ini mengkaji berbagai faktor yang mendorong *behavioral intention* serta *use behavior* dalam adopsi QRIS melalui kerangka *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* 3 (UTAUT 3), dengan melibatkan delapan variabel utama yaitu *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit,* dan *personal innovativeness*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan SmartPLS 4. Hasil menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *social influence*, dan *Personal Innovativeness* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention*. Sedangkan *effort expectancy*, *Hedonic motivation*, dan *Price Value* tidak signifikan. *Behavioral intention* dan *Habit* terbukti mendorong *Use Behavior*, sementara *Facilitating conditions* tidak signifikan. Sebagai temuan tambahan di luar hipotesis yang dirumuskan, *Social Influence* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap *Use Behavior* melalui mediasi *behavioral intention*. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi upaya percepatan transformasi digital UMKM melalui optimalisasi penggunaan QRIS secara aktif dan berkelanjutan.
Kata kunci: Transformasi Digital, UMKM, UTAUT 3, QRIS

Pendahuluan

Transformasi digital memegang peranan krusial dalam menjaga keberlanjutan sekaligus mendongkrak daya saing UMKM di Indonesia. Mengingat kontribusinya yang sangat signifikan terhadap perekonomian negara, sektor ini harus tanggap terhadap kemajuan teknologi agar mampu mengoptimalkan efisiensi operasional, menjangkau pasar yang lebih luas, dan memperkuat posisi bisnisnya (Martinez-Peláez et al., 2023; Rohayati & Abdillah, 2024; Thi et al., 2024). Di antara berbagai bentuk digitalisasi yang tengah berkembang pesat, adopsi sistem pembayaran digital menjadi aspek penting yang menghadirkan proses transaksi yang lebih praktis, cepat, dan terjamin keamanannya (Agustina et al., 2023; Anatan & Nur, 2023; Kilay et al., 2022).

Untuk mengakselerasi digitalisasi sistem pembayaran nasional, Bank Indonesia meluncurkan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai standar pembayaran kode QR yang terintegrasi dengan seluruh penyedia layanan keuangan digital (Asmara et al., 2023; Fauziah et al., 2025; Wiryawan et al., 2024). Penerapan QRIS membawa banyak keuntungan bagi para pelaku UMKM, mulai dari kepraktisan bertransaksi dan efisiensi operasional, hingga pencatatan keuangan yang lebih presisi serta terbukanya akses ke ekosistem ekonomi digital yang lebih luas (Gunawan et al., 2023; Nurqamarani et al., 2024; Usman

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

et al., 2024). Atas dasar tersebut, QRIS menjadi salah satu sarana vital untuk mengakselerasi transformasi digital dan memperluas inklusi keuangan di Indonesia.

Meskipun berbagai manfaat tersebut telah banyak diakui, tingkat pemanfaatan QRIS pada UMKM masih menjadi tantangan. Banyak pelaku UMKM yang telah memiliki fasilitas QRIS, namun penggunaannya belum menjadi metode transaksi utama dalam aktivitas bisnis sehari-hari. Sebagian pelaku usaha masih lebih memilih transaksi tunai karena dianggap lebih sederhana, mudah dipahami, dan sesuai dengan kebiasaan pelanggan. Di sisi lain, masih terdapat UMKM yang memiliki keterbatasan literasi digital, kurang memahami manfaat jangka panjang QRIS, serta menghadapi kendala dalam penggunaan teknologi pembayaran digital (Bachri et al., 2025; Ly et al., 2025; Muchtar et al., 2024). Kesenjangan ini menunjukkan bahwa ketersediaan fasilitas teknologi belum seimbang dengan tingkah laku pengguna dalam memanfaatkannya secara maksimal (Cahyasari et al., 2025). Artinya, efektivitas penggunaan QRIS bergantung pada kesiapan serta penerimaan para pelaku UMKM terhadap teknologi tersebut, bukan sekadar dipengaruhi oleh penyediaan sarana digital semata.

Fenomena tersebut menjadi semakin relevan di Jawa Tengah yang merupakan salah satu provinsi dengan jumlah UMKM terbesar di Indonesia. Besarnya populasi UMKM menunjukkan potensi yang sangat besar dalam mendukung ekosistem pembayaran digital nasional. Namun demikian, keberagaman tingkat pendidikan, literasi digital, karakteristik usaha, serta kondisi sosial ekonomi menyebabkan tingkat adopsi QRIS tidak berlangsung secara merata. Kondisi tersebut memicu persoalan krusial terkait berbagai determinan yang memicu atau justru menghalangi para pemilik UMKM untuk menerapkan QRIS dalam proses transformasi digital bisnis mereka.

Penelitian mengenai penerimaan QRIS mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir dengan memanfaatkan pelbagai kerangka teoretis, seperti *Technology Acceptance Model* (TAM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) (Saputri & Susilowati, 2025). Sejumlah literatur mengonfirmasi bahwa persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) serta persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) memiliki kontribusi signifikan terhadap adopsi QRIS oleh para pelaku usaha (Amaanullah & Kussudyarsana, 2026; Harmanses et al., 2025). Di sisi lain, sejumlah studi alternatif mengungkapkan bahwa faktor pengaruh sosial, tingkat kepercayaan, kualitas layanan, dan kebiasaan justru memegang peranan yang lebih dominan dalam keputusan penggunaan pembayaran digital. Perbedaan temuan tersebut mengindikasikan bahwa determinan adopsi QRIS belum memiliki pola yang konsisten, sehingga menuntut adanya pengujian lanjutan pada variasi konteks dan karakteristik responden yang berbeda.

Selain inkonsistensi hasil penelitian, terdapat kesenjangan teoritis yang masih belum banyak dibahas dalam literatur. Sebagian besar penelitian terdahulu masih menggunakan TAM, TPB, atau UTAUT generasi awal yang berfokus pada konstruk dasar penerimaan teknologi (Maheswara et al., 2025). Meskipun begitu, beberapa penelitian lain justru menemukan bahwa faktor lingkungan sosial, rasa percaya, kualitas layanan, serta kebiasaan bertransaksi punya pengaruh yang lebih kuat dalam memicu orang menggunakan pembayaran digital. Adanya perbedaan hasil riset ini memperlihatkan bahwa faktor pendorong adopsi QRIS masih belum pasti dan belum seragam, sehingga masih perlu diteliti lebih lanjut pada tempat dan kelompok masyarakat yang berbeda.

Selain itu, *research gap* berikutnya berkaitan dengan aspek metodologi. Sebagian besar studi terdahulu cenderung memakai metode kuantitatif, sehingga hasilnya sebatas menjelaskan hubungan angka antarvariabel saja. Pendekatan ini belum mampu mengungkap secara mendalam alasan, pengalaman nyata, serta hambatan yang dialami para pelaku UMKM saat beralih menggunakan QRIS. Akibatnya, berbagai faktor kontekstual yang dapat menjelaskan keberhasilan maupun kegagalan implementasi QRIS masih belum terungkap secara komprehensif. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang tidak hanya menguji

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 03 | November 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n3.9661

hubungan antarvariabel secara empiris, tetapi juga mampu menjelaskan fenomena yang terjadi di lapangan secara lebih mendalam.

Berdasarkan kesenjangan empiris, teoretis, dan metodologis tersebut, penelitian ini mengaplikasikan kerangka UTAUT 3 yang memiliki kapasitas prediktif lebih unggul dalam menguraikan perilaku adopsi teknologi (Aliu, 2025; Bere et al., 2024; Bhatnagr & Rajesh, 2024; Raza et al., 2025). Penggunaan UTAUT 3 memberikan gambaran yang lebih rinci mengenai alasan psikologis dan sosial di balik keputusan seseorang dalam menggunakan teknologi (Devi et al., 2025). Model ini mengukur delapan hal utama, yaitu harapan kinerja, harapan kemudahan, pengaruh lingkungan sekitar, kondisi pendukung, motivasi kesenangan, nilai harga, kebiasaan, serta tingkat inovasi diri (Jabar & Govender, 2025; Lupiyoadi et al., 2025; Musyaffi et al., 2021). Selain itu, penelitian ini menggabungkan metode angka dan wawancara langsung agar hasilnya jauh lebih lengkap. Lewat cara ini, riset ini diharapkan bisa menambah wawasan teori seputar penerapan QRIS sekaligus memberi masukan nyata bagi pemerintah, pembuat kebijakan, dan pemilik UMKM dalam mempercepat digitalisasi usaha.

Studi Literatur

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT 3)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) merupakan kerangka teori bentukan Venkatesh et al. (2003) yang menggabungkan beberapa model adopsi teknologi terdahulu untuk menjelaskan tingkat penerimaan dan pemanfaatan teknologi. Teori ini menyatakan bahwa dorongan seseorang dalam memakai teknologi dipengaruhi oleh faktor harapan kinerja, harapan kemudahan, pengaruh lingkungan sosial, serta kondisi pendukung (Thi et al., 2024). Seiring pesatnya kemajuan teknologi digital, model ini diperbarui menjadi UTAUT 2 dengan memasukkan unsur motivasi kesenangan, nilai ekonomi, dan kebiasaan guna memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai perilaku pengguna.

Perkembangan selanjutnya menghasilkan UTAUT 3 yang menambahkan konstruk *Personal Innovativeness in information technology*, yaitu tingkat kesediaan individu untuk mencoba dan menerima teknologi baru (Bhatnagr & Rajesh, 2024; Renaningtias et al., 2024; Ulhaq & Batu, 2024). Penambahan konstruk ini menjadikan UTAUT 3 lebih komprehensif karena tidak hanya mempertimbangkan aspek fungsional dan sosial, tetapi juga karakteristik inovatif pengguna dalam mengadopsi teknologi (Renaningtias et al., 2024). Dengan demikian, UTAUT 3 mampu menjelaskan perilaku penggunaan teknologi melalui hubungan antara *behavioral intention* dan *Use Behavior* secara lebih baik dibandingkan model sebelumnya.

Studi ini menerapkan kerangka UTAUT 3 untuk membedah beragam faktor yang memengaruhi adopsi QRIS oleh para pelaku UMKM di Jawa Tengah. Model ini sangat relevan sebab penggunaan QRIS tidak sekadar didorong oleh persepsi kegunaan dan kemudahan semata, melainkan juga dipicu oleh dorongan lingkungan sosial, kebiasaan bertransaksi, kalkulasi nilai manfaat, hingga tingkat inovasi diri dalam merespons teknologi baru. Dengan demikian, UTAUT 3 menjadi pijakan teori yang tepat untuk menggambarkan niat berperilaku (*behavioral intention*) serta tindakan penggunaan nyata (*Use Behavior*) pelaku UMKM dalam memanfaatkan QRIS demi mendukung transformasi digital bisnis mereka.

Performance expectancy dan *Behavioral intention*

Performance expectancy mengindikasikan tingkat keyakinan individu bahwa pemanfaatan suatu teknologi mampu meningkatkan kinerja serta efisiensi operasional dalam menjalankan aktivitas usahanya (Arbaningrum & Bisma, 2023; Hartono et al., 2025). Dalam ranah UMKM, implemetasi QRIS menawarkan bergabagi manfaat strategis, seperti mengakselerasi pemrosesan transaksi, mengoptimalkan efisiensi operasional, meningkatkan akurasi pencatatan keuangan, serta meminimalisasi risiko kekeliruan dalam pengelolaan kas. Ketika pelaku UMKM mempercayai bahwa QRIS memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan bisnis, kecenderungan niat untuk mengadopsi teknologi tersebut akan semakin tinggi. Sebaliknya, apabila nilai kebermanfaatan yang dirasakan tergolong rendah, maka preferensi untuk

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 03 | November 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n3.9661

mengadopsi QRIS juga akan mengalami penurunan. Temuan empiris dari penelitian terdahulu mengonfirmasi bahwa persepsi kebermanfaatan teknologi merupakan salah satu determinan utama yang mendorong niat penggunaan sistem pembayaran digital (Amaanullah & Kussudyarsana, 2026). Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat kebermanfaatan yang dirasakan oleh pelaku UMKM atas penggunaan QRIS, maka semakin tinggi pula niat perilaku (*behavioral intention*) mereka untuk mengintegrasikannya ke dalam aktivitas bisnis (Rayhan et al., 2025).

H1: *Performance Expectancy* (PE) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan QRIS pada UMKM di Jawa Tengah.

Effort expectancy* dan *Behavioral intention

Effort expectancy mencerminkan tingkat kemudahan yang dirasakan individu dalam memahami serta mengoperasikan suatu teknologi (Ayem et al., 2024; Haqi & Astuti, 2024). Pada UMKM, kemudahan penggunaan menjadi variabel krusial mengingat heterogenitas tingkat literasi digital para pelaku usaha. QRIS dirancang sebagai sistem pembayaran yang intuitif dan praktis, sehingga memungkinkan pelaku UMKM melakukan transaksi digital tanpa menuntut keahlian teknis yang kompleks. Apabila pelaku UMKM menganggap QRIS mudah dipelajari, dipahami, serta tidak membutuhkan usaha yang besar dalam pengoperasiannya, maka niat untuk mengadopsi teknologi tersebut akan semakin tinggi. Sebaliknya, jika pengoperasian QRIS dinilai rumit dan berpotensi mengganggu aktivitas usaha, niat adopsi cenderung menurun. Bukti empiris sebelumnya mengonfirmasi bahwa persepsi kemudahan penggunaan memberikan kontribusi positif terhadap niat mengadopsi pembayaran digital karena dapat menekan hambatan teknis (Ananda & Mardiana, 2025; Putri & Adlina, 2025). Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan oleh pelaku UMKM dalam mengoperasikan QRIS, maka semakin tinggi pula niat perilaku (*behavioral intention*) mereka untuk menerapkan teknologi tersebut dalam aktivitas bisnis.

H2: *Effort Expectancy* (EE) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan QRIS pada UMKM di Jawa Tengah.

Social Influence* dan *Behavioral intention

Social Influence mendefinisikan tingkat persepsi individu mengenai sejauh mana pandangan pihak-pihak penting di lingkungannya dapat memengaruhi keputusan pengadopsian suatu teknologi (Bardiaman & Puspitaningrum, 2025; Haqi & Astuti, 2024). Pada UMKM, pengaruh sosial dapat bersumber dari konsumen, rekan sesama pelaku usaha, keluarga, asosiasi bisnis, hingga institusi pemerintah dan penyedia jasa pembayaran digital. Tingginya dorongan dari para pemangku kepentingan tersebut akan menguatkan persepsi pelaku UMKM bahwasanya QRIS merupakan instrumen transaksi yang esensial dan memberikan nilai tambah bagi keberlangsungan usaha. Di samping itu, pergeseran preferensi konsumen menuju transaksi nontunai menuntut pelaku usaha untuk menyediakan fasilitas QRIS guna menjaga loyalitas pelanggan. Dukungan serta rekomendasi dari lingkungan eksternal kerap menjadi pertimbangan krusial dalam pengambilan keputusan adopsi teknologi, khususnya bagi para pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan pengalaman digital. Temuan empiris sebelumnya mengonfirmasi bahwa pengaruh sosial berkontribusi secara signifikan dalam membentuk niat penggunaan teknologi pembayaran digital seperti QRIS, mengingat individu cenderung menyelaraskan perilakunya dengan norma dan ekspektasi sosial yang berlaku (Ananda & Mardiana, 2025). Dengan demikian, semakin kuat pengaruh sosial yang dirasakan oleh pelaku UMKM, maka semakin tinggi pula niat perilaku (*behavioral intention*) mereka untuk mengadopsi QRIS dalam kegiatan operasional bisnis.

H3: *Social Influence* (SI) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan QRIS pada UMKM di Jawa Tengah.

Hedonic motivation* dan *Behavioral intention

Hedonic motivation merupakan tingkat kesenangan, kenyamanan, dan pengalaman positif yang dirasakan individu saat menggunakan suatu teknologi. Dalam UTAUT 3, *Hedonic motivation* dipandang

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 03 | November 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n3.9661

sebagai faktor intrinsik yang dapat mendorong seseorang untuk menerima dan menggunakan teknologi di luar manfaat fungsional yang diperoleh. Pengguna yang memperoleh pengalaman yang menyenangkan selama berinteraksi dengan teknologi cenderung memiliki sikap yang lebih positif dan keinginan yang lebih kuat untuk terus menggunakannya. Dalam penggunaan QRIS pada UMKM, pengalaman transaksi yang cepat, praktis, dan nyaman dapat meningkatkan kepuasan pengguna dalam menjalankan aktivitas usaha. Kemudahan menerima pembayaran dari berbagai aplikasi pembayaran digital melalui satu kode QR juga dapat memberikan pengalaman penggunaan yang lebih efisien dan menyenangkan. Ketika pelaku UMKM merasakan kenyamanan, kemudahan interaksi, dan pengalaman yang menyenangkan dalam mengoperasikan QRIS, timbul kepuasan emosional yang memperkuat motivasi mereka untuk mempertahankan serta mengintensifkan pemanfaatan teknologi tersebut. Sejumlah literatur empiris mengonfirmasi bahwa *Hedonic motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat adopsi teknologi digital karena mampu meningkatkan ketertarikan serta keterlibatan aktif (*engagement*) pengguna (Fatiy et al., 2026; Prakarsa & Nursyanti, 2025). Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat *Hedonic motivation* yang dirasakan oleh pelaku UMKM, maka semakin tinggi pula niat perilaku (*behavioral intention*) mereka untuk mengadopsi QRIS dalam aktivitas operasional usahanya.

H4: *Hedonic Motivation* (HM) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan QRIS pada UMKM di Jawa Tengah.

Price Value* dan *Behavioral intention

Price Value didefinisikan sebagai persepsi individu terhadap korelasi antara manfaat yang diperoleh dengan estimasi biaya yang dialokasikan dalam mengadopsi suatu teknologi. Dalam kerangka UTAUT 3, pengguna cenderung menunjukkan niat adopsi yang lebih tinggi apabila kalkulasi kebermanfaatan yang dirasakan melebihi pengeluaran finansial maupun non-finansial yang harus ditanggung (Riakbar et al., 2026). Dalam pengadopsian QRIS, pelaku UMKM dapat memperoleh nilai tambah berupa efisiensi biaya transaksi, keandalan operasional, serta keterhubungan yang lebih luas dengan ekosistem keuangan digital. Dengan demikian, semakin optimal nilai kebermanfaatan ekonomi (*Price Value*) yang dirasakan relatif terhadap biaya penggunaan QRIS, maka semakin tinggi pula niat perilaku (*behavioral intention*) pelaku UMKM untuk menerapkan teknologi tersebut dalam kegiatan bisnisnya (Harmastuti & Hendratmoko, 2025; Rayhan et al., 2025).

H5: *Price Value* (PV) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan QRIS pada UMKM di Jawa Tengah.

Personal Innovativeness in Information Technology* dan *Behavioral intention

Personal Innovativeness in information technology merujuk pada sejauh mana kecenderungan dan kesediaan individu untuk menguji coba serta mengadopsi inovasi teknologi baru secara lebih awal dibandingkan anggota komunitas di lingkungannya. Individu dengan tingkat *Personal Innovativeness* yang tinggi cenderung menunjukkan keterbukaan terhadap perubahan, memiliki efikasi diri yang kuat dalam mengoperasikan sistem baru, serta lebih cepat mengomprehensi nilai tambah yang ditawarkan oleh suatu inovasi (Pebrianggara & Septian, 2025). Pada UMKM, karakteristik tersebut dapat mendorong pelaku usaha untuk lebih mudah menerima QRIS sebagai sistem pembayaran digital. Pelaku UMKM yang inovatif umumnya lebih aktif mencari informasi mengenai teknologi baru dan lebih bersedia mengintegrasikan teknologi tersebut ke dalam aktivitas usahanya. UTAUT 3 menjelaskan bahwa individu dengan tingkat *Personal Innovativeness* yang tinggi cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk mengadopsi teknologi karena melihat teknologi sebagai peluang untuk meningkatkan kinerja dan efisiensi usaha (Nurhayati, 2025). Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat *Personal Innovativeness* in information technology yang dimiliki pelaku UMKM, semakin tinggi pula *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS.

H6: *Personal Innovativeness* (PI) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI) penggunaan QRIS pada UMKM di Jawa Tengah.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Behavioral intention* dan *Use Behavior

Behavioral intention didefinisikan sebagai tingkat komitmen atau kesiapan individu untuk mengadopsi dan memanfaatkan suatu teknologi, baik pada saat ini maupun di masa mendatang. Dalam berbagai kerangka konseptual penerimaan teknologi, *behavioral intention* menempati posisi sebagai prediktor utama (primary predictor) yang memengaruhi tindakan penggunaan secara nyata (*Use Behavior*). Semakin kuat niat seseorang terhadap suatu inovasi teknologi, semakin besar pula probabilitas teknologi tersebut diimplementasikan secara riil dalam aktivitas harian (Sugianto & Tantra, 2025). Dalam pengadopsian QRIS, pelaku UMKM yang memiliki niat adopsi yang tinggi cenderung berpartisipasi lebih aktif dalam mengintegrasikan sistem pembayaran digital tersebut ke dalam proses transaksi usahanya. Dorongan niat ini melegitimasi QRIS untuk digunakan secara berkelanjutan hingga menjadi salah satu metode pembayaran utama. Oleh karena itu, semakin tinggi *behavioral intention* yang dimiliki oleh pelaku UMKM, maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan aktual (*Use Behavior*) QRIS dalam kegiatan operasional bisnis (Dewi et al., 2025).

H7: *Behavioral Intention* (BI) berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* (UB) penggunaan QRIS pada UMKM di Jawa Tengah.

Habit* dan *Use Behavior

Habit merupakan kecenderungan individu untuk melakukan suatu perilaku secara otomatis sebagai hasil dari pengalaman dan penggunaan yang berulang. Dalam teknologi digital, kebiasaan yang telah terbentuk membuat pengguna cenderung menggunakan teknologi tanpa memerlukan pertimbangan yang panjang setiap kali melakukan aktivitas tertentu. Pelaku UMKM yang telah terbiasa memanfaatkan berbagai layanan digital dalam operasional usahanya akan lebih mudah mengintegrasikan QRIS ke dalam proses transaksi sehari-hari. Kebiasaan tersebut juga dapat mengurangi resistensi terhadap teknologi baru dan meningkatkan konsistensi penggunaan teknologi dalam jangka panjang. Menurut UTAUT 3, *Habit* merupakan salah satu faktor penting yang secara langsung memengaruhi perilaku penggunaan aktual (*Use Behavior*) karena perilaku yang telah menjadi kebiasaan cenderung dilakukan secara berulang dan berkelanjutan. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat *Habit* yang dimiliki pelaku UMKM terhadap penggunaan teknologi digital, semakin tinggi pula *Use Behavior* dalam penggunaan QRIS (Desvira & Aransyah, 2023).

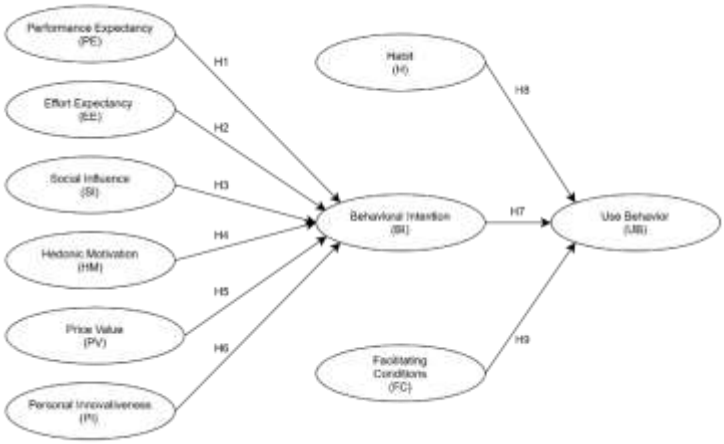
H8: *Habit* (H) berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* (UB) penggunaan QRIS pada UMKM di Jawa Tengah.

Facilitating conditions* dan *Use Behavior

Facilitating conditions merujuk pada tingkat keyakinan individu bahwasanya terdapat ketersediaan sumber daya, infrastruktur teknis, serta dukungan ekosistem yang memadai untuk menunjang pengoperasian suatu teknologi. Dalam pengadopsian QRIS, kondisi pendukung tersebut mencakup kepemilikan smartphone, aksesibilitas koneksi internet yang stabil, ketersediaan bantuan dari penyedia jasa pembayaran, hingga pemahaman operasional yang cukup mengenai sistem transaksi digital. Pelaku UMKM yang memiliki aksesibilitas optimal terhadap fasilitas pendukung ini akan menghadapi hambatan teknis yang minimal, sehingga mempermudah proses integrasi dan implementasi QRIS secara langsung dalam aktivitas operasional usahanya. Sebaliknya, keterbatasan sarana dan infrastruktur dapat menjadi hambatan dalam penggunaan teknologi meskipun pengguna memiliki niat untuk menggunakannya. UTAUT 3 menjelaskan bahwa *Facilitating conditions* berperan penting dalam mendorong penggunaan aktual teknologi karena membantu pengguna mengatasi berbagai kendala teknis yang mungkin muncul. Oleh karena itu, semakin baik *Facilitating conditions* yang dimiliki pelaku UMKM, semakin tinggi pula *Use Behavior* dalam penggunaan QRIS (Dewi et al., 2025).

H9: *Facilitating Conditions* (FC) berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* (UB) penggunaan QRIS pada UMKM di Jawa Tengah.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan metode campuran (*mixed methods*) yang menggabungkan analisis kuantitatif melalui survei dan analisis kualitatif melalui wawancara untuk mengevaluasi faktor-faktor pendorong adopsi *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) pada UMKM di Jawa Tengah berdasarkan kerangka *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3* (UTAUT 3). Data kuantitatif diperoleh dari 147 responden yang merupakan pelaku UMKM di Jawa Tengah. Responden dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria telah menjalankan usaha minimal satu tahun dan memiliki fasilitas QRIS. Karakteristik responden meliputi jenis usaha, lama menjalankan usaha, lokasi usaha, serta pengalaman menggunakan QRIS. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dan luring menggunakan skala Likert lima poin dengan indikator yang diadaptasi dari penelitian terdahulu mengenai adopsi pembayaran digital.

Data kualitatif diperoleh melalui wawancara terhadap 10 informan yang dipilih secara purposif berdasarkan pengalaman dan keterlibatan mereka dalam penggunaan QRIS pada kegiatan usaha. Informan merupakan pelaku UMKM di Jawa Tengah yang telah menjalankan usaha minimal satu tahun dan memiliki pengalaman menggunakan QRIS dalam transaksi usaha. Data wawancara dianalisis melalui proses transkripsi, reduksi data, pengelompokan tema, dan interpretasi hasil wawancara untuk menggali lebih dalam pengalaman pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS serta mengidentifikasi faktor pendorong, kendala, peluang, dan tantangan yang memengaruhi adopsi QRIS dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Data kuantitatif dianalisis menggunakan SmartPLS 4 melalui dua tahap, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) yang mencakup pengujian validitas dan reliabilitas, serta evaluasi model struktural (*inner model*) melalui pengujian koefisien determinasi (R^2), relevansi prediktif (Q^2), dan pengujian hipotesis menggunakan prosedur *bootstrapping* dengan tingkat signifikansi 5%. Selanjutnya, hasil wawancara diintegrasikan dengan temuan kuantitatif untuk memperdalam interpretasi hasil pengujian dan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mendorong adopsi QRIS pada UMKM di Jawa Tengah.

Tabel 1. Indikator Variabel

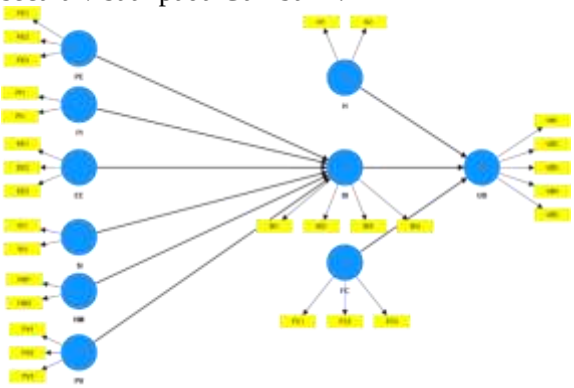
Variabel	Indikator
Harapan Usaha (*Effort Expectancy*)	*Perceived Ease of Use; Complexity; Ease of Use* (Bere et al., 2024; Renaningtias et al., 2024)
Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating conditions*)	*Perceived Behavioral Control; Facilitating conditions; Compability* (Bere et al., 2024; Renaningtias et al., 2024)

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Nilai Harga (*Price Value*)	*Expect that the costs associated with using QRIS will be reasonable; Expect QRIS to offer good value for money; Believe that QRIS will provide good value relative to its cost* (Bere et al., 2024; Renaningtias et al., 2024)
Harapan Kinerja (*Performance expectancy*)	*Precived Usefulness; Extrinsic Motivation; Job-Fit; Relative Advantage* (Bere et al., 2024; Renaningtias et al., 2024)
Motivasi Hedonis (*Hedonic motivation*)	*Fun; Enjoyable* (Bere et al., 2024; Renaningtias et al., 2024)
Pengaruh Sosial (*Social Influence*)	*Subyektif Norms; Social Factors* (Bere et al., 2024; Renaningtias et al., 2024)
Kebiasaan (*Habit*)	*Habit; Addicted* (Bere et al., 2024; Renaningtias et al., 2024)
Inovasi Pribadi dalam TI (*Personal Innovativeness in IT*)	*Curiosity; Innovativeness Level* (Bere et al., 2024; Renaningtias et al., 2024)
Adopsi / Penggunaan QRIS pada UMKM	*Behavioral intention* (BI): *The intention or interest of MSME owners to use QRIS in the future.*
	Use Behavior (UB): *The actual use of QRIS in daily business activities.*

Hasil

Tahap pengujian diawali dengan analisis *outer model* guna menjamin keabsahan serta keandalan indikator penelitian sebelum melangkah ke evaluasi *inner model.* Tahapan evaluasi ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana ketepatan dan keandalan indikator-indikator tersebut dalam merepresentasikan konstruk latennya masing-masing. Spesifikasi kerangka model penelitian beserta pola hubungan antar-konstruk dan indikator disajikan secara visual pada Gambar 1.



Gambar 2. Model

Berdasarkan model pengukuran pada Gambar 2, pengujian validitas konvergen dan reliabilitas konstruk diestimasi melalui nilai *outer loading*, *Average Variance Extracted* (AVE), *Cronbach's alpha*, dan *composite reliability* (CR). Hasil analisis mengonfirmasi bahwa seluruh indikator memiliki nilai outer loading > 0,70 dan AVE > 0,50, yang membuktikan terpenuhinya kriteria validitas konvergen karena mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya. Di samping itu, seluruh konstruk mencatatkan nilai *Cronbach's alpha* dan CR > 0,60, yang mengindikasikan tingkat konsistensi internal yang baik. Dengan terpenuhinya seluruh kriteria validitas dan reliabilitas pada *outer model*, kerangka penelitian dinyatakan layak untuk dilanjutkan ke tahap evaluasi model struktural (*inner model*).

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 03 | November 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n3.9661

Tabel 1. Hasil Uji Validitas & Reliabilitas

Konstruk	*Outer Loading*	*Cronbach's Alpha*	*Composite Reliability*	*AVE*	Kesimpulan
BI	0.748–0.811	0.767	0.851	0.588	Valid & Reliabel
EE	0.803–0.950	0.841	0.908	0.763	Valid & Reliabel
FC	0.925–0.935	0.921	0.95	0.864	Valid & Reliabel
H	0.829–0.864	0.607	0.835	0.718	Valid & Reliabel
HM	0.870–0.937	0.783	0.899	0.817	Valid & Reliabel
PE	0.835–0.934	0.876	0.924	0.801	Valid & Reliabel
PI	0.911–0.931	0.821	0.918	0.848	Valid & Reliabel
PV	0.854–0.940	0.898	0.937	0.832	Valid & Reliabel
SI	0.908–0.924	0.808	0.912	0.839	Valid & Reliabel
UB	0.784–0.956	0.934	0.950	0.793	Valid & Reliabel

Sumber: Data primer diolah menggunakan SmartPLS

Setelah seluruh konstruk terbukti valid dan reliabel melalui evaluasi *outer model*, pengujian diteruskan ke analisis inner model untuk menguji hubungan antarkonstruk laten serta mengukur kapasitas model dalam menjelaskan maupun memprediksi variabel endogen. Pengujian *inner model* dilakukan melalui pengukuran nilai R^2, f^2, dan Q^2 sebagai dasar sebelum melakukan pengujian hipotesis dengan prosedur *bootstrapping*.

Tabel 2. Hasil Pengujian R-Square

Variabel Endogen	*R-square*	*R-square adjusted*
BI	0.738	0.736
UB	0.776	0.775

Berdasarkan hasil pengujian *R-square*, nilai R^2 *Behavioral intention* (BI) sebesar 0,738, yang menunjukkan bahwa variabel PE, EE, SI, HM, PV, dan PI mampu menjelaskan 73,8% variasi BI. Sementara itu, nilai R^2 *Use Behavior* (UB) sebesar 0,776, yang menunjukkan bahwa BI, H, dan FC mampu menjelaskan 77,6% variasi UB. Dengan demikian, model memiliki kemampuan penjelasan yang kuat terhadap kedua variabel endogen.

Tabel 3. Hasil *Effect Size* (f^2)

Hipotesis	Hubungan	f^2	Keterangan
H1	PE → BI	0,044	Kecil
H2	EE → BI	0,007	Kecil
H3	SI → BI	0,233	Sedang
H4	HM → BI	0,024	Kecil
H5	PV → BI	0,013	Kecil
H6	PI → BI	0,074	Kecil
H7	BI → UB	0,226	Sedang
H8	H → UB	0,424	Besar

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

H9	FC → UB	0,013	Kecil

Hasil *effect size* (f^2) pada tabel 3 menunjukkan bahwa *Social Influence* (SI) terhadap *Behavioral intention* memiliki effect size sedang (0,233), sedangkan *Behavioral intention* terhadap *Use Behavior* juga memiliki *effect size* sedang (0,226). *Habit* terhadap *Use Behavior* memiliki *effect size* paling besar, yaitu 0,424. Sementara itu, PE, EE, HM, PV, PI, dan FC memiliki *effect size* kecil terhadap variabel endogennya.

Tabel 4. Hasil *Predictive Relevance*

Variabel	Q^2	Keterangan
Behavioral intention (BI)	0,530	Memiliki *predictive relevance*
Use Behavior (UB)	0,584	Memiliki *predictive relevance*

Berdasarkan hasil pengujian Q^2, nilai Q^2 pada *Behavioral intention* (BI) sebesar 0,530 dan *Use Behavior* (UB) sebesar 0,584. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0, sehingga menunjukkan bahwa model penelitian memiliki *predictive relevance* terhadap BI dan UB. Dengan demikian, model memiliki kemampuan prediktif dalam menjelaskan variabel endogen penelitian.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Jalur	*Original Sample*	*P-Value*	Keputusan
H1	PE → BI	0,212	0,003	Didukung
H2	EE → BI	-0,062	0,280	Tidak Didukung
H3	SI → BI	0,343	0,000	Didukung
H4	HM → BI	0,148	0,068	Tidak Didukung
H5	PV → BI	0,091	0,187	Tidak Didukung
H6	PI → BI	0,256	0,004	Didukung
H7	BI → UB	0,358	0,004	Didukung
H8	H → UB	0,514	0,000	Didukung
H9	FC → UB	0,083	0,226	Tidak Didukung

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, PE, SI, dan PI berpengaruh positif dan signifikan terhadap BI, sehingga H1, H3, dan H6 didukung. Sementara itu, EE, HM, dan PV tidak berpengaruh signifikan terhadap BI, sehingga H2, H4, dan H5 tidak didukung. Selanjutnya, BI dan H berpengaruh positif dan signifikan terhadap UB, sehingga H7 dan H8 didukung, sedangkan FC tidak berpengaruh signifikan terhadap UB, sehingga H9 tidak didukung.

Selain pengujian hipotesis langsung, hasil analisis pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa *Social Influence* (SI) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Use Behavior* (UB) melalui *Behavioral intention* (BI), dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,123 dan p-value sebesar 0,013. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh *Social Influence* terhadap penggunaan QRIS dapat berlangsung melalui peningkatan niat UMKM untuk menggunakan QRIS. Temuan ini menjadi temuan tambahan dalam penelitian karena hubungan mediasi tersebut tidak dirumuskan sebagai hipotesis penelitian.

Selain analisis kuantitatif, penelitian ini juga didukung oleh hasil wawancara terhadap sepuluh pelaku UMKM kuliner dan konveksi di Jawa Tengah untuk memperkuat interpretasi temuan. Sebagian besar informan menyatakan bahwa QRIS mempercepat proses transaksi, mengurangi kebutuhan uang kembalian, serta meningkatkan kenyamanan pelanggan, terutama pada usaha kuliner dengan basis pelanggan mahasiswa, anak muda, dan wisatawan yang lebih terbiasa membayar secara digital. Keputusan menggunakan QRIS pada umumnya paling banyak didorong oleh permintaan dan kebiasaan pelanggan, sejalan dengan temuan bahwa *Social Influence* berpengaruh signifikan secara kuantitatif. Penggunaan QRIS juga dinilai mudah dan telah menjadi kebiasaan transaksi harian bagi mayoritas informan, memperkuat

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 03 | November 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n3.9661

peran *Habit* dalam mendorong *Use Behavior*. Sementara itu, kendala yang paling sering disebutkan adalah jaringan internet yang tidak stabil, terutama pada lokasi usaha di kawasan wisata atau pinggiran, meskipun kendala ini tidak menyurutkan penggunaan QRIS secara keseluruhan. Pada usaha dengan karakteristik transaksi bernilai besar seperti konveksi, QRIS belum menjadi metode pembayaran utama karena pelanggan institusi maupun korporat lebih memilih transfer bank untuk keperluan administrasi dan pembayaran bertahap. Secara umum, temuan kualitatif ini memperkuat dan memberikan konteks lapangan atas hasil pengujian hipotesis, khususnya mengenai peran dominan pengaruh sosial dan kebiasaan, serta rendahnya hambatan dari sisi kemudahan penggunaan dan kondisi yang memfasilitasi.

Pembahasan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Hasil tersebut didukung oleh penelitian Nurbaiti et al. (2026). Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi pelaku UMKM mengenai manfaat QRIS dalam mendukung kegiatan usaha dapat meningkatkan niat untuk menggunakannya. Hasil wawancara memperkuat temuan tersebut. Informan dari usaha kuliner menjelaskan bahwa penggunaan QRIS membantu mempercepat transaksi, mengurangi ketergantungan pada uang tunai, serta mempermudah proses pembayaran ketika jumlah pelanggan meningkat. Manfaat tersebut menunjukkan bahwa keputusan pelaku UMKM untuk menggunakan QRIS tidak terlepas dari pertimbangan terhadap kontribusi teknologi dalam meningkatkan efisiensi transaksi. Dengan demikian, semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin tinggi kecenderungan pelaku UMKM untuk berniat menggunakan QRIS dalam kegiatan usahanya.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention. Hasil tersebut didukung oleh penelitian Hasan & Permana (2021). Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan QRIS belum menjadi faktor utama yang menentukan niat pelaku UMKM untuk menggunakannya. Hasil wawancara menunjukkan bahwa QRIS dinilai praktis dan relatif mudah digunakan dalam kegiatan transaksi. Meskipun demikian, informan masih menghadapi kendala tertentu, seperti keterlambatan notifikasi transaksi dan gangguan jaringan internet. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tetap menjadi aspek yang dirasakan oleh pelaku usaha, tetapi belum tentu menjadi pertimbangan utama dalam membentuk niat penggunaan. Pelaku UMKM cenderung lebih mempertimbangkan manfaat QRIS dalam memenuhi kebutuhan transaksi dan preferensi pelanggan. Dengan demikian, kemudahan penggunaan QRIS saja belum cukup untuk menjelaskan variasi niat penggunaan teknologi pembayaran digital pada UMKM di Jawa Tengah.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Hasil tersebut didukung oleh penelitian Sembiring et al. (2019). Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan sosial, terutama permintaan pelanggan, berperan penting dalam membentuk niat pelaku UMKM untuk menggunakan QRIS. Hasil wawancara memperkuat temuan tersebut karena sejumlah informan menjelaskan bahwa penyediaan QRIS dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang menginginkan pembayaran digital. Permintaan tersebut terutama dijumpai pada usaha yang melayani konsumen yang terbiasa menggunakan pembayaran nontunai. Selain itu, keputusan menyediakan QRIS juga dapat dipengaruhi oleh prosedur usaha dan perkembangan kebiasaan transaksi di lingkungan bisnis. Kondisi ini memperlihatkan bahwa keputusan penggunaan QRIS tidak hanya berasal dari pertimbangan internal pelaku usaha, tetapi juga merupakan respons terhadap kebutuhan dan ekspektasi pihak eksternal. Dengan demikian, semakin kuat pengaruh lingkungan sosial yang dirasakan, semakin tinggi niat pelaku UMKM untuk menggunakan QRIS dalam kegiatan usahanya.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *hedonic motivation* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Hasil tersebut didukung oleh penelitian Rizally et al. (2023). Temuan ini mengindikasikan bahwa aspek kesenangan atau pengalaman menyenangkan dalam menggunakan teknologi bukan merupakan pertimbangan utama pelaku UMKM ketika memutuskan untuk menggunakan QRIS. Hasil wawancara menunjukkan bahwa QRIS lebih banyak dipandang sebagai sarana untuk mempermudah

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 03 | November 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n3.9661

pembayaran, mempercepat transaksi, dan memberikan alternatif metode pembayaran bagi pelanggan. Manfaat yang dirasakan tersebut lebih berkaitan dengan kebutuhan operasional daripada pengalaman penggunaan yang bersifat hiburan atau kesenangan. Oleh karena itu, meskipun QRIS memberikan pengalaman transaksi yang praktis, aspek tersebut tidak serta-merta meningkatkan niat penggunaan melalui motivasi hedonis. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam konteks UMKM, keputusan menggunakan QRIS lebih berorientasi pada fungsi dan kebutuhan bisnis daripada kesenangan yang diperoleh ketika menggunakan teknologi.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *price value* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Hasil tersebut didukung oleh penelitian Rizally et al. (2023). Temuan ini mengindikasikan bahwa pertimbangan mengenai keseimbangan antara manfaat dan biaya penggunaan QRIS belum menjadi faktor penentu niat penggunaan pada UMKM di Jawa Tengah. Hasil wawancara memperlihatkan bahwa biaya administrasi sempat menjadi perhatian bagi sebagian informan, tetapi biaya tersebut dapat diterima ketika penggunaan QRIS memberikan manfaat bagi kegiatan transaksi. Di sisi lain, terdapat usaha yang menyediakan QRIS sebagai alternatif pembayaran tanpa menjadikannya metode transaksi utama karena karakteristik pelanggan dan kebutuhan administrasi pembayaran. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pertimbangan biaya tidak berdiri sendiri dalam membentuk niat penggunaan QRIS. Pelaku usaha juga mempertimbangkan kebutuhan pelanggan, jenis transaksi, serta manfaat praktis yang diperoleh. Dengan demikian, tidak signifikannya *price value* menunjukkan bahwa persepsi mengenai biaya dan manfaat belum cukup menjelaskan niat penggunaan QRIS secara statistik dalam konteks penelitian ini.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *personal innovativeness in information technology* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa keterbukaan pelaku UMKM terhadap teknologi baru berkaitan dengan meningkatnya niat untuk menggunakan QRIS. Hasil wawancara memberikan gambaran bahwa respons pelaku usaha terhadap digitalisasi berbeda-beda. Sebagian informan telah memanfaatkan berbagai sarana digital untuk mendukung kegiatan usaha, sedangkan sebagian lainnya masih membutuhkan bantuan dalam menggunakan teknologi tertentu. Perbedaan tersebut memperlihatkan adanya variasi kesiapan dan keterbukaan pelaku UMKM dalam menerima inovasi digital. Pelaku usaha yang lebih terbuka terhadap perkembangan teknologi cenderung memiliki kesiapan untuk mencoba dan memanfaatkan metode pembayaran baru sesuai kebutuhan usahanya. Dengan demikian, karakteristik inovatif menjadi salah satu faktor yang menjelaskan niat penggunaan QRIS, meskipun keputusan penggunaannya tetap dipengaruhi oleh kondisi dan kebutuhan operasional masing-masing usaha.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *behavioral intention* berpengaruh positif terhadap *use behavior*. Hasil tersebut didukung oleh penelitian Sembiring et al. (2019). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin kuat niat pelaku UMKM untuk menggunakan QRIS, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk menerapkannya dalam transaksi usaha. Hasil wawancara mendukung temuan tersebut karena informan menjelaskan bahwa QRIS disediakan untuk memenuhi kebutuhan pembayaran pelanggan dan mempermudah proses transaksi. Namun, niat menggunakan QRIS tidak selalu berarti bahwa teknologi tersebut menjadi metode pembayaran utama. Pada usaha dengan transaksi bernilai besar dan pelanggan institusional, pembayaran melalui transfer bank masih lebih banyak digunakan karena pertimbangan administrasi dan pola pembayaran bertahap. Hal ini menunjukkan bahwa niat penggunaan berperan dalam mendorong perilaku aktual, tetapi tingkat pemanfaatannya juga berkaitan dengan karakteristik transaksi dan preferensi pelanggan. Dengan demikian, peningkatan niat penggunaan perlu diikuti dengan kondisi yang memungkinkan QRIS digunakan secara sesuai dan konsisten dalam aktivitas usaha.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *habit* berpengaruh positif terhadap *use behavior*. Hasil tersebut didukung oleh penelitian Karyoto et al. (2024). Dibandingkan dengan hubungan langsung lainnya terhadap *use behavior, habit* memiliki koefisien jalur yang lebih besar. Temuan ini menunjukkan bahwa kebiasaan menggunakan QRIS menjadi faktor penting dalam mendorong penggunaannya secara aktual. Hasil wawancara memperlihatkan bahwa pada usaha kuliner, QRIS telah digunakan dalam aktivitas transaksi sehari-hari, terutama ketika pelanggan memilih pembayaran nontunai. Penggunaan yang berulang dapat membuat QRIS menjadi bagian dari rutinitas pelayanan, sehingga pelaku usaha tidak perlu

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 03 | November 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n3.9661

mempertimbangkan kembali penggunaannya pada setiap transaksi. Namun, pola tersebut tidak sepenuhnya berlaku pada usaha dengan transaksi bernilai besar yang lebih sering menggunakan transfer bank. Perbedaan ini menunjukkan bahwa pembentukan kebiasaan penggunaan QRIS berkaitan dengan kesesuaian metode pembayaran dengan karakteristik usaha dan pola transaksi pelanggan. Dengan demikian, penggunaan QRIS secara berulang menjadi aspek penting untuk mendorong pemanfaatan teknologi pembayaran digital secara berkelanjutan.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *facilitating conditions* tidak berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*. Hasil tersebut didukung oleh penelitian Karyoto et al. (2024). Temuan ini mengindikasikan bahwa kondisi pendukung yang diukur dalam penelitian belum terbukti secara statistik sebagai faktor penentu perilaku penggunaan QRIS. Meskipun demikian, hasil wawancara menunjukkan bahwa kondisi teknis tetap relevan dalam pelaksanaan transaksi. Beberapa informan menyampaikan adanya gangguan jaringan internet dan keterlambatan notifikasi pembayaran yang dapat menghambat kelancaran transaksi pada situasi tertentu. Selain itu, karakteristik pelanggan dan kebutuhan administrasi juga memengaruhi apakah QRIS digunakan secara rutin atau hanya sebagai alternatif pembayaran. Temuan ini menunjukkan bahwa tidak signifikannya pengaruh facilitating conditions tidak berarti fasilitas pendukung tidak diperlukan, melainkan bahwa variasi kondisi pendukung yang diteliti belum cukup menjelaskan perbedaan perilaku penggunaan QRIS secara statistik. Oleh karena itu, kendala infrastruktur dan teknis tetap perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan kelancaran transaksi digital pada UMKM.

Sebagai temuan tambahan, *Social Influence* juga menunjukkan pengaruh tidak langsung terhadap *Use Behavior* melalui *Behavioral intention*. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan sosial dapat berhubungan dengan penggunaan QRIS secara aktual melalui pembentukan niat penggunaan. Temuan wawancara memperkuat interpretasi tersebut karena permintaan pelanggan menjadi salah satu alasan pelaku UMKM menyediakan QRIS. Ketika pelanggan menghendaki pembayaran digital, pelaku usaha terdorong untuk memiliki dan menawarkan fasilitas tersebut. Niat yang terbentuk kemudian dapat diwujudkan dalam penggunaan QRIS ketika transaksi berlangsung dan pelanggan memilih metode pembayaran tersebut. Namun, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa penggunaan aktual dapat berbeda menurut jenis usaha dan karakteristik transaksi. Pada usaha dengan transaksi bernilai besar, misalnya, transfer bank tetap lebih banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan administrasi pelanggan. Dengan demikian, pengaruh sosial dapat mendorong penggunaan QRIS melalui niat perilaku, tetapi realisasi penggunaannya tetap bergantung pada kesesuaian metode pembayaran dengan konteks transaksi.

Secara keseluruhan, integrasi hasil kuantitatif dan kualitatif menunjukkan bahwa adopsi QRIS pada UMKM di Jawa Tengah berkaitan dengan manfaat yang dirasakan, pengaruh lingkungan sosial, keterbukaan terhadap inovasi, niat penggunaan, dan pembentukan kebiasaan. Hasil wawancara terutama memperjelas peran permintaan pelanggan dalam mendorong pelaku usaha menyediakan QRIS serta pentingnya kebiasaan dalam mendukung penggunaan berulang. Sementara itu, temuan mengenai kemudahan, motivasi hedonis, nilai biaya, dan kondisi pendukung menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut tidak seluruhnya terbukti berpengaruh signifikan secara statistik terhadap variabel yang dituju. Wawancara memberikan konteks bahwa penggunaan QRIS tidak hanya berkaitan dengan penerimaan teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh kebutuhan operasional, kestabilan jaringan, karakteristik pelanggan, serta pola pembayaran dalam setiap jenis usaha. Pada usaha dengan transaksi bernilai besar dan pelanggan institusional, QRIS dapat tetap tersedia sebagai alternatif meskipun bukan metode pembayaran utama. Oleh karena itu, peningkatan adopsi QRIS perlu diarahkan bukan hanya pada penyediaan fasilitas, tetapi juga pada upaya mendorong penggunaan yang sesuai dengan kebutuhan transaksi dan berlangsung secara konsisten.

Temuan penelitian ini memperlihatkan relevansi yang kuat dengan agenda digitalisasi nasional, khususnya dalam mendukung Asta Cita yang menekankan pentingnya "Kecerdasan Buatan, Teknologi Informasi dan Komunikasi, serta Otomasi". Adopsi QRIS oleh UMKM di Jawa Tengah menunjukkan bagaimana pemanfaatan teknologi informasi dapat meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas akses pasar, serta memperkuat literasi keuangan digital, sehingga turut mendukung pemerataan ekonomi dan inklusi keuangan di tingkat daerah (Ramayanti, 2024).

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 03 | November 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n3.9661

Hasil wawancara juga memperlihatkan keterkaitan dengan isu industri strategis bidang Digitalisasi: AI & Semikonduktor, khususnya poin 6.6 mengenai "Terbatasnya skema pendanaan untuk ekosistem semikonduktor dan AI". Sebagian besar informan menyatakan bahwa hambatan utama dalam penggunaan QRIS bukan terletak pada kompleksitas teknologi, melainkan pada keterbatasan infrastruktur pendukung, terutama jaringan internet yang belum merata di kawasan wisata dan pinggiran. Kondisi ini mengindikasikan bahwa keterbatasan akses pendanaan untuk investasi infrastruktur teknologi dan pengembangan kapasitas sumber daya manusia masih menjadi tantangan struktural bagi UMKM, karena penyediaan infrastruktur telekomunikasi yang stabil serta peningkatan literasi digital memerlukan investasi yang sulit dipenuhi secara mandiri oleh pelaku usaha mikro dan kecil.

Hal ini turut menjelaskan mengapa *Facilitating conditions* tidak terbukti signifikan secara statistik memengaruhi *Use Behavior*. Bukan karena kondisi pendukung tidak penting, melainkan karena keterbatasannya sudah mengakar pada tingkat infrastruktur wilayah yang berada di luar kendali langsung pelaku UMKM. Hal ini sejalan dengan pendekatan UTAUT 3 yang menyoroti aspek psikologis, sosial, dan teknis dalam adopsi teknologi (Aliu, 2025; Bere et al., 2024; Bhatnagr & Rajesh, 2024; Musyaffi et al., 2021; Raza et al., 2025). Temuan ini sekaligus membuka peluang bagi pemerintah, Bank Indonesia, dan penyedia layanan pembayaran digital untuk mengembangkan skema pembiayaan atau subsidi infrastruktur digital bagi UMKM di daerah dengan keterbatasan akses. Selain itu, program edukasi dan pendampingan juga perlu diperkuat agar manfaat QRIS dapat dirasakan secara lebih inklusif, tidak hanya oleh UMKM di kawasan perkotaan yang telah memiliki infrastruktur memadai.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor kunci adopsi QRIS pada UMKM di Jawa Tengah dengan pendekatan UTAUT3 untuk transformasi digital, dapat disimpulkan bahwa *Performance expectancy*, *Social Influence*, dan *Personal Innovativeness in Information Technology* menjadi faktor yang mendorong *Behavioral intention* penggunaan QRIS. Sementara itu, *Effort expectancy*, *Hedonic motivation*, dan *Price Value* belum menjadi faktor yang menentukan niat penggunaan QRIS. Pada tahap perilaku penggunaan, *Behavioral intention* dan *Habit* terbukti mendorong *Use Behavior*, sedangkan *Facilitating conditions* belum menjadi faktor yang menentukan penggunaan QRIS. Temuan tambahan menunjukkan bahwa *Social Influence* juga dapat mendorong *Use Behavior* melalui *Behavioral intention*, yang mengindikasikan bahwa lingkungan sosial berperan dalam mengarahkan niat hingga menjadi penggunaan aktual. Secara keseluruhan, adopsi QRIS pada UMKM lebih kuat didorong oleh manfaat yang dirasakan, pengaruh sosial, keterbukaan terhadap inovasi, niat penggunaan, dan pembentukan kebiasaan. Temuan ini juga didukung oleh hasil wawancara terhadap pelaku UMKM, yang menunjukkan bahwa permintaan dan kebiasaan pelanggan menjadi pendorong utama adopsi QRIS, sementara kendala teknis seperti jaringan internet tidak menjadi penghambat berarti; QRIS pun belum menjadi metode pembayaran utama pada usaha dengan karakteristik transaksi bernilai besar dan pelanggan institusional.

Berdasarkan temuan tersebut, Bank Indonesia, penyelenggara jasa pembayaran, pemerintah daerah, dan lembaga pemberdayaan UMKM disarankan untuk mengarahkan kebijakan QRIS tidak hanya pada peningkatan jumlah UMKM yang memiliki QRIS, tetapi pada peningkatan penggunaan QRIS secara aktif dan berkelanjutan. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui penguatan sosialisasi mengenai manfaat nyata QRIS bagi kegiatan usaha, pelibatan komunitas dan UMKM pengguna sebagai role model, integrasi QRIS dalam program pemberdayaan UMKM, serta pendampingan bagi pelaku usaha yang memiliki tingkat kesiapan teknologi yang rendah. Selain itu, program penggunaan QRIS secara konsisten pada sentra UMKM, pasar, dan kegiatan perdagangan perlu diperkuat untuk membentuk kebiasaan penggunaan. Evaluasi program juga sebaiknya tidak hanya didasarkan pada jumlah merchant yang terdaftar, tetapi mencakup frekuensi dan konsistensi transaksi QRIS, sehingga kebijakan yang diterapkan benar-benar mampu mendorong transformasi digital UMKM secara berkelanjutan.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi atas pendanaan yang diberikan melalui skema PDP (Penelitian Dosen Pemula), sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta atas dukungan dan fasilitasi yang diberikan selama pelaksanaan penelitian. Ucapan terima kasih turut disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu proses pengumpulan data, khususnya para pelaku UMKM yang bersedia mengisi kuesioner dan berpartisipasi sebagai responden wawancara.

Referensi

Agustina, D., Yusnita, M., & Fitari, T. (2023). Digital Transformation: Optimizing the Use of E- Payment Gateways for MSME Performance. *International Conference on Environment and Smart Society (ICEnSO 2023)*. https://doi.org/https://doi.org/10.1051/e3sconf/202344007005

Aliu, F. (2025). Usage and adoption intent of NFC payment methods: an investigation based on the UTAUT-3 model and perceived risk theory. *Journal of Science and Technology Policy Managementechnology Policy Management*, *November*. https://doi.org/10.1108/JSTPM-01-2024-0013

Amaanullah, A. H., & Kussudyarsana. (2026). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Indonesian Journal of Digital Business*, *5*(4), 1854–1868.

Ananda, A. H., & Mardiana, N. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Keamanan, dan Pengaruh Sosial terhadap Minat Penggunaan QRIS sebagai Metode Pembayaran di Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis Kreatif Dan Inovatif*, *2*(3), 162–173. https://doi.org/https://doi.org/10.61132/jubikin.v2i3.853

Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia. *Economies*.

Arbaningrum, M. P., & Bisma, R. (2023). Studi Literatur: Model Konseptual Penerimaan Pengguna pada Aplikasi PeduliLindungi. *JEISBI: Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, *04*(01), 100–107.

Asmara, M. A., Nurlia, Sari, D. F., Asrijal, A., & Muafiqie, H. (2023). Analysis of Supporting Factors for Payment Technology Utilization in MSMEs using Technology Acceptance Model (TAM) Method. *Journal of Applied Science, Engineering, Technology, and Education*, *5*(2). https://doi.org/https://doi.org/10.35877/454RI.asci2396

Ayem, S., Cahyaning, E. K., Ramadhan, I., Nurlitawati, M., Langkodi, H., & Trasno, F. A. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Behavior Intention Terhadap Penggunaan Digital Payment: Systematic Literature Review. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, *12*(2), 196–206. https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jupe.v12n2.p196- 206

Bachri, A. A., Maulida, M., Sari, Y., & Sunardi, S. (2025). Analyzing Influence Factors of Consumers Switching Intentions from Cash Payments to Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Digital Payments. *International Journal of Financial Studies*, *13*(2), 61. https://doi.org/. https://doi.org/10.3390/ijfs13020061

Bardiaman, R., & Puspitaningrum, D. (2025). Analisis Perbandingan Efektivitas QRIS dengan Metode Pembayaran Digital Lainnya pada Generasi Muda di Kota Surakarta terhadap Minat Pengguna Pembayaran Digital. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, *2*(6), 203–218. https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jrme.v2i6.7026

Bere, A. B. M., Putra, R. W., & Wedari, L. K. (2024). Investigation of digital rupiah acceptance using UTAUT-3 model. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, *35*(3), 1710–1721. https://doi.org/10.11591/ijeecs.v35.i3.pp1710-1721

Bhatnagr, P., & Rajesh, A. (2024). *Neobanking adoption – An integrated UTAUT-3 , perceived risk and recommendation model*. *5*(2), 93–112. https://doi.org/10.1108/SAJM-06-2022-0040

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Cahyasari, D., Widyastuti, U., & Hamidah. (2025). Digitalization Of Micro-Sized Enterprises: Determinants Of Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), Fintech Usage Behavior, and Implications For Business Sustainability. *ABAC Journal*, *45*(3), 114–137. https://doi.org/10.59865/abacj.2025.18

Desvira, N. S., & Aransyah, M. F. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat dan Perilaku Penggunaan Fitur ShopeePay Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2). *Jurnal SISFOKOM (Sistem Informasi Dan Komputer)*, *12*(02), 178–191.

Devi, R. S., Bibiyana, D. J., Mohanraj, P., Bagilesh, K., Salvius, J. J. J., & Babu, M. D. (2025). Sustaining Engagement with Digital Finance: Mobile Payment Adoption Among Marginalized Women Street Vendors in an Emerging Market. *Discover Sustainability*, 1–28. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s43621-025-01890-7 (2025)

Dewi, F. K., Pratama, A., & Rinjeni, T. P. (2025). EVALUASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN QRIS BAGI PELAKU UMKM MENGGUNAKAN MODEL UTAUT. *ILTEK Jurnal Teknologi*, *20*(02). https://doi.org/10.47398/iltek.v20i02.302

Fatiy, Z. Al, Noviarini, D., & Hermawan, S. (2026). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Continuous Intention to Use Aplikasi Mobile Game Online di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *2*(2), 2782–2798.

Fauziah, F., Sudarma, M., & Saraswati, E. (2025). MSMEs in Digital Transformation: Determinants of QRIS E-Payment Acceptance. *Jurnal Manajemen*, *29*(02), 379–399. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24912/jm.v29i2.2681

Gunawan, A., Fatikasari, A. F., & Putri, S. A. (2023). The Effect of Using Transactions Cashless (QRIS) on Daily Payment Transactions Using the Technology Acceptance Acceptance Model. *Procedia Computer Science*, *227*, 548–556. https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.10.557

Haqi, M. F., & Astuti, B. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Behavioural Intention to Use E-Wallet Bagi Generasi Z Indonesia. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis Vol.*, *6*(1), 118–132. https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.805

Harmanses, V., Jaya, A., & Londong, J. (2025). Analisis Pengaruh KemudahanPenggunaandan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan PengunaanQRIS Sebagai Metode Pembayaran Digital Pada Generasi Milenial. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, *4*(4).

Harmastuti, W., & Hendratmoko, C. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS untuk Transaksi Pembayaran Pada Mahasiswa Di Solo Raya. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, *4*(4), 7511–7520.

Hartono, C. N., Zuliansyah, A., & Nurhayati. (2025). PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTANCY*, *EFFORT EXPECTANCY* DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* PENGGUNAAN QRIS PADA UMKM DI KOTA BANDAR LAMPUNG DALAM PERSEPEKTIF BISNIS ISLAM. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, *3*(2), 830–839. https://doi.org/https://doi.org/10.62017/jemb

Hasan, Q. El, & Permana, B. (2021). ANALISIS MINAT DAN PERILAKU PENGGUNAAN APLIKASI SHAREIT DENGAN PENDEKATAN UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY. Jurnal Sistem Informasi Dan Informatika (SIMIKA), 4(2).

Jabar, R., & Govender, D. W. (2025). Moodle use in South African distance education: A UTAUT-3 – based exploration on student and lecturer perspective. *International Journal Of Business Ecosystem & Strategy*, *7*(4), 309–322. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36096/ijbes.v7i4.855

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.

Kilay, A. L., Simamora, B. H., & Putra, D. P. (2022). The Influence of E-Payment and E-Commerce Services on Supply Chain Performance: Implications of Open Innovation and Solutions for the Digitalization of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *8*(119). https://doi.org/https://doi.org/

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

10.3390/joitmc8030119

Lupiyoadi, R., Pramesti, M., Ikhsan, R. B., Usman, L. H., Games, D., Kurniawan, & Fakhrorazi, A. (2025). Extending UTAUT with perceived intelligence for the adoption of artificial intelligence in MSMEs and startups in Indonesia: A multi-group analysis. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity 11*, *11*. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2025.100673

Ly, B., Ly, R., & Ma, S. (2025). User-Centric Drivers of QR Payment Adoption in Emerging Economies: Trust, Quality, and *Social Influence*. *Future Business Journal*, *11*. https://doi.org/10.1186/s43093-025-00681-w

Maheswara, B. Z., Aprilia, N., Sari, W. F., & Supriyatna, S. (2025). Analisis Faktor Penerimaan Pengguna Aplikasi Fintech Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2. *Scripta Technica: Journal of Engineering and Applied Technology*, *1*(2).

Martinez-Peláez, R., Ochoa-brust, A., Rivera, S., Vanessa, G. F., Ostos, R., Brito, H., Felix, A., & Mena, L. J. (2023). *Role of Digital Transformation for Achieving Sustainability: Mediated Role of Stakeholders, Key Capabilities, and Technology*.

Muchtar, E. H., Trianto, B., Maulana, I., Alim, M. N., Marasabessy, R. H., Hidayat, W., Junaedi, E., & Masrizal. (2024). Quick response code Indonesia standard (QRIS) E- payment adoption: customers perspective. *Cogent Business & Management*, *11*(1). https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2316044

Musyaffi, A. M., Musyaffi, A. M., Rosnidah, I., Sari, D. A. P., Amal, M. I., Tasyrifania, I., Pertiwia, S. A., & Sutanti, F. D. (2021). Digital Payment During Pandemic: An Extension of The Unified Model of QR Code. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, *10*, 213–223. https://doi.org/https://doi.org/10.36941/ajis-2021-0166

Nurbaiti, S., Wihara, D. S., Amelia, R., & Hadi, H. K. (2026). PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT EXPECTANCY, HEDONIC MOTIVATION DAN HABIT TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION PENGGUNAAN PLN MOBILE PADA GENERASI Z DI WILAYAH SOLO RAYA. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi), 10(2), 2710.

Nurhayati, D. (2025). Analisis Penerimaan dan Penggunaan Teknologi UTAUT3 dalam Layanan Musik Digital. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, *5*(1), 175–189.

Nurqamarani, A. S., Fadilla, S., & Juliana, A. (2024). Revolutionizing Payment Systems: The Integration of TRAM and Trust in QRIS Adoption for Micro, Small, and Medium Enterprises in Indonesia. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, *10*(3), 314–327. https://doi.org/http://e-journal.unair.ac.id/index.php/JISEBI

Pebrianggara, A., & Septian, M. R. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Secara Online di Tokopedia: Peran Model Penerimaan Teknologi, Inovasi Pribadi, dan Pengendalian Perilaku. *UMSIDA Preprints Server*, 1–11. https://doi.org/https://doi.org/10.21070/ups.11072

Prakarsa, G., & Nursyanti, R. (2025). Development of UTAUT Model with *Hedonic motivation* to Measure the Adoption of E-Marketplace Mobile Application in Indonesia. *Sainteks: Jurnal Sain Dan Teknik*, *7*(01), 160–172.

Putri, P. S., & Adlina, H. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Dalam Penggunaan Qris Terhadap Efisiensi Penggunaan Dompet Digital Ovo Pada Masyarakat Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *11*(April), 124–134. https://doi.org/https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/10215 p-ISSN:

Ramayanti, R. (2024). Understanding User Perceptions of QRIS in Indonesia: Exploring the Impact of Perceived Usefulness, Ease of Use, and Demographic Factors. *IJFBS Finance & Banking Studies*, *13*(4), 90–99. https://doi.org/https://doi.org/10.20525/ijfbs.v13i4.3887

Rayhan, M., Nursaidah, & Dian, T. (2025). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan dan Risiko terhadap Keputusan Penggunaan Qris pada UMKM Se-Kota Jember. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, *6*(3), 1–13. https://doi.org/https://doi.org/10.53697/emak.v6i3.2759

Raza, S. H., Norin, U., Ogadimma, E. C., Zaman, U., Shah, A. A., Khan, S., Alkahtani, H. K., Alkhowaiter,

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

M., & Khan, S. U. (2025). Catenation between mHealth application advertisements and cardiovascular diseases: moderation of artificial intelligence (AI)-enabled internet of things, digital divide, and individual trust. *BMC Public Health*, *25*. https://doi.org/https://doi.org/10.1186/s12889-025-22082-y

Renaningtias, N., Hidayat, P. I., & Erlansari, A. (2024). Analisis Perilaku Adopsi Digital Marketing pada UMKM di Kota Bengkulu menggunakan Model UTAUT-3. *Sistemasi: Jurnal Sistem Informasi*, *13*(6), 2321–2331.

Riakbar, B., Malini, H., Hendri, M. I., Wendy, & Syahputri, A. (2026). Integrasi Model UTAUT dan Trust terhadap Intention Digital Payment pada Mahasiswa dengan Perceived Value sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, *12*(1), 526–542.

Rizally, D., Sakti, D. P. B., & Muhsaf, S. A. (2023). Pengaruh UTAUT Terhadap Behavioral Intention yang di Mediasi oleh Use Behaviour SIMRS RSUD Kota Mataram. Empiricism Journal, 4(1), 271–286.

Rohayati, Y., & Abdillah, A. (2024). Digital Transformation for Era Society 5.0 and Resilience: Urgent Issues from Indonesia. *Societies*, *14*(266). https://doi.org/https://doi.org/10.3390/ soc14120266

Saputri, N. E., & Susilowati, E. (2025). Intention to Scan QRIS Memediasi Trust dan Attitude terhadap Use Mobile Banking. *Gorontalo Accounting Journal*, *8*(2), 311–321. https://doi.org/10.32662/gaj.v8i2.3759

Sembiring, S. B., Hanes, Pardede, M. I., & Trinita Rajagukguk. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan EFilling Menggunakan Model UTAUT di Kecamatan Balige. Jurnal SIFO Mikroski, 20(2).

Sugianto, & Tantra, G. A. (2025). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use terhadap Decision to Use E-wallet dengan Variabel Mediasi Intention to Use. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, *3*(6), 156–172. https://doi.org/https://doi.org/10.61132/maeswara.v3i6.2448

Thi, T.-L. N., Le, D., Ly, K.-C. N., Nguyen, T., & Nazmudeen, M. S. H. (2024). Factors Affecting the Adoption of Information Technology in Medium and Small Enterprises: A Case Study in Mekong Delta, Vietnam. *ASEAN Journal on Science and Technology for Development*, *41*(1). https://doi.org/https://doi.org/10.61931/2224-9028.1559

Ulhaq, N. D., & Batu, R. L. (2024). Analisis Model Unified Theory Acceptence And Use Of Technology (Utaut) Untuk Keputusan Mengikuti Program MSIB Melalui Behavior Intention. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *10*(11), 515–527. https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.12783428

Usman, O., Alianti, M., & Fadillah, F. N. (2024). Factors Affecting the Intention to use QRIS on MSME Customers. *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, *18*(1), 77–87. https://doi.org/10.33094/ijaefa.v18i1.1323

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, *27*(3), 425–478. https://doi.org/10.2307/30036540

Wiryawan, D., Suhartono, J., Hiererra, S. E., Ambarwati, S. D. A., & Gu, A. (2024). Factors Influencing E-Wallet Users' Perception on Payment Transaction Security: Evaluation on Quick Response Indonesia Standard. *Proceedings of the International Conference on Information Technology and Digital Applications 2021 (ICITDA 2021)*, *April*. https://doi.org/https://doi.org/10.1063/5.0114922

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License