PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN QRIS PADA TRANSAKSI UMKM HALAL DI KABUPATEN SLEMAN

Consumer Behavior Toward QRIS Adoption in Transactions at Halal Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Sleman Regency

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi Sebagian persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dari Program Ekonomi Islam

Disusun Oleh :

Haikal Umar Havid

22423116

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

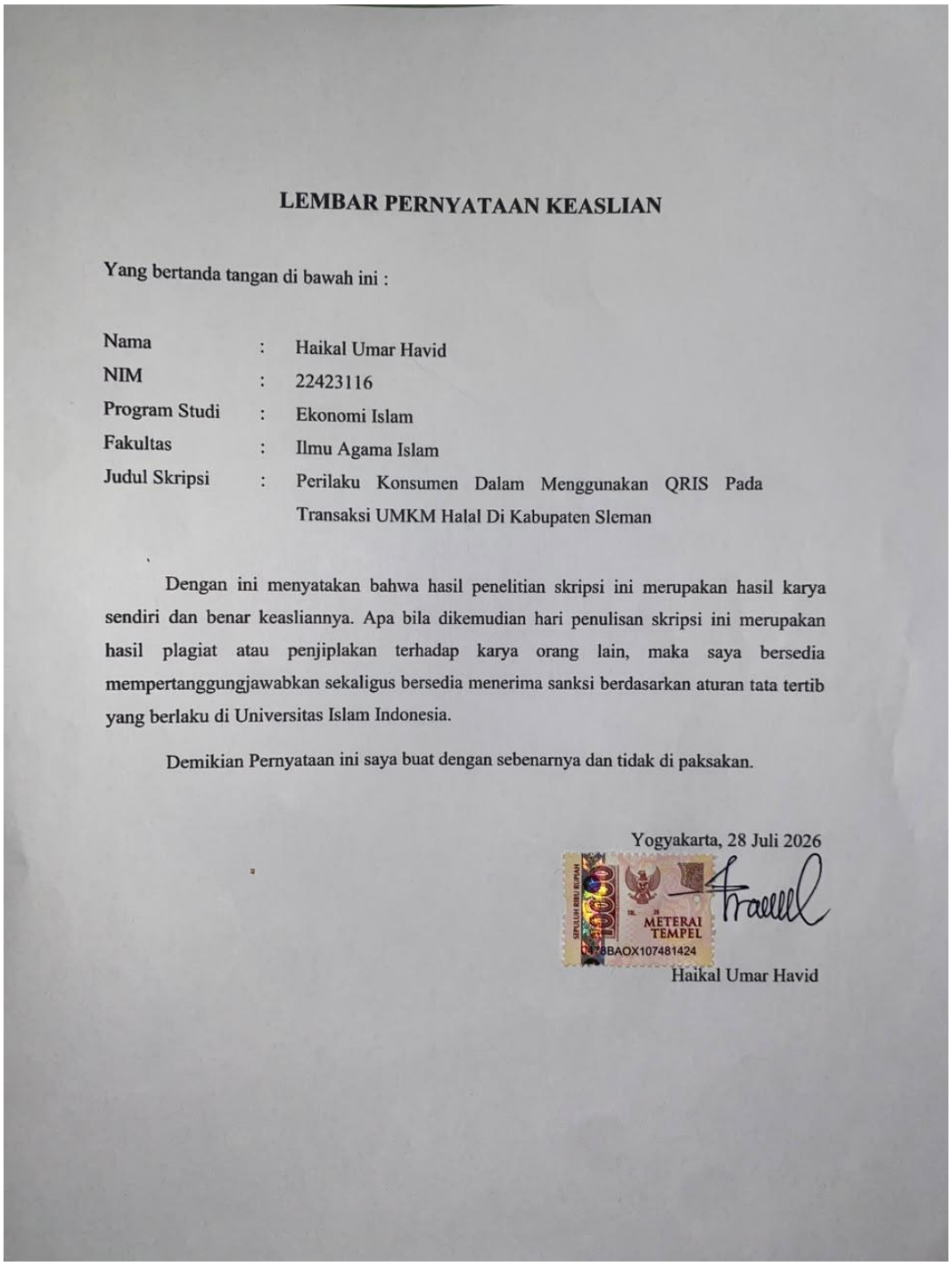
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2026

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN



LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	Haikal Umar Havid
NIM	:	22423116
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Fakultas	:	Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi	:	Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan QRIS Pada Transaksi UMKM Halal Di Kabupaten Sleman

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penelitian skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apa bila dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak di paksakan.

Yogyakarta, 28 Juli 2026

METERAI TEMPEL

Haikal Umar Havid

NOTA DINAS

NOTA DINAS

Yogyakarta, 28 Juli 2026

13 Safar 1448

Hal : Skripsi

Kepada : Yth. Ketua Program Studi Ekonomi Islam
Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb

Berdasarkan penunjukan Ketua Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor 325/Kaprodi/60/DAATI/FIAI/V/2026 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudara:

Nama	: Haikal Umar Havid
NIM	: 22423116
Program Studi	: Ekonomi Islam
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi	: Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan QRIS Pada Transaksi UMKM Halal Di Kabupaten Sleman

Setelah kami teliti dan nilai serta diadakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami memutuskan bahwa skripsi saudara tersebut memenuhi syarat untuk diajukan pada sidang munaqosah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian kami ucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Wr.Wb

Dosen Pembimbing,

Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

Dipindai dengan CamScanner

REKOMENDASI PEMBIMBING

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda di bawah ini, dosen pembimbing Skripsi.

Nama	:	Haikal Umar Havid
NIM	:	22423116
Judul Skripsi	:	Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan QRIS Pada Transaksi UMKM Halal Di Kabupaten Sleman

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini. Serta dilakukan perbaikan. Maka yang bersangkutan dapat mendaftar diri untuk mengikuti munaqosah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Dosen Pembimbing,

Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiai@uii.ac.id
W. fiai.uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari	:	Rabu
Tanggal	:	26 Agustus 2026
Judul Tugas Akhir	:	Perilaku Konsumen dalam Menggunakan QRIS pada Transaksi UMKM Halal di Kabupaten Sleman
Nama	:	HAIKAL UMAR HAVID
Nomor Mahasiswa	:	22423116

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI

Ketua/Pembimbing
Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM (.....)

Penguji 1
Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec. (.....)

Penguji 2
Muhammad Adi Wicaksono, SE, M.E.I (.....)

Yogyakarta, 26 Agustus 2026
Fakultas Ilmu Agama Islam
Dekan,

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA ★ YOGYAKARTA ★ FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Dr. Drs. Asmuni, MA

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil alamin, sebagai puji syukur atas kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, nikmat serta hidayahnya kepada penulis, sehingga penulis diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir dan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana. Sholawat serta salam penulis curahkan kepada bagina Rasullah SAW yang diharapkan syafaatnya kelak di yaumil akhir nanti.

Dengan penuh rasa syukur kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan kata terima kasih kepada orang-orang paling penting dalam hidup penulis:

1. Ibu Tercinta Tersayang, Rini Sri Rahayu S.ag., M.si. & Ayahanda Tercinta S.Pd. Terima kasih sudah memberikan semangat yang begitu banyak. Dan mengajarkan penulis arti dari rasa tanggung jawab, kesabaran, ketekunan, dan ketulusan dalam hidup. Walaupun raga terpisah jauh di Garut, akan tetapi doa yang tulus dari ibu dan ayah menembus kelangit yang menjadi pelindung, membawa penulis menghadapi setiap tantangan rintangan di perantuan sehingga sampai ke titik ini. Gelar ini menjadi wujud syukur atas setiap tetes keringat kerja keras ibu dan ayah tanpa hentinya.
2. Kakak Tersayang, Hasmi Havila & Hafidz Dinan, yang selalu memberikan pelajaran dan motivator untuk mendukung moral dan material. Yang selalu mengingatkan penulis untuk memberikan teladan yang baik untuk keluarga.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM., selaku dosen Pembimbing Skripsi, atas bimbingan bimbingan intelektual, kesabaran dan arahan yang sangat berharga bagi penulis; Dr. Siti Achiria, SE., MM., selaku ketua Program Studi Ekonomi Islam FIAI UII, serta seluruh jajaran Dosen Fakultas Ilmu Agama Islam UII. Terima kasih sudah memberikan ilu yang berlimpah kepada penulis. Semoga setiap ilmu yang diberikan menjadi amal jariyah yang terus mengalir sampai yaumul akhir.

4. Guru Tersayang Tercinta, Gus Rajif Dienal Maula, Lc., M.ag., sosok guru yang sangat berharga dalam hidup saya, yang selalu mengajarkan apa arti dari rasa tanggung jawab, ikhlas, rencana, dan takdir. Serta selalu membimbing penulis dengan sabar dan ketulusan. Semoga di yaumul akhir kita di pertemukan kembali.
5. Terima kasih kepada seseorang yang sangat berharga dan berarti di hidup saya, yang sudah memberikan kehidupan berwarna selama di Jogja. Yang mengajarkan apa arti sabar, kepercayaan, dan keterbukaan terhadap seseorang.
6. Azka Saifurrohim, terima kasih sudah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.
7. Caung Syahrul Ramadhan, Terima kasih kepada caung yang selalu menemani penulis untuk mencari hiburan untuk memberikan semangat mengerjakan skripsi.
8. Saeful Hamid, Terima kasih kepada Ketos yang selalu memberikan penulis motivasi selagi di rumah, dan selalu mengingat penulis untuk bertanggung jawab menuntaskan penulisan.
9. Helmi Nabhan Mashur, Terima kasih kepada Mas Helmi, selaku teman sekamar penulis di Pondok Pesantren, yang selalu memberikan dukungan dan arahan untuk penulis.
10. Teman - Teman KKN Siyono b, yang selalu memberikan dukungan dan hiburan, canda dan tawa bersama kalian sangat berharga bagi penulis.
11. Terima kasih kepada Bruno Mars, yang selalu menemani penulis, untuk menuntaskan semua rintangan, dan menjadi penyemangat untuk menuntaskan segalanya.
12. *Last but not least, I want to thank me, I want to thank me for believing in me. I want to thank me for doing all this hard work, i want to thank me for having no days off. I want to thank me for never quitting. I want to thank me for alwayas being a giver and trying to give more than i receive. I want to thank me for trying to do more right than wrong. I want to thank me for just being me at all times.*

MOTTO

وَلَا تَهِنُوْا وَلَا تَحْزَنُوْا وَاَنْتُمُ الْاَعْلَوْنَ اِنْ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ

“Janganlah kamu (merasa) lemah dan jangan (pula) bersedih hati, padahal kamu paling tinggi (derajatnya) jika kamu orang-orang mukmin.”

(QS. Ali Imaran: 139)

“Barang siapa berusaha sabar, Allah akan menjadikannya sabar.”

(HR. Bukhari-Muslim)

“Lihatlah ke bawah bukan keatas”

ABSTRAK

PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN QRIS PADA TRANSAKSI UMKM HALAL DI KABUPATEN SLEMAN

HAIKAL UMAR HAVID

22423116

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumen dalam menggunakan QRIS pada transaksi UMKM halal di Kabupaten Sleman dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* terhadap 160 responden yang pernah melakukan transaksi menggunakan QRIS pada UMKM halal di Kabupaten Sleman. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling – Partial Least Squares* (SEM – PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Pengujian hipotesis membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat dan sikap terhadap penggunaan, persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan dan niat penggunaan, sikap terhadap penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan, niat penggunaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan. sistem pembayaran digital melalui *Quick Response Code Indonesian standard* (QRIS) telah mendorong perubahan perilaku konsumen dalam melakukan transaksi, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) halal. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan dan manfaat penggunaan QRIS membentuk sika positif serta meningkatkan niat konsumen yang pada akhirnya mendorong perilaku penggunaan QRIS dalam transaksi UMKKM halal. Penelitian ini memperkuat penerapan *Technology Acceptance Modek* (TAM) sekaligus memberikan bukti empiris bahwa QRIS telah menjadi bagian dari transformasi perilaku konsumen menuju sistem pembayaran digital yang lebih praktis, efisien, dan aman.

Kata Kunci: QRIS, Perilaku Konsumen, Pembayaran Digital, UMKM halal, *Technology Acceptance Model* (TAM)

ABSTRACT

Consumer Behavior Toward QRIS Adoption in Transactions at Halal Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Sleman Regency

HAIKAL UMAR HAVID

22423116

This study aims to analyze consumer behavior in using the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) for transactions at Halal Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Sleman Regency by employing the Technology Acceptance Model (TAM) as the theoretical framework. A quantitative research approach was adopted using purposive sampling, involving 160 respondents who had previously conducted transactions using QRIS at Halal MSMEs in Sleman Regency. Data were analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) with the assistance of SmartPLS 4.0 software. The results indicate that all measurement constructs satisfied the required validity and reliability criteria. Hypothesis testing revealed that Perceived Ease of Use had a positive and significant effect on Perceived Usefulness and Attitude Toward Using; Perceived Usefulness had a positive and significant effect on Attitude Toward Using and Behavioral Intention; Attitude Toward Using had a positive and significant effect on Behavioral Intention; and Behavioral Intention had a positive and significant effect on Consumer Usage Behavior. The implementation of the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) has encouraged changes in consumer behavior toward digital payment transactions, particularly within Halal MSMEs. The findings demonstrate that consumers' perceptions of ease of use and usefulness foster positive attitudes toward QRIS and strengthen their intention to use it, which ultimately leads to actual usage behavior. This study reinforces the applicability of the Technology Acceptance Model (TAM) in explaining consumer acceptance of digital payment technology and provides empirical evidence that QRIS has become an integral part of the transformation of consumer behavior toward a more practical, efficient, and secure digital payment system.

Keywords: QRIS, Consumer Behavior, Digital Payment, Halal Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), Technology Acceptance Model (TAM).

PEDOMAN TRANSLITERASI

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

REPUBLIK Indonesia

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b/U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin disini ialah penyalinan huruf-huruf arab dengan huruf-huruf latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian di lambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi di lambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)

خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẑal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof

ى	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vocal bahasa Indonesia yang terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ◌	Fathah	A	A
◌ِ◌	Kasrah	I	I
◌ُ◌	Dhammah	U	U

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
...يْ◌َ	fathahdanya	Ai	a dani
...وْ◌َ	fathahdanwau	Au	a dan u

Contoh:

َكَتَب - kataba

فَعل َ َ - fa’ala

ذُكِر - żukira

َيْذَهُب - yażhabu

ُسِئل - su'ila

َكْيف - kaifa

َهْوَل - haula

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
...ا ...ىَ	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
... ىِ	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
... وُ	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَال - qāla

َرمَى - ramā

ِقْيَل - qĭla

4. Ta'marbuṭah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1. Ta'marbutah hidup

   Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrahdan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta'marbutah mati

   Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunkan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

Contoh:

رَوْضَةُ اَلأ ْطفَال	- rauḍah al-aṭfãl
	-- rauḍatulaṭfãl
المدِيْنَةُ المنَوَّرة	- al-Madĭnah al-Munawwarah
	-al-Madĭnatul-Munawwarah
طَلْحَة	- talḥah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam penulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut

dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

اَلِّب - al-birr

اَلحَّج - al-ḥajj

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang di ikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf gamariyyah.

1. Kata sandang yang di ikuti oleh huruf syamsiyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditranslite-rasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditranslite-rasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.
3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

   Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu

السَّيِّدُ - as-sayyidu

الشَّمْسُ - as-syamsu

اَلْقَلَمُ - al-qalamu

اَلْبَدِيْعُ - al-badĭ’u

اَلْجَلَالُ - al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُوْنَ - ta'khużūna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi’il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْنَ Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqĭn

Wainnallāhalahuwakhairrāziqĭn

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ Wa auf al-kaila wa-almĭzān

Wa auf al-kaila wal mĭzān

إِبرَاهِيْمُ الْخَلِيْل Ibrāhĭm al-Khalĭl

Ibrāhĭmul-Khalĭl

بِسْمِ اللهِ مَرْاهَا وَمُرْسَاهَا Bismillāhimajrehāwamursahā

وَلِلهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيْلًا Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti manistaṭā’a ilaihi sabĭla

Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti manistaṭā’a ilaihi sabĭlā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaanhuruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri terebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُوْلٌ Wa mā Muhammadun illā rasl

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِى Inna

بِبَكَّةَ مُبَارَكاً awwalabaitinwuḍi’alinnāsilallażĭbibakkatamubārakan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِى أُنْزِلَ فِيْهِ الْقُرْانُ Syahru Ramaḍān al-lażĭ unzila fĭh al-Qur’ānu

Syahru Ramaḍān al-lażĭ unzila fĭhil Qur’ānu

وَلَقَدْ رَاٰهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِيْ Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubĭn

Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubĭn

اَلْحَمْدُ لِلهِ رَبِّ الْعَالَمِيْ Alhamdulillāhirabbil al-'ālamĭn

Alhamdulillāhirabbilil 'ālamĭn

Penggunaan huruf awal capital hanyauntuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْ ر مِّنَ اللهِ وَفَتْ ح قَرِيْ ب Naṣrunminallāhiwafathunqarīb

لِلهِ الْأَمْرُ جَمِيْعاً Lillāhi al-amrujamĭ'an

Lillāhil-amrujamĭ'an

وَاللهُ بِكُلِّ شَيْئِ عَلِيْ م Wallāhabikullisyai'in 'alĭm

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirobbil'alamin, Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat, hidayah serta berkahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: "Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan QRIS Pada Transaksi UMKM Halal Di Kabupaten Sleman". Shalawat serta salam penulis haturkan kepada Rasulullah SAW, keluarga, para sahabat, tabi'in, dan para pengikutnya.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi Program Studi Ekonomi Islam di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan dan doa dari berbagai pihak baik berupa nasihat, motivasi, kritik serta saran. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.T., IPU., ASEAN Eng., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia
2. Bapak Dr. Drs Asmuni, M.A. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia juga selaku Pembimbing Tugas Akhir saya. Saya ucapkan Terima kasih yang sebesar-besarnya disampaikan atas segala bimbingan, nasihat, arahan, dan dukungan yang telah diberikan selama proses penyusunan tugas akhir ini.
4. Ibu Dr. Siti Achiria, SE., MM., selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

5. Dosen Program Studi ekonomi Islam yang telah berbagi ilmu dan pengalaman berharga kepada saya. Semoga ilmu yang telah diberikan bermanfaat di berbagai kehidupan kelak.
6. Dosen dan staf yang telah memberikan bantuan dan fasilitas selama proses penyusunan tugas akhir skripsi ini.
7. Terima kasih kepada Orang tua saya Bapak Dadang Nuryadiyana dan Ibu Rini Sri Rahayu yang senantiasa memberikan dukungan dalam semua hal baik, material, arahan doa dan restu. Penulis berharap dapat menjadi anak yang membanggakan.
8. Seluruh keluarga yang senantiasa memberikan semangat, dukungan moral, serta doa kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Sahabat terdekat yang selalu menemani, memberikan bantuan, motivasi, dukungan serta menjadi pendengar yang baik dalam setiap proses yang dilalui penulis.
10. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan, kerja sama, serta kebersamaan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii
NOTA DINAS iii
REKOMENDASI PEMBIMBING iv
LEMBAR PENGESAHAN v
LEMBAR PERSEMBAHAN vi
MOTTO viii
ABSTRAK ix
ABSTRACT x
PEDOMAN TRANSLITERASI xi
KATA PENGANTAR xx
DAFTAR ISI xxii
DAFTAR TABEL xxv
DAFTAR GAMBAR xxvi
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 8
E. Sistematika Penulisan 9
BAB II 11

TINJAUAN PUSTAKA 11
A. Telaah Pustaka 11
B. Landasan Teori 21
1. UMKM Halal 21
2. Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) 22
3. Technology Acceptance Model (TAM) dalam penggunaan QRIS 22
4. Persepsi Manfaat (Perceived Usefulness) 24
5. Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use) 24
6. Sikap Terhadap Pengguna (Attitude Toward Using) 25
7. Niat Penggunaan (Behavioral Intention) 25
8. Perilaku Penggunaan (Actual Use) 26
9. Hubungan Antar Variabel dalam TAM 26
C. Kerangka Teori 27
1. Diagram Kerangka Pemikiran (TAM) 27
2. Penjelasan Kerangka Teori 28
D. Hipotesis Penelitian 30
BAB III 34
METODE PENELITIAN 34
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian 34
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 34
C. Populasi dan Sampel 35
D. Jenis dan Sumber Data 36
F. Definisi Operasional Variabel 36
G. Instrumen Penelitian dan Kisi-Kisi 38
H. Tenik Analisis Data 38

I. Alur Penelitian 39
BAB IV 40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 40
A. Gambaran Umum Penelitian 40
B. Hasil Pengumpulan Data 42
C. Analisis Model 44
D. Pembahasan 59
BAB V 70
PENUTUP 70
A. Kesimpulan 70
B. Saran 72
DAFTAR PUSTAKA 74
LAMPIRAN 78

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian 18
Tabel 3.1 Istrumen Penelitian 38
Tabel 4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin 42
Tabel 4.2 Berdasarkan Usia 42
Tabel 4.3 Berdasarkan Pendidikan 43
Tabel 4.4 Berdasarkan Frekuensi Penggunaan 43
Tabel 4.5 Outer Loadings 45
Tabel 4.6 Discriminant Validity Metode Averange Variance Extracted (AVE) 46
Tabel 4.7 Composite Reliability 47
Tabel 4.8 Cronbach's Alpha 48
Tabel 4.9 Discriminant Validity 48
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas (Inner VIF Values) 49
Tabel 4.11 Hasil Uji Coefficient of Determination 51
Tabel 4.12 Hasil Uji Effect Sice (f^2) 53
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Hipotesis 56

Daftar Gambar

Gambar 0.1 contoh Quick Response Code 2
*G*ambar 2.1 Teori TAM 23
Gambar 4.1 Peta Kabupaten Sleman..... 40
Gambar 4.2 Skema Model Partial Square (PLS) 44

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi informasi di Indonesia telah terjadi transformasi dalam dimensi berbagai kehidupan masyarakat, termasuk pada sistem pembayaran yang kini semakin beralih ke arah digital. Perubahan tersebut menjadikan metode pembayaran non-tunai sebagai salah satu komponen penting dalam aktivitas ekonomi karena QRIS memudahkan, memberikan kecepatan bertransaksi, serta aman dalam bertransaksi. *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), yang dibuat oleh Bank Indonesia untuk menggabungkan berbagai penyedia layanan pembayaran untuk membuat transaksi digital lebih praktis, efektif, dan terstandarisasi.

QRIS adalah standar nasional penggunaan kode QR yang disusun oleh Bank Indonesia (BI) bekerja sama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). Kehadiran QRIS bertujuan menggabungkan berbagai jenis kode QR yang digunakan oleh penyelenggara jasa keuangan ke dalam satu sistem pembayaran digital yang terintegrasi. Dengan adanya standar tersebut, transaksi digital dapat dilakukan secara lebih seragam, praktis, dan aman bagi para pengguna (Seputri dan Yafiz (2022), Keberhasilan implementasi QRIS juga dipengaruhi oleh peran konsumen sebagai pengguna layanan. Penggunaan QRIS akan semakin meningkat apabila konsumen memiliki keyakinan bahwa sistem pembayaran tersebut dapat dipercaya serta penyedia layanan mampu menjamin keamanan setiap transaksi yang dilakukan (Hrp & Tambunan, 2023).

*Quick Response Co*de (QR Code) adalah jenis kode dua dimensi yang diciptakan oleh Denso Wave, adalah sebuah divisi dari perusahaan jepang, Denso Corporation. QR *Code* diperkenalkan pertama kali pada tahun 1994. Kode ini mempunyai keunggulan dalam hal kecepatan pemindaian data, baik secara vertikal maupun horizontal (Mulyana dan Wijaya, 2018). Namun, dalam konteks

sistem pembayaran, QRIS hadir sebagai bentuk standarisasi yang mengintegritaskan berbagai QR code dalam satu sistem nasional.



Sumber: *(Mulyana dan Wijaya, 2018)*

Gambar 0.1 contoh Quick Response Code

Sebagai teknologi pembayaran digital, QRIS dibuat agar proses transaksi non-tunai menjadi lebih sederhana dan efisien. Melalui pemindaian kode QR, konsumen membayar tanpa uang tunai. Kemudahan tersebut memberikan manfaat bagi berbagai jenis usaha, terutama usaha mikro, dalam menerima transaksi secara praktis.

Dengan kemajuan teknologi informasi, sistem pembayaran telah berubah dari tunai ke digital atau non-tunai. Tujuan dari perubahan ini adalah untuk meningkatkan keamanan dan kemudahan transaksi bagi konsumen. Standar nasional untuk pembayaran berbasis kode QR adalah QRIS, yang merupakan salah satu inovasi penting dalam sistem pembayaran digital Indonesia. Tujuan QRIS untuk mempermudah proses transaksi non-tunai dengan memungkinkan pelanggan membayar hanya dengan melakukan pemindaian kode QR menggunakan perangkat seluler. Konsumen tidak harus lagi membawa uang tunai untuk bertransaksi. Di bagian sektor usaha, QRIS memudahkan transaksi, terutama pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang selama ini menjadi pilar ekonomi lokal. Sistem pembayaran yang terintegrasi memberikan UMKM peluang untuk bekerja lebih efektif dan terhubung dengan ekosistem keuangan digital. Keterkaitan antara UMKM dan penyedia jasa pembayaran digital menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik berpotensi meningkatkan

inklusivitas keuangan, memperluas akses layanan keuangan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan (Kristi et al., 2024).

Selain itu, QRIS dikembangkan untuk melindungi konsumen penggunaan teknologi finansial serta mengantisipasi potensi fragmentasi sistem pembayaran akibat berkembangnya berbagai layanan pembayaran berbasis QR Code. Dengan adanya satu standar QR nasional, implementasi pembayaran non-tunai dapat dilakukan secara lebih efisien, aman, dan menyederhanakan transaksi, inisiatif QRIS bertujuan meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat perputaran kas, memperluas basis pelanggan, serta menciptakan rekam jejak transaksi yang terdokumentasi secara digital dan transparan (Utami, 2025).

Dari sudut pandang konsumen, menggunakan QRIS memudahkan transaksi sehari-hari. Karena pembayaran sangat praktis efisien hanya dilakukan malalui telepon genggam yang terhubung dengan mobile banking atau dompet digital, konsumen tidak perlu khawatir ketika tidak membawa uang tunai karena konsumen dapat bertransaksi dengan teknologi QR code yang mempermudah dan mempercepat bertransaksi, memberikan pengalaman transaksi yang lebih modern dan interaktif, serta meningkatkan kepuasan konsumen. (Hatta & Rahmawati, 2025)

Sementara itu, bagi pelaku usaha, khususnya UMKM, pembayaran digital melalui QRIS menawarkan berbagai manfaat strategis. Manfaat tersebut meliputi peningkatan penjualan, penguatan citra usaha, kemudahan akses pembayaran, pengurangan biaya pengelolaan kas, serta penghindaran risiko penyebaran uang palsu. Selain itu, pembayaran digital memungkinkan pencatatan transaksi yang lebih otomatis dan transparan, pemisahan uang usaha dan uang pribadi, kemudahan proses rekonsiliasi keuangan, serta pembentukan profil kredit yang dapat mempermudah UMKM dalam mengakses pembiayaan usaha (Hatta & Rahmawati, 2025). Dengan demikian, QRIS bukan hanya sekedar mendukung alat pembayaran, tetapi juga sebagai instrumen pendukung pengelolaan usaha yang lebih profesional.

Dalam sudut pandang ekonomi Islam, aktivitas konsumsi dan transaksi tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan semata, tetapi juga harus memperhatikan prinsip-prinsip syariah seperti kehalalan, keadilan, dan juga terhindar dari unsur riba, gharar dan maisir. Perilaku konsumen dalam Islam tidak hanya didasarkan pada kepuasan (*utility*), tetapi menekankan pada kemaslahatan (Maslahah) yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen Muslim dalam bertransaksi, termasuk dalam penggunaan teknologi digital, dipengaruhi oleh pemahaman terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam (Kholil & Bisri, 2025)

Dengan berjalannya perkembangan teknologi digital, perubahan perilaku konsumen juga mengalami transformasi ke arah penggunaan sistem transaksi berbasis digital. Dalam konteks ini, konsumen muslim dituntut untuk mempertimbangkan aspek kehalalan dalam setiap aktivitas ekonomi, termasuk dalam penggunaan sistem pembayaran digital. Penelitian menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital tidak hanya memberikan kemudahan, tetapi juga menghadirkan tantangan dalam menjaga kesesuaian perilaku konsumsi dengan prinsip syariah (Khisan & Aqlani, 2025). Oleh karena itu, penggunaan QRIS pada UMKM halal menjadi relevan untuk dikaji, karena mengintegrasikan kemudahan teknologi dengan nilai-nilai ekonomi Islam dalam aktivitas sehari-hari.

Di Kabupaten Sleman menjadi salah satu wilayah dengan aktivitas ekonomi dan jumlah pelaku UMKM yang tinggi di DIY, serta di dukung oleh karakteristik wilayah sebagai pusat pendidikan dan aktivitas mahasiswa. Karena intensitas transaksi yang relatif tinggi dan tingkat adaptasi masyarakat terhadap teknologi pembayaran digital terus berkembang, maka Sleman adalah tempat yang tepat untuk mengkaji perilaku konsumen dalam penggunaan QRIS pada transaksi UMKM halal. Data mencatat bahwa volume transaksi QRIS di wilayah ini mencapai ratusan juta transaksi dengan nilai puluhan triliun rupiah, seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna dan merchant QRIS secara signifikan. Hingga September 2025, Menurut Bank Indonesia Perwakilan DIY tercatat jumlah yang menggunakan QRIS mencapai 980.591 orang, sementara jumlah merchant QRIS

mencapai 987.737 unit usaha. Peningkatan ini menunjukkan bahwa masyarakat DIY, termasuk UMKM telah menggunakan sistem pembayaran digital. (*BI Catat Transaksi QRIS Di Yogyakarta Capai Rp 41 Triliun | Republika Online*, n.d.)

Pemanfaatan teknologi digital, termasuk QRIS, telah memberikan kontribusi besar bagi UMKM dalam mengembangkan usaha mereka. Digitalisasi memungkinkan UMKM memanfaatkan platform digital untuk mencapai lebih banyak pasar dan meningkatkan efisiensi operasional, serta menarik pelanggan baru (Simanjorang, 2025). Meskipun penggunaan QRIS menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, peningkatan jumlah pengguna dan volume transaksi tidak serta-merta mencerminkan tingkat penerimaan dan penggunaan teknologi yang optimal oleh konsumen. Dalam praktiknya, masih terdapat konsumen yang belum sepenuhnya menggunakan QRIS secara konsisten dalam transaksi UMKM, baik karena faktor persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kebiasaan penggunaan metode pembayaran tunai, maupun pengaruh lingkungan sosial. Selain itu, penelitian yang menganalisis perilaku penggunaan konsumen dalam menggunakan QRIS pada transaksi UMKM di Kabupaten Sleman sangat diperlukan.

Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), minat individu untuk memanfaatkan suatu teknologi dijelaskan melalui dua konstruk utama, yaitu *Perceived Ease of Use* yang berarti persepsi kemudahan dan *Perceived Usefulness* yang berarti persepsi manfaat ini menjelaskan bahwa kedua kontruk tersebut berperan dalam membentuk penerimaan seseorang terhadap penggunaan teknologi (Davis, 1989). Konsumen akan lebih cenderung menggunakan QRIS jika dianggap mudah digunakan dan memiliki manfaat nyata (Rahmawati et al., 2020). Selain itu, struktur TAM memberikan pemahaman tentang bagaimana persepsi risiko dalam membentuk niat untuk menggunakan teknologi pembayaran digital (Wati et al., 2025). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan TAM untuk menganalisis perilaku konsumen dalam menggunakan QRIS pada transaksi UMKM di Kabupaten Sleman.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) terhadap Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) dalam penggunaan QRIS transaksi UMKM halal di Kabupaten Sleman ?
2. Bagaimana pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) terhadap Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude Toward Using*) QRIS pada Konsumen yang melakukan transaksi pada UMKM halal di Kabupaten Sleman ?
3. Bagaimana pengaruh Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) terhadap Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude Toward Using*) QRIS pada konsumen yang melakukan transaksi pada UMKM halal di Kabupaten Sleman ?
4. Bagaimana pengaruh Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) terhadap Niat Penggunaan (*Behavioral Intention*) QRIS pada konsumen yang melakukan transaksi pada UMKM halal di Kabupaten Sleman ?
5. Bagaimana pengaruh Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude Toward Using*) terhadap Niat Penggunaan (*Behavioral Intention*) QRIS pada konsumen yang melakukan transaksi pada UMKM halal di Kabupaten Sleman ?
6. Bagaimana pengaruh Niat Penggunaan (*Behavioral Intention*) Terhadap Perilaku Penggunaan QRIS pada konsumen yang melakukan transaksi pada UMKM halal di Kabupaten Sleman ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dari rumusan masalah yang di dapat, maka penelitian ini memiliki tujuan yaitu:

1. Menganalisis pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) terhadap Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) dalam penggunaan QRIS pada transaksi UMKM halal di Kabupaten Sleman.

2. Menganalisis pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) terhadap Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude Toward Using*) QRIS pada konsumen yang melakukan transaksi pada UMKM halal di Kabupaten Sleman. Menganalisis pengaruh sikap konsumen terhadap minat pengguna terhadap QRIS pada transaksi UMKM di Kabupaten Sleman.
3. Menganalisis bagaimana pengaruh minat penggunaan terhadap penggunaan aktual QRIS pada transaksi UMKM di Kabupapengaruh Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) terhadap Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude Toward Using*) QRIS pada konsumen yang melakukan transaksi pada UMKM halal di Kabupaten Sleman.
4. Menganalisis pengaruh Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) terhadap Niat Penggunaan (*Behavioral Intention*) QRIS pada konsumen yang melakukan transaksi pada UMKM halal di Kabupaten Sleman.
5. Menganalisis pengaruh Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude Toward Using*) terhadap Niat Penggunaan (*Behavioral Intention*) QRIS pada konsumen yang melakukan transaksi pada UMKM halal di Kabupaten Sleman.
6. Menganalisis pengaruh Niat Penggunaan (*Behavioral Intention*) terhadap Perilaku Penggunaan QRIS pada konsumen yang melakukan transaksi pada UMKM halal di Kabupaten Sleman.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan penelitian tentang ekonomi digital dan perilaku konsumen dalam sistem pembayaran digital. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur tentang penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM), melihat perilaku konsumen saat menggunakan teknologi pembayaran digital, khususnya QRIS. Maka dari itu penelitian ini bisa menjadi referensi teoretis untuk memahami bagaimana persepsi konsumen tentang kemudahan penggunaan teknologi dan persepsi manfaat memengaruhi perilaku mereka.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi Pelaku UMKM

      Diharapkan penelitian ini bisa memberikan informasi mengenai perilaku konsumen dalam menggunakan QRIS, khususnya yang dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas layanan pembayaran digital, sehingga dapat mendorong peningkatan penggunaan QRIS, memperlancar proses transaksi, serta meningkatkan kepuasan konsumen.

   b. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

      Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar penelitian lebih lanjut yang mengkaji perilaku konsumen saat menggunakan teknologi pembayaran digital. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi dasar untuk pengembangan penelitian lebih lanjut yang menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam konteks yang lebih luas, baik di sektor UMKM maupun bidang ekonomi digital lainnya.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini disusun secara sistematis sehingga memberikan gambaran yang jelas tentang isi setiap bab. berikut:

Bab I: Pendahuluan

Bab Ini memberikan latar belakang penelitian, termasuk rumusan masalah tujuan penelitian, fenomena penggunaan QRIS dalam transaksi UMKM, selain itu, penting untuk mengkaji perilaku konsumen saat menggunakan sistem pembayaran digital, seperti yang dijelaskan pada bagian ini.

Bab II: Tinjauan Pustaka

Teori yang akan digunakan dalam penelitian dibangun dalam bab ini, terutama teori model penerimaan teknologi (TAM) yang berkaitan dengan perilaku yang berkaitan dengan teknologi. Bab ini juga membahas ide-ide yang relevan seperti persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan bagaimana konsumen bertindak. Bab ini juga menyajikan hasil penelitian sebelumnya, kerangka pemikiran penelitian, dan hipotesis hasil hipotesis yang akan diuji.

Bab III: Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian dibahas dalam bab ini. Termasuk jenis penelitian, tempat, dan objek penelitian. (konsumen yang menggunakan QRIS) untuk transaksi UMKM di Kabupaten Sleman), populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, variabel, dan teknik analisis data yang digunakan untuk mengevaluasi hubungan antar variabel.

Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil pengelolaan data dalam penelitian dibahas dalam bab ini. Karakteristik responden, hasil analisis data, dan teori yang digunakan, terutama tentang bagaimana konsumen menggunakan QRIS yang didasarkan pada TAM.

Bab V: Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan rekomendasi untuk penelitian lanjutan dan pihak-pihak terkait UMKM, pengembangan sistem pembayaran digital, dan lainnya.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

A. Telaah Pustaka

Dalam Penelitian ini, berbagai penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penerimaan serta perilaku penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) berdasarkan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dianalisis sebagai dasar penyusunan kajian. Telaah pustaka tersebut bertujuan untuk memperkuat landasan teoritis penelitian sekaligus mengidentifikasikan *research gap* yang masih terdapat pada penelitian-penelitian sebelumnya, sehingga menjadi dasar dalam penyusunan penelitian ini.

Landasan utama dalam penelitian ini merujuk pada penelitian yang dikembangkan oleh (Davis, 1989) dengan judul "*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology"*. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* merupakan dua konstruk utama yang memengaruhi terbentuknya niat individu untuk menggunakan suatu teknologi. Niat tersebut selanjutnya akan mendorong munculnya perilaku penggunaan teknologi secara aktual.

Kedua, Penelitian oleh (Saputra et al., 2024) dengan judul penelitian "Penerimaan Teknologi QRIS bagi Pelaku UMKM kabupaten Banyumas Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM)" membahas penggunaan QRIS dengan menambahkan variabel keamanan ke model TAM. Hasilnya menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memengaruhi keinginan untuk menggunakan QRIS secara signifikan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa, selain menjadi komponen utama TAM, keamanan juga menjadi faktor penting saat menggunakan sistem digital

Ketiga, Penelitian oleh (Setiawan et al., 2025) dengan judul "Analisis *Technology Acceptance Model* pada penggunaan QRIS (Studi Kasus UMKM Madiun)" membahas penggunaan QRIS dan pembuatan model TAM dengan menambah variabel keamanan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap minat penggunaan QRIS. Hasilnya menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keinginan untuk menggunakan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa, selain menjadi komponen utama TAM, keamanan juga menjadi pertimbangan saat memilih sistem pembayaran digital.

Keempat, Penelitian oleh (Dedy et al., 2025) dengan judul "Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Adopsi Fintech oleh UMKM di Wilayah Perbatasan Indonesia-Malaysia". Membahas adopsi *fintech* Oleh UMKM menggunakan pendekatan TAM. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi kemudahan dan keuntungan berdampak pada keputusan untuk menggunakan *fintech.* Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan teknologi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan teknologi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kedua faktor utama TAM masih relevan untuk menjelaskan penerimaan teknologi finansial.

Kelima, Penelitian oleh (Fuad et al., 2018) dengan judul "Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam) dan Perceived Risk untuk Mengidentifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Belanja Online Di Kalimantan". mengembangkan model TAM dengan menambahkan variabel persepsi risiko dalam konteks e-commerce. Penelitian ini menyelidiki dampak risiko terhadap keinginan untuk menggunakan teknologi. Penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko memengaruhi niat penggunaan. Singkatnya, minat orang untuk

menggunakan teknologi tersebut berkurang seiring dengan tingkat risiko yang dirasakan. Dengan menambahkan variabel persepsi risiko sebagai faktor eksternal yang memengaruhi niat untuk menggunakan teknologi, penelitian ini tetap menggunakan model TAM sebagai dasar.

Keenam, Penelitian oleh (Kaloka & Wibowo, 2024) dengan judul "Analisis *Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap Penggunaan *Fintech Peer To Peer* (P2P) Lending sebagai Alternatif Pendanaan Modal Kerja UMKM Kuliner di Alun-alun Karanganyar" mengkaji penggunaan dengan menambahkan variabel kepercayaan. dalam penelitian ini berperan sebagai pengembangan dari model TAM tidak mengubah hubungan antar variabelnya. Studi ini menyelidiki bagaimana kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan niat penggunaan berhubungan satu sama lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memengaruhi kepercayaan dan perilaku kognitif. Oleh karena itu, ditemukan bahwa kepercayaan berfungsi sebagai penghalang untuk penerimaan teknologi finansial.

Ketujuh, penelitian oleh (Husrizal Syah et al., 2022) dengan judul "*Understanding the technology acceptance model in the QRIS usage: Evidence from SMEs* in Indonesia" membahas penggunaan QRIS di Indonesia dan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan QRIS oleh bisnis. Temuan dalam penelitian tersebut mengungkapkan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minatt penggunaan QRIS. Studi ini menemukan bahwa model TAM masih sangat relevan untuk menjelaskan penerimaan QRIS di Indonesia.

Kedelapan, penelitian oleh (Ilmi et al., 2020) dengan judul " Perkembangan Dan Penerapan *Theory Of Acceptance Model* (TAM) Di Indonesia" mengkaji perkembangan penggunaan model *Technology Acceptance Model* (TAM) di Indonesia. Penelitian ini bersifat kajian literatur yang menelaah berbagai penelitian sebelumnya. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa TAM adalah model yang paling banyak digunakan dalam penelitian terkait teknologi dan memiliki hasil konsisten. Jadi TAM adalah model yang relevan untuk digunakan dalam berbagai proyek penelitian teknologi seperti sistem pembayaran digital.

Kesembilan, penelitian oleh (Rahimi et al., 2024) dengan judul "Analisis Penggunaan Qris (*Quick Respondense Indonesian Standard*) Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Memberikan diskusi tentang implementasi QRIS dan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada peserta UMK di Pekanbaru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh Manfaat Penggunaan dan Kemudahan Penggunaan terhadap niat penggunaan serta penggunaan sistem yang sebenarnya. Hasilnya menunjukkan bahwa kedua variabel utama TAM, Manfaat Penggunaan dan Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan, yang akan berdampak pada penggunaan QRIS yang sebenarnya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model TAM dapat menjelaskan secara efektif tentang penerimaan QRIS.

Kesepuluh, penelitian oleh (Maulidin et al., 2025) dengan judul "Analisis Penerimaan Teknologi QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital Dengan Metode TAM" mengkaji penerimaan QRIS pada UMKM di kota Lhokseumawe dengan menggunakan model TAM. Penelitian ini berfokus pada tingkat penerimaan dan faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi pembayaran digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penerimaan QRIS cukup tinggi, dengan nilai persetujuan mencapai lebih dari 85% selain itu, *Perceived Usefulness* dan behavioral intention terbukti berpengaruh besar terhadap penggunaan aktual, sementara *Perceived ease of use* tidak selalu signifikan. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa teknologi memiliki manfaat yang lebih besar dari pada kemudahan dalam kondisi tertentu.

Kesebelas, penelitian oleh (Lestari et al., 2025) dengan judul "Analisis Penerimaan QRIS Menggunakan Metode TAM" .penelitian ini dilakukan guna mengungkap berbagai faktor yang mendorong ketertarikan generasi muda untuk menggunakan QRIS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun QRIS cukup populer, penggunaannya masih belum optimal. Faktor kemudahan dan keuntungan masih berpengaruh, tetapi ada masalah dengan preferensi penggunaan dan cara pengguna menggunakan metode pembayaran lain. Penelitian ini menunjukkan bahwa generasi muda memiliki potensi besar untuk menggunakan QRIS, tetapi mereka perlu mendapatkan pengetahuan dan kebiasaan menggunakannya.

Keduabelas, Penelitian oleh (Erika et al., 2024) dengan judul "Analisis Pembayaran dengan Menggunakan Sistem Qris Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM di Pekanbaru" membahas bagaimana penerimaan QRIS berdampak pada kinerja UMKM di Pekanbaru. Penelitian ini menekankan pengaruh penerapan QRIS terhadap pendapatan dan efisiensi usaha, Hasilnya menunjukkan bahwa penerapan QRIS meningkatkan kinerja UMKM, terutama dalam hal peningkatan pendapatan dan kemudahan transaksi. Studi ini menemukan bahwa QRIS tidak hanya dapat digunakan sebagai alat pembayaran tetapi juga memiliki kemampuan untuk meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan.

Ketigabelas, penelitian oleh (Arfian et al., 2024) dengan judul "Transformasi Digital UMKM Melalui Sistem Pembayaran elektronik: Studi Penerimaan dengan Model TAM" membahas penerimaan sistem pembayaran elektronik pada UMKM yang menggunakan model TAM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* memengaruhi niat untuk menggunakan sistem pembayaran digital . penelitian ini juga menunjukkan bahwa TAM dapat menjelaskan proses penerimaan secara menyeluruh.

Keempatbelas, Penelitian oleh (Pradesyah et al., 2024) dengan judul "*Technology Accepntance Model, Halal MSMEs Intention in Using*

QRIS" membahas keinginan untuk menggunakan QRIS pada UMKM halal di kota Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan TAM bersama dengan TPB dan dianalisis menggunakan SEM-PLS hasilnya menunjukkan bahwa model TAM masih relevan dalam menjelaskan penggunaan QRIS pada UMKM halal, meskipun pengaruh TAM lebih kecil daripada TPB. Penelitian ini sangat relevan dengan penelitian lain yang secara langsung mengkaji penggunaan QRIS pada UMKM halal.

Sebuah pendekatan *Technology Acceptancce Model* (TAM) diciptakan untuk menjelaskan perilaku dan penerimaan teknologi pembayaran digital, khususnya QRIS seperti yang ditunjukkan oleh keempatbelas studi terdahulu yang relevan (Davis, 1989). Model ini menekankan bahwa dua konstruk utama, yaitu *Perceived Usefulness* (persepsi manfaat) dan *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan), menjadi faktor utama yang memengaruhi pembentukan *Behavioral Intentention* (niat penggunaan), yang pada akhirnya berdampak terhadap *Actual System Use* (penggunaan aktual).

Secara umum, temuan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk menggunakan teknologi. Ini berarti bahwa pengguna, khususnya pelaku UMKM, akan lebih cenderung menggunakan QRIS jika melihat bahwa itu dapat membantu pengelolaan keuangan yang lebih baik, mempercepat pembayaran, dan meningkatkan efisiensi transaksi. Berbagai penelitian empiris memperkuat temuan ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan serigkali menjadi faktor utama yang mendorong adopsi teknologi.

Disisi lain, penerimaan teknologi dipengaruhi oleh *Perceived Ease of Use.* sangat penting bahwa sistem QRIS dapat diakses dan digunakan dengan mudah, terutama bagi UMKM yang memiliki keterbatasan dalam literasi digital. Studi menunjukkan bahwa niat penggunaan dan persepsi manfaat dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan. Dengan kata lain,

pengguna akan merasakan manfaat yang lebih besar dari teknologi yang lebih mudah digunakan.

Selain itu, hubungan antara Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat dalam kerangka TAM menunjukkan hubungan yang sistematis. Kemudahan penggunaan yang tinggi akan meningkatkan persepsi manfaat, sehingga pengguna pun terdorong untuk memanfaatkan teknologi QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku penggunaan teknologi dibentuk oleh kedua variabel utama TAM yang saling berhubungan, bukan satu sama lain.

beberapa penelitian menunjukkan bahwa model telah berkembang dengan menambahkan variabel eksternal seperti keamanan, kepercayaan, dan persepsi risiko. Variabel eksternal seperti itu tidak menggantikan peran utama TAM, tetapi berfungsi sebagai pendukung untuk memperkuat atau memperlemah hubungan antar variabel inti, tingkat keamanan yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap sistem. Ono menunjukkan bahwa perasaan penggunaan dan persepsi mereka masih penting untuk sistem pembayaran digital.

Banyak penelitian juga menunjukkan bahwa teknologi ini sanagat membantu bisnis dengan QRIS, pencatatan keuangan menjadi lebih mudah dan akses ke sistem keuangan digital menjadi lebih mudah. Bahkan, penelitian telah menunjukkan bahwa penggunaan QRIS dapat meningkatkan pendapatan perusahaan dan efisiensi operasional. Hal ini menunjukkan bahwa penerimaan teknologi mempengaruhi pertumbuhan bisnis selain hanya niat penggunaan.

Meskipun demikian, penelitian sebelumnya masih memiliki beberapa keterbatasan, berdasarkan pemeriksaan literatur yang menyeluruh. Banyak penelitian hanya berkonsentrasi pada menguji hubungan antar variabel TAM secara parsial, tanpa mempelajari konteks perilaku konsumen dalam menggunakan QRIS, terutama dalam transaksi

di sektor UMKM. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dalam kondisi tertentu, pengaruh Persepsi kemudahan tidak selalu dominan dibandingkan dengan persepsi manfaat, yang menunjukkan bahwa karakteristik pengguna dan lingkungan pengguna berbeda.

Oleh karena itu, penelitian ini sangat penting untuk mempelajari kembali penerimaan QRIS dan perilakunya dengan menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM) secara lebih terfokus dan kontekstual, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan memengaruhi niat dan perilaku penggunaan untuk menggunakan QRIS, sehingga dapat memungkinkan.

Tabel 0.1 Perbedaan Penelitian

No	**Peneliti, Tahun & Judul**	**Jurnal**	**Metode Penelitian**	**Perbedaan dengan Penelitian Ini**
1	(Davis, 1989) – *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, annd User Acceptance of it*	MIS Quarterly	Kuantitatif (SEM)	Penelitian dasar TAM, belum sepesifik pada QRIS atau UMKM
2	(Saputra et al., 2024) – Analisis TAM pada penggunaan QRIS UMKM	Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika, Vol. 10 No.2 Tahun 2024, pp 133-142	Kuantitatif (SEM/Regresi)	Hanya menggunakan TAM, tidak menggabung

				kan UTAUT2
3	(Setiawan et al., 2025) – Pengaruh keamanan pada QRIS	Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 8No 1, Januari 2025E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259	Kuantitatif	Menambahkan variabel keamanan, belum integratif TAM–UTAUT
4	(Dedy et al., 2025) – Adopsi fintech UMKM	Valid Jurnal Ilmiah Vol. 23, No. 1 Desember 2025, h.64-78 DOI. 10.53512/valid. V23i1.595	Kuantitatif	Objek fintech umum, bukan QRIS
5	(Fuad et al., 2018) – TAM dan Risk	Jurnal Wawasan Manajemen	Kuantitatif	Fokus e-commerce, bukan QRIS
6	(Kaloka & Wibowo, 2024) – TAM dan Trust pada fintech	Jurnal Manajemen Riset Inovasi Vol. 2, No. 3 Juli 2024 e-ISSN : 2964-7800; p-ISSN : 2963-2307, Hal 132-143	Kuantitatif	Fokus fintech lending, bukan QRIS
7	(Husrizal Syah et al., 2022) – TAM pada QRIS Indonesia	Research in Business & Social Science IJRBS VOL 11 NO 6 (2022) ISSN: 2147-	Kuantitatif	Tidak menggabungkan UTAUT2

		4478		
8	(Ilmi et al., 2020) – Studi literatur TAM	ResearchGate Vol. 16, No. 2, Juli 2020, hlm. 436-458 ISSN 0213-2431 (Print) ISSN 2502-9525 (Online	Kualitatif (literatur review)	Tidak berbasis studi lapangan
9	(Rahimi et al., 2024) – TAM pada QRIS UMKM Pekanbaru	Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen Volume 03 No 1tahun 2024	Kuantitatif	Hanya TAM, tidak integratif
10	(Maulidin et al., 2025) – Penerimaan QRIS Lhokseumawe	Jurnal Algoritma	Kuantitatif	Fokus wilayah berbeda, tidak gabung UTAUT2
11	(Lestari et al., 2025) – QRIS pada Generasi Z	Jurnal Informatika Teknologi dan Sains (JINTEKS)E-ISSN : 2686-3359SubmissionDes24, 2024| Revised Jan11, 2025|Accepted Januari16, 2025 Hal. 175-184Vol. 7; No. 1Februari2025	Kuantitatif	Fokus generasi, bukan UMKM

12	(Erika et al., 2024) – Dampak QRIS pada UMKM	Jurnal JPTAM Halaman 499-505Volume 7Nomor 3Tahun 2023	Kuantitatif	Fokus dampak, bukan penerimaan/perilaku
13	(Arfian et al., 2024) – Transformasi digital UMKM dengan TAM	Jurnal Riset Rumpun Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora Volume 3 Nomor 3 Oktober 2024 e-ISSN: 2828-7622; p-ISSN: 2828-7630, Hal 156-165	Kuantitatif	Fokus pembayaran digital umum
14	(Pradesyah et al., 2024) - Technology Acceptance Model, Halal Msmes Intention In Using Qris	Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE) Vol. 7. No. 1 (2024) e-ISSN: 2621-606X Page: 1508-1520	Kuantitatif	Fokus kepada QRIS TAM dan TPB

B. Landasan Teori

1. UMKM Halal

UMKM halal adalah usaha mikro, kecil, dan menengah yang menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, baik dari aspek bahan baku, proses produksi, distribusi, maupun transaksi. Konsep halal tidak hanya menekankan kehalalan produk, tetapi juga mencakup seluruh rantai nilai usaha (*Halal Value Chain*). Menurut (Nasution & Sihotang, 2022), UMKM halal merupakan bagian penting dalam pengembangan ekosistem industri halal nasional

karena memiliki peran strategis dalam menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen Muslim, penelitian (Pradesyah et al., 2024) juga menunjukkan bahwa digitalisasi, termasuk penggunaan QRIS, dapat mendukung peningkatan efisiensi transaksi pada UMKM halal.

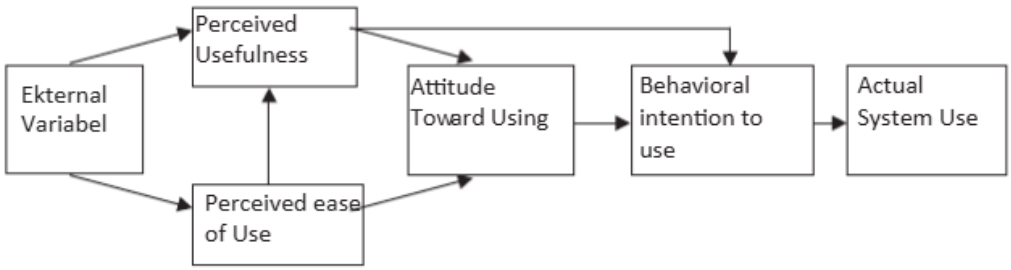
Dalam penelitian ini, UMKM halal mencakup usaha mikro, kecil, dan menengah yang menjadi tempat konsumen melakukan transaksi menggunakan QRIS di Kabupaten Sleman. Penggunaan istilah UMKM halal didasarkan pada karakteristik usaha yang menyediakan produk atau jasa yang halal serta menjalankan aktivitas usahanya dengan memperhatikan prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, cakupan UMKM dalam penelitian ini tidak terbatas pada satu skala usaha tertentu, tetapi mencakup usaha mikro, kecil, dan menengah. Namun penelitian ini tidak dimaksudkan untuk membandingkan atau mengukur perbedaan perilaku konsumen berdasarkan skala usaha tersebut, melainkan berfokus pada perilaku konsumen dalam menggunakan QRIS pada transaksi UMKM halal.

2. Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

Untuk pembayaran digital di Indonesia QRIS adalah kode QR nasional yang memungkinkan seluruh aplikasi pembayaran digunakan melalui satu kode QR yang terintegrasi. QRIS dibuat untuk membuat transaksi lebih mudah, lebih efisien, dan lebih banyak inklusi keuangan, khususnya untuk UMKM (Saputra et al., 2024). Studi ini turut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan QRIS memberikan sejumlah manfaat nyata bagi pelaku UMKM.

3. Technology Acceptance Model (TAM) dalam penggunaan QRIS

Technology Aceeptance Model (TAM) merupakan salah satu model yang banyak digunakan untuk menjelaskan penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi informasi. Model ini diperkenalkan oleh (Davis, 1989), melalui penelitian berjudul *Perceived Usability, Perceived Ease of Use, and User Adoption of Information Technology*. TAM menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh Persepsi Pengguna terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat yang diperoleh dari teknologi tersebut.



Sumber: (Afif et al., 2018)

Gambar 0.1 Teori TAM

Dalam penelitian TAM digunakan untuk menjelaskan penerimaan konsumen terhadap penggunaan QRIS. Model ini dipilih karena mampu menggambarkan hubungan antara persepsi pengguna terhadap teknologi dengan sikap, niat, dan perilaku penggunaan secara sistematis. Sesuai model tersebut, terdapat pengaruh dari *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness*, dimana manfaat yang dirasakan pengguna akan semakin meningkat seiring dengan semakin mudahnya QRIS untuk digunakan. Persepsi tersebut selanjutnya berkontribusi dalam membentuk sikap positif terhadap penggunaan QRIS (Davis, 1989).

Selain itu, *Perceived Usefulness* juga memiliki pengaruh terhadap *Attitude Towar Using*. Jika pengguna merasa QRIS menawarkan keuntungan nyata dalam proses transaksi, seperti menjadikannya lebih praktis, lebih cepat efisien, dan lebih mudah untuk membayar, mereka akan memiliki sikap positif terhadap penggunaan QRIS. Sikap positif ini kemudian memengaruhi *Behavioral Intention* , yaitu keinginan individu untuk teknologi. Pada akhirnya, ini akan menentukan apakah QRIS benar-benar digunakan atau tidak.

Selanjutnya, niat penggunaan akan memengaruhi penggunaan perilaku. Ini menunjukkan bahwa orang yang sangat tertarik pada QRIS cenderung menggunakannya dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan TAM untuk menjelaskan bagaimana persepsi konsumen

terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan QRIS dapat mempengaruhi sikap pengguna, yang kemudian memengaruhi niat penggunaan, yang pada akhirnya berdampak pada penggunaan perilaku sebenarnya QRIS dalam kehidupan nyata.

4. Persepsi Manfaat

Seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan membantu atau meningkatkan kinerja aktivitasnya (Davis, 1989). Konsumen melihat QRIS sebagai alat yang membuat transaksi lebih mudah, pembayaran lebih cepat, dan ekonomi sehari-hari lebih efisien.

Studi di Indonesia menunjukkan bahwa perasaan manfaat merupakan faktor utama yang memengaruhi keinginan untuk menggunakan teknologi (Rahimi et al., 2024) menemukan bahwa persepsi manfaat memengaruhi niat tindakan UMKM untuk menggunakan QRIS.

Selain itu, Penelitian oleh (Maulidin et al., 2025) juga menemukan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh yang lebih besar daripada persepsi kemudahan penggunaan dalam kondisi tertentu, terutama ketika pengguna telah merasakan manfaat nyata dari pengguna teknologi. Ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan secara langsung oleh pengguna adalah faktor utama dalam keputusan mereka untuk menggunakan teknologi. Oleh karena itu, persepsi manfaat adalah variabel utama yang memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan teknologi.

5. Persepsi Kemudahan Penggunaan

menurut (Davis, 1989), persepsi kemudahan penggunaan adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan suatu sistem teknologi dapat dilakukan dengan mudah dan tidak membutuhkan usaha yang signifikan. Dalam QRIS, kemudahan scan QR, kecepatan proses transaksi, dan kemudahan penggunaan sistem menunjukkan kemudahan ini.

(Saputra et al., 2024) dalam studinya menemukan bahwa kemudahan penggunaan QRIS berkaitan erat dengan minat pelaku UMKM untuk menggunakannya, sementara (Setiawan et al., 2025) menegaskan pentingnya kemudahan tersebut

dalam mendorong penerimaan khususnya bagi pengguna yang kurang memahami teknologi. Sesuai model TAM, persepsi kemudahan penggunaan turut memengaruhi niat dan persepsi manfaat, sehingga teknologi yang mudah digunakan akan lebih mudah dirasakan manfaatnya oleh pengguna.

6. Sikap Terhadap Penggunaan

Sikap terhadap Penggunaan adalah persepsi seseorang terhadap penggunaan suatu teknologi, baik positif maupun negatif. Dalam model TAM yang dikembangkan oleh (Davis, 1989), sikap menjadi variabel penting karena berfungsi sebagai penghubung antara persepsi penggunaan dan niat penggunaan. Pengguna akan mulai berpikir tentang penggunaan teknologi setelah merasakan kemudahan dan manfaat teknologi. Jika QRIS digunakan dan menawarkan keuntungan dalam transaksi, pengguna akan memiliki sikap positif terhadapnya. Sebaliknya, jika teknologi dianggap sulit atau tidak menawarkan keuntungan yang jelas, pengguna cenderung memiliki sikap negatif terhadapnya.

Dalam penelitian ini dapat di kaitkan dengan bagaimana pelanggan menilai penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran digital dalam transaksi UMKM, apakah menyenangkan, membantu praktis, dan layak digunakan secara berkelanjutan.

7. Niat Penggunaan

Perilaku adalah keinginan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi di masa mendatang (Davis, 1989), variabel ini berfungsi sebagai penghubung antara persepsi penggunaan teknologi dan perilaku nyata penggunaan teknologi dalam model TAM. Keinginan pelanggan untuk menggunakan QRIS secara berulang atau berkelanjutan dalam transaksi dapat didefinisikan sebagai niat perilaku penggunaan dalam QRIS. Persepsi manfaat dan kemudahan teknologi membentuk niat. (Husrizal Syah et al., 2022) menemukan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan QRIS memengaruhi keinginan untuk menggunakannya. Persepsi manfaat dan kemudahan yang lebih besar sebanding dengan keinginan untuk menggunakan teknologi tersebut.

8. Perilaku Penggunaan

Perilaku Penggunaan adalah bagaimana seseorang menggunakan teknologi (Davis, 1989). Faktor-faktor ini menunjukkan apakah seseorang benar-benar menggunakan teknologi ini dalam aktivitas sehari-hari mereka. Dalam penelitian ini, penggunaan aktual mengacu pada frekuensi dan intensitas penggunaan QRIS oleh konsumen dalam transaksi pada UMKM. Niat penggunaan yang telah terbentuk sebelumnya memengaruhi penggunaan aktual QRIS. Oleh karena itu, semakin tinggi niat penggunaan seseorang semakin besar kemungkinan teknologi digunakan. (Rahimi et al., 2024).

9. Hubungan Antar Variabel dalam TAM

Secara konseptual, hubungan yang ada di antara variabel TAM saling berkaitan dan sistematis. *Perceived Ease Of Use* memengaruhi *Perceived Usefulness,* yang kemudian memengaruhi *Attitude Toward Using* dan *Behavioral Intention. Attitude Toward Using* memengaruhi niat individu untuk menggunakan teknolgi, sedangkan *Behavioral Intention* memengaruhi *Perilaku Penggunaan*.

Dalam model TAM, *Attitude Toward Using* adalah variabel yang sangat penting. Pengalaman pengguna dan pandangan mereka tentang kemudahan dan keuntungan teknologi yang digunakan menentukan perspektif ini. Ketika suatu teknologi memberikan manfaat nyata dan mudah digunakan, seseorang akan memiliki sikap positif terhadapnya dan ingin menggunakannya secara berkelanjutan.

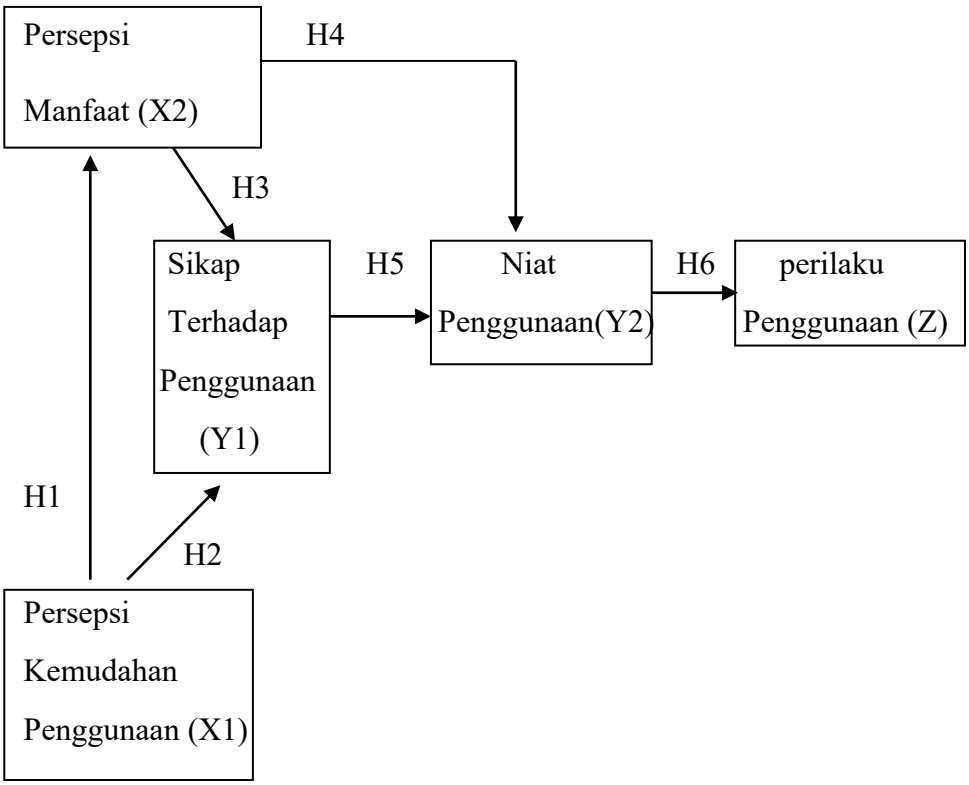
Sebuah penelitian oleh (Arfian et al., 2024) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat sangat memengaruhi keinginan untuk menggunakan sistem pembayaran digital. Selain itu, penelitian tersebut menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat mungkin membuat pengguna lebih suka teknologi digital. Ini menunjukkan bahwa penerimaan teknologi secara bertahap terjadi. Persepsi penggunaan terhadap teknologi, sikap penerimaan, niat penggunaan, dan akhirnya perilaku penggunaan yang sebenarnya.

Oleh karena itu, model TAM digunakan untuk menjelaskan bagaimana konsumen dalam transaksi UMKM menerima dan menggunakan QRIS secara logis dan terstruktur. Sikap pengguna terhadap teknologi tersebut di bentuk oleh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat, yang pada akhirnya memengaruhi niat mereka untuk menggunakannya, yang pada akhirnya berdampak pada perilaku mereka menggunakan QRIS dalam transaksi sehari-hari. Metode ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang variabel yang memengaruhi penggunaan teknologi pembayaran digital, khususnya dalam konteks pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia.

C. Kerangka Teori

1. Diagram Kerangka Pemikiran (TAM)

Kerangka pemikiran penelitian ini disusun berdasarkan model *Technology Acceptance Model* (TAM) dari (Davis, 1989), yang dapat dijelaskan sebagai berikut:



2. Penjelasan Kerangka Teori

Kerangka teori dalam penelitian ini disusun berdasarkan alur hubungan antar variabel yang terdapat dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), model ini mengungkapkan bahwa penerimaan terhadap suatu teknologi merupakan proses yang diawali dari persepsi pengguna terhadap teknologi, kemudian berkembang menjadi sikap dan niat menggunakan teknologi tersebut, hingga akhirnya tercermin dalam perilaku penggunaan secara nyata. Dalam model ini, penerimaan teknologi tidak terjadi secara instan, melainkan melalaui keterkaitan antar variabel yang saling memengaruhi secara sistematis.

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Persepsi Manfaat

   Dalam Model TAM, *Perceived Ease of Use* (Persepsi kemudahan penggunaan) memengaruhi *Perceived Usefulness* (persepsi manfaat). Hubungan tersebut menunjukkan ketika suatu teknologi dipandang mudah untuk digunakan, maka pengguna akan lebih mudah merasan manfaat yang diberikan

   Pada penggunaan QRIS, kemudahan dalam melakukan transaksi, seperti proses pemindaian kode QR yang cepat dan sederhana, dapat mendorong pengguna untuk merasakan manfaat dari teknologi tersebut dalam aktivitas sehari-hari. Oleh karena itu, semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan yang dimiliki pengguna, semakin juga persepsi manfaat yang dirasakan.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Terhadap Penggunaan

Selain memengaruhi persepsi manfaat, *Perceived Ease of Use* juga memengaruhi *Attitude Toward Using* (Sikap terhadap penggunaan). Kemudahan dalam menggunakan suatu teknologi dapat mendorong terbentuknya sikap yang positif terhadap teknologi tersebut.

Dalam penggunaan QRIS, apabila konsumen menilai bahwa sistem pembayaran tersebut mudah dipahami, praktis digunakan, serta tidak memerlukan usaha yang besar dalam pengoprasiannya, maka akan muncul rasa nyaman yang membentuk sikap positif terhadap penggunaan QRIS. Oleh karena itu, persepsi kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor yang berkontribusi dalam membentuk penerimaan terhadap teknologi pembayaran digital.

3. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Sikap Terhadap Penggunaan

   Perceived Usefulness atau persepsi manfaat juga memengaruhi *Attitude Toward Using.* Ketika pengguna merasakan manfaat yang diperoleh dari suatu teknologi, kecenderungan untuk memiliki sikap positif terhadap teknologi tersebut akan semakin besar.

   Dalam konteks penggunaan QRIS, manfaat yang dirasakan, seperti kecepatan transaksi, efisien, serta kemudahan dalam melakukan pembayaran, dapat membentuk sikap positif konsumen terhadap penggunaan QRIS.

4. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Niat Penggunaan

   Dalam *Perceived Usefulness* merupakan salah satu variabel yang memengaruhi *Behavioral Intention* (niat penggunaan). Ketika pengguna merasakan manfaat dari penggunaan suatu teknologi, kecenderungan untuk menggunakannya juga akan semakin meningkat.

   Pada penggunaan QRIS, manfaat yang diperoleh, seperti kecepatan transaksi, efisiensi, dan kemudahan dalam melakukan pembayaran, menjadi faktor yang mendorong munculnya niat untuk menggunakan teknologi tersebut.

5. Pengaruh Sikap Terhadap Penggunaan terhadap Niat Penggunaan

   Attitude Toward Using merujuk pada sikap atau penilaian pengguna terhadap penggunaan suatu teknologi. Dalam kerangka model TAM, sikap positif yang terbentuk terhadap teknologi tersebut akan

mendorong munculnya *Behavuoral Intention,* yaitu niat untuk menggunakan teknologi tersebut.

Ketika konsumen memiliki pandangan yang positif terhadap penggunaan QRIS, seperti merasa nyaman, terbantu, dan yakin bahwa QRIS itu memberikan kemudahan dalam bertransaksi, maka kecenderungan untuk menggunakan QRIS akan semakin besar.

6. Pengaruh Niat Penggunaan terhadap Perilaku Penggunaan
   Behavioral Intention adalah variabel yang secara langsung memengaruhi *Perilaku Penggunaan* (*Actual Use*). Dalam model TAM, niat untuk menggunakan suatu teknologi dipandang sebagai faktor yang mendorong terjadinya perilaku penggunaan secara nyata. Hal tersebut menunjukkan bahwa individu yang memiliki niat kuat untuk menggunakan QRIS cenderung akan menggunakannya dalam aktivitas sehari-hari.

Berdasarkan uraian tersebut, kerangka teori dalam penelitian ini menghasilkan bahwa penerimaan QRIS pada konsumen UMKM dipengaruhi oleh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat. Kedua variabel tersebut akan membentuk Sikap Terhadap Penggunaan, yang selanjutnya memengaruhi Niat Penggunaan, hingga pada akhirnya menghasilkan Perilaku Penggunaan dalam transaksi sehari-hari. Hubungan tersebut menggambarkan bahwa penerimaan teknologi berlangsung melalui proses yang sistematis dengan keterkaitan antar variabel sebagaimana yang dijelaskan dalam teori TAM.

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang mengacu pada *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh (Davis, 1989), maka hipotesis dalam penelitian ini disusun untuk menguji hubungan antar variabel, yaitu:

H1: Pengaruh Persepsi kemudahan terhadap Persepsi Manfaat

persepsi kemudahan penggunaan memiliki terhadap persepsi manfaat. Hubungan tersebut menunjukkan bahwa semakin mudah suatu teknologi

digunakan, semakin besar juga manfaat yang dirasakan oleh pengguna. Penelitian oleh (Davis, 1989), kemudahan dalam penggunaan suatu sistem dapat meningkatkan persepsi pengguna terhadap manfaat yang diperoleh dari teknologi tersebut. Temuan ini juga diperkuat oleh (Arfian et al., 2024) yang menunjukkan *Perceived Usefulness* pada penggunaan sistem pembayaran digital.

H2: Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Sikap terhadap pengguna

Selain memengaruhi persepsi manfaat, Persepsi kemudahan juga memiliki pengaruh terhadap sikap terhadap penggunaan. Semakin mudah teknologi itu dipakai, maka akan semakin besar juga peluang konsumen untuk membentuk sikap positif.

Dalam penggunaan QRIS, kemudahan dalam proses transaksi, kecepatan dalam proses pembayaran, dan kemudahan dalam memahami sistem pembayaran digital dapat mendorong konsumen membentuk rasa nyaman dan akan menghasilkan sikap positif terhadap penggunaan QRIS.

Penelitian oleh (Davis, 1989) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh langsung terhadap niat penggunaan teknologi. Hasil penelitian (Saputra et al., 2024) juga menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan QRIS menjadi salah satu faktor yang mendukung meningkatnya penerimaan pengguna terhadap sistem pembayaran digital.

H3: Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap sikap terhadap pengguna

Persepsi Manfaat merupakan persepsi pengguna tentang manfaat yang diperoleh oleh konsumen terhadap penggunaan teknologi. Ketika manfaat itu dirasakan oleh konsumen secara nyata, maka konsumen akan membentuk sikap yang positif terhadap teknologi yang digunakan.

Dalam penggunaan QRIS, manfaat berupa efisiensi transaksi, kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran, dan kecepatan transaksi yang dapat mendorong terbentuknya sikap positif konsumen terhadap penggunaan QRIS.

Menurut (Davis, 1989) menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan. Hasil penelitian (Rahimi et al., 2024) juga menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan pengguna mampu meningkatkan penerimaan dan akan membentuk sikap positif terhadap penggunaan QRIS.

H4: Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Niat Penggunaan

Sebagai faktor utama dalam model TAM, Persepsi Manfaat berperan pentung dalam membentuk niat penggunaan teknologi. Manfaat nyata yang dirasakan pengguna menjadi pertimbangan utama bagi mereka untuk menggunakan teknologi tersebut/

(Davis, 1989), menyatakan bahwa Persepsi Manfaat memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan teknologi. Temuan ini juga didukung oleh penelitian (Maulidin et al., 2025) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap Niat terhadap penggunaan dalam penggunaan QRIS.

H5: Pengaruh Sikap terhadap pengguna terhadap Niat Pengguna

Sikap Terhadap Penggunaan, Menggambarkan sikap atau penilaian konsumen untuk menggunakan QRIS. Sikap positif yang dibentuk oleh konsumen terhadap teknologi maka konsumen akan berniat untuk menggunakan QRIS.

Dalam penggunaan QRIS, konsumen yang merasa nyaman, akan memberikan penilaian positif terhadap teknologi tersebut.

H6: Pengaruh Niat Pengguna terhadap Perilaku Penggunaan

Niat Penggunaan adalah faktor yang memengaruhi konsumen terhadap perilaku penggunaan. Dalam TAM, niat penggunaan adalah keputusan konsumen untuk menggunakan QRIS yang akan terjadi perilaku penggunaan.

Hal ini menunjukkan bahwa ketika seseorang memiliki niat yang lebih kuat untuk menggunakan QRIS, maka kemungkinan besar teknologi tersebut akan benar-benar digunakan dalam aktivitas sehari-hari.

Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin kuat niat konsumen untuk menggunakan QRIS, maka akan semakin besar peluang konsumen untuk benar-benar menggunakan QRIS dalam aktivitas sehari-hari. (Davis, 1989) menunjukkan bahwa Niat Penggunaan berpengaruh terhadap perilaku penggunaan. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian (Maulidin et al., 2025) juga menunjukkan bahwa Niat Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan QRIS pada UMKM.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dengan menggunakan metode survei penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif untuk menguji secara empiris dan terukur hubungan antar variabel sesuai hipotesis yang telah disusun sebelumnya. Selain itu, pendekatan ini dianggap sesuai untuk menganalisis penerimaan teknologi pembayaran digital QRIS pada konsumen UMKM di Kabupaten Sleman berdasarkan model *Technology Acceptance Model* (TAM).

Menurut (Creswell, 2014), penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk menguji teori dengan cara mengukur variabel dalam bentuk data numerik dan dianalisis menggunakan teknik statistik pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh hasil yang objektif serta mampu menjelaskan hubungan antar variabel secara sistematis.

Dalam konteks penelitian ini pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis hubungan antar *Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Attitude toward Using, Behavioral Intention,* dan Perilaku Penggunaan (*Actual Use)* dalam penggunaan QRIS pada transaksi UMKM di Kabupaten Sleman. Variabel-variabel tersebut mengacu pada model TAM yang dikembangkan oleh (Davis, 1989).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa kabupaten Sleman merupakan salah satu wilayah dengan perkembangan UMKM yang cukup banyak dan juga tingkat adopsi teknologi pembayaran digital, khususnya QRIS,

yang relatif tinggi. Selain itu, karakteristik masyarakat di Sleman yang didominasi oleh mahasiswa dan masyarakat urban menjadikan wilayah ini cukup adaptif terhadap perkembangan teknologi. Hal ini memperkuat alasan pemilihan lokasi penelitian, karena relevan dengan fokus penelitian yang mengkaji penerimaan dan perilaku penggunaan QRIS.

Penelitian ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang dimulai dari tahapan persiapan, pengumpulan data, pengolahan data, hingga penyusunan laporan. Waktu penelitian disesuaikan dengan kebutuhan di lapangan serta jadwal akademik peneliti.

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan QRIS dalam melakukan transaksi pada UMKM di Kabupaten Sleman. Populasi ini tidak diketahui jumlahnya secara pasti, sehingga termasuk dalam kategori populasi tidak terhingga. Menurut Uma Sekarang dan Roger Bougie, populasi merupakan keseluruhan individu yang memiliki karakteristik yang dimaksud adalah konsumen yang memiliki pengalaman menggunakan QRIS dalam transaksi UMKM. Untuk memperoleh data yang representatif, penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling,* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. konsumen yang pernah menggunakan QRIS
2. pernah melakukan transaksi pada UMKM halal di kabupaten Sleman
3. dan berusia minimal 17 tahun.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat (F. Hair Jr et al., 2014) yang menyatakan bahwa dalam analisis SEM, jumlah sampel minimal adalah 5 hingga 10 kali jumlah indikator. Dalam penelitian ini terdapat 16 indikator yang digunakan untuk mengukur lima variabel penelitian, yaitu *Perceived Ease of Use* sebayak 3 indikator, *Perceived Usefulness* sebanyak 3 indikator, *Attitude Toward Using* sebanyak 3 indikator, *Behavioral Intention*

sebanyak 3 indikator, dan Perilaku Penggunaan (*Actual Use)* sebanyak 4 indikator, sehingga jumlah sampel minimal adalah:

16 x 10 = 160

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 160 responden

D. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Data ini digunakan untuk mengukur persepsi dan perilaku konsumen terhadap penggunaan QRIS berdasarkan variabel dalam model TAM. Sementara itu, Data sekunder diperoleh berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, buku, serta laporan resmi yang relevan dengan penelitian. Data sekunder digunakan untuk memperkuat landasan teori dan mendukung analisis penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner. Menurut Rensis Likert, “skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu terhadap suatu fenomena melalui serangkaian pernyataan yang memiliki intensitas tertentu”. (Rinker, n.d.). Dalam penelitian ini, kuesioner disusun berdasarkan indikator dari variabel TAM, kemudian disebarkan secara online menggunakan Google Form untuk mempermudah distribusi dan pengumpulan data. Skala yang digunakan adalah skala Likert dengan lima jawaban, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini disusun untuk memberikan kejelasan mengenai bagaimana setiap variabel diukur secara empiris. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya mengacu pada kerangka teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh (Davis, 1989),

Variabel pertama dalam penelitian ini adalah Persepsi Kemudahan, yaitu tingkat kemudahan yang dirasakan konsumen dalam menggunakan QRIS. Variabel ini mencerminkan tingkat pemahaman, kemudahan penggunaan, dan kelancaran proses transaksi QRIS yang dirasakan konsumen.

Variabel kedua adalah Persepsi Manfaat, yaitu tingkat manfaat yang dirasakan konsumen dari penggunaan QRIS. Persepsi manfaat ini berkaitan dengan sejauh mana penggunaan QRIS mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam melakukan transaksi.

Selanjutnya, penelitian ini menggunakan variabel Sikap Terhadap Penggunaan, yaitu sikap atau evaluasi individu terhadap penggunaan QRIS. Variabel ini menunjukkan bagaimana pandangan positif atau negatif konsumen terhadap penggunaan teknologi pembayaran digital tersebut. Dalam model TAM, sikap penggunaan memiliki peran penting karena menjadi penghubung antara persepsi pengguna terhadap teknologi niat penggunaan teknologi tersebut.

Variabel berikutnya adalah Niat Penggunaan, yaitu niat atau keinginan individu untuk terus menggunakan QRIS di masa mendatang. Variabel ini mencerminkan kecenderungan perilaku pengguna terhadap penggunaan teknologi secara berkelanjutan.

Adapun variabel terakhir, keseluruhan variabel dalam penelitian ini menggambarkan alur penerimaan teknologi berdasarkan model TAM, dimulai dari persepsi kemudahan dan persepsi manfaat, kemudian memengaruhi sikap penggunaan, niat penggunaan, hingga perilaku penggunaan.

G. Instrumen Penelitian dan Kisi-Kisi

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel dalam model TAM. Instrumen dilakukan agar setiap variabel dapat diukur secara sistematis dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Tabel 0.1 Istrumen Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Item
Persepsi Kemudahan Penggunaan	Tingkat Kemudahan Penggunaan QRIS	Mudah dipahami, mudah digunakan, tidak rumit	1-3
Persepsi Manfaat	Tingkat Manfaat penggunaan QRIS	Efisiensi, Kecepatan, kemudahan transaksi	4-6
Sikap Terhadap Penggunaan	Sikap Pengguna terhadap teknologi	Sikap Positif, Rasa nyaman, ketertarikan penggunaan	7-9
Niat Penggunaan	Niat Penggunaan	Keinginan, minat, rencana penggunaan	10-12
Perilaku penggunaan	Penggunaan Aktual	Frekuensi dan intensitas Penggunaan, penggunaan aktual	13-16

H. Tenik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Metode ini dipilih karena mampu menganalisis hubungan antar variabel laten secara simultan serta sesuai untuk penelitian dengan model TAM. (F. Hair Jr et al., 2014) SEM-PLS merupakan metode analisis yang bersifat prediktif dan tidak memerlukan asumsi

distribusi normal yang ketat, sehingga sesuai digunakan dalam penelitian dengan jumlah sampel yang terbatas.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu pengujian model pengukuran (*Outer Model*) untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, serta pengujian model struktural (*Inner Model*) untuk menguji hubungan antar variabel. Selain itu, pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai T-statistic dan P-Vlue untuk menentukan signifikansi hubungan antar variabel.

I. Alur Penelitian

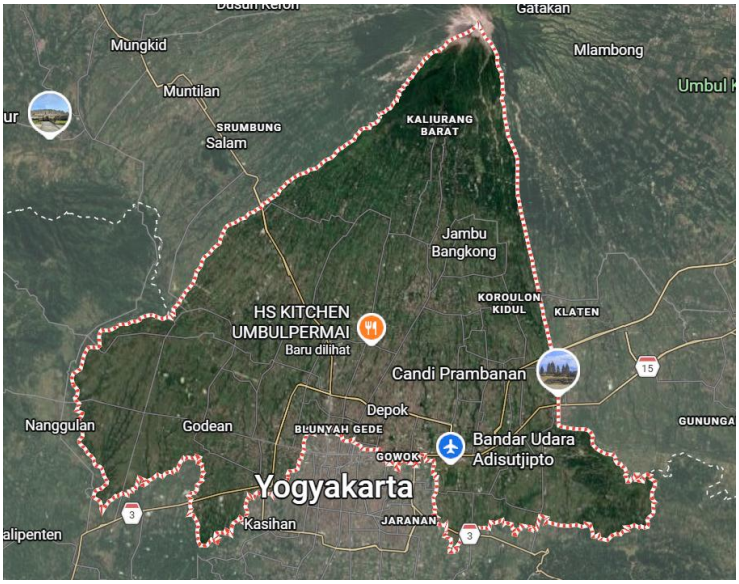
Penelitian ini dilaksanakan melalui serangkaian tahapan, dimulai dari penyusunan instrumen penelitian, dilanjutkan dengan pengumpulan data melalui kuesioner, pengolahan data menggunakan metode SEM-PLS, hingga penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis yang diperoleh. Penyusunan alur penelitian secara sistematis ini dimaksud agar proses penelitian dapat berjalan secara terstruktural dan menghasilkan temuan yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Gambaran Umum Wilayah



Sumber : Google Maps

Gambar 0.1 Peta Kabupaten Sleman

Kabupaten Sleman salah satu kabupaten yang berada di daerah Istimewa Yogyakarta dengan tingkat Pertumbuhan ekonomi yang relatif tinggi. Kabupaten ini memiliki jumlah penduduk yang besar dan didukung oleh keberadaan pusat pendidikan, kawasan perdagangan, dan juga sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berkembang pesat. Kondisi tersebut menjadikan kabupaten Sleman sebagai salah satu wilayah yang memiliki tingkat aktivitas transaksi ekonomi yang tinggi.

Berkembangnya teknologi informasi dan digitalisasi sangat mempengaruhi pola transaksi masyarakat Kabupaten Sleman. Salah satu digitalisasi yang berkembang pesat adalah penggunaan sistem pembayaran digital berbasis *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Kehadiran QRIS juga memberikan kemudahan bagi masyarakat dan pelaku UMKM dalam melakukan transaksi secara non-tunai sehingga mendukung terciptanya sistem pembayaran yang lebih efisien.

2. Penggunaan QRIS pada Transaksi UMKM di Kabupaten Sleman

QRIS adalah standar kode QR nasional yang dikembangkan oleh Bank Indonesia untuk mengintegrasikan berbagai layanan pembayaran digital hanya dengan menggunakan satu kode QR. QRIS dirancang untuk meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas inklusi keuangan, dan mendukung transformasi ekonomi digital di Indonesia.

Dalam konteks UMKM di Kabupaten Sleman, penggunaan QRIS semakin meningkat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap transaksi yang cepat praktis, dan aman. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi perilaku penggunaan QRIS oleh konsumen menggunakan pendekatan *Technologu Acceptance Model* (TAM).

3. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran mengenai profil responden yang menjadi sampel penelitian. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan frekuensi penggunaan QRIS.

B. Hasil Pengumpulan Data

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 0.1 Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	110	68.8%
Perempuan	50	31.3%
Jumlah	160	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan terdapat 110 responden berjenis kelamin laki-laki dan 50 responden berjenis perempuan, dengan keseluruhan responden 160 orang.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 0.2 Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
17-25	120	75%
26-30	27	16.9%
31-35	4	2.5%
36-40	5	3.1%
40	4	2.5%
Jumlah	160	100%

Sumber: data primer diolah, 2026

Dari tabel di atas, karakteristik responden berdasarkan usia, menunjukkan terdapat 120 responden yang berusia 17-25 tahun, 27 responden yang berusia 26 – 30 tahun, 4 responden yang berusia 31- 35 tahun, 5 responden yang berusia 36 – 40 tahun, dan 4 responden yang berusia > 40 tahun dengan keseluruhan responden 160 orang.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 0.3 Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD	0	0%
SMP	4	2.5%
SMA	81	50.6%
Diploma	5	3.1%
S1	63	39.4%
S2/S3	7	4.4%
Jumlah	160	

Sumber: data primer diolah, 2026

Dari tabel di atas, karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir, menunjukkan terdapat lulusan SD/SMP sebanyak 0 orang, lulusan SMP 4 orang, lulusan SMA 81 orang, lulusan diploma 5 orang, lulusan S1 63 orang, dan lulusan S2/S3 sebanyak 7 orang dengan keseluruhan jumlah responden 160 orang.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan QRIS

Tabel 0.4 Berdasarkan Frekuensi Penggunaan

Lama Menggunakan	Frekuensi	Persentase
1-3 Kali per bulan	24	15%
4-6 Kali Per bulan	19	11.9%
7-10 Kali Per bulan	25	15.6%
>10 Kali Per bulan	92	57.5%
Jumlah	160	

Sumber: data primer diolah, 2026

Dari tabel di atas karakteristik responden berdasarkan Frekuensi Penggunaan QRIS, menunjukkan terdapat 1 – 3 kali perbulan 24 orang, 4 – 6 kali

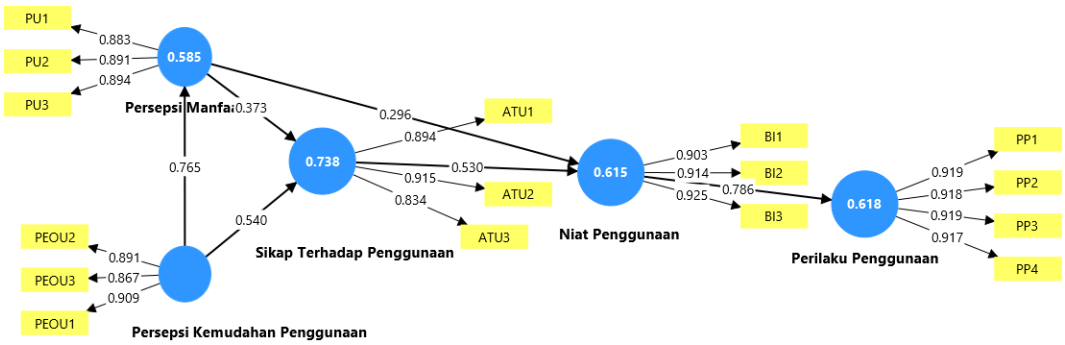
perbulan 19 orang, 7-10 kali perbulan 25 orang, dan > 10 kali perbulan sebanyak 92 orang dengan keseluruhan jumlah responden 160 orang.

a. Hasil Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisa SEM-PLS dengan proses perhitungan yang dibantu program aplikasi *Software SmartPLS 4.0.* Analisa Partial Least Square (PLS) adalah teknik statistika *multivariat* yang melakukan perbandingan antara variabel *dependent* berganda dan variabel *independent* berganda. PLS adalah salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data.

C. Analisis Model

Uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas yang menggunakan sampel berjumlah 160 orang untuk di analisis validitas dan reliabilitasnya dan hasil analisis ini juga di gunakan sebagai bahan dalam memperoleh data untuk di analisis lebih lanjut tanpa menggantikan indikator pertanyaan.



Sumber: Data Primer diolah, 2026

Gambar 0.2 Skema Model Partial Square (PLS)

1. Outer Model

Outer penelitian ini menghasilkan variabel Persepsi kemudahan oleh 3 indikator, persepsi manfaat 3 indikator, sikap terhadap pengguna 3 indikator, niat penggunaan 3 indikator, perilaku penggunaan 4 indikator.

Tahap-tahap dalam analisis SmartPLS mengevaluasi model outer menggunakan 4 kriteria yaitu menguji validitas dan reliabilitas variabel dengan melihat *Cronbach's Alpha, Composute Reliabilitiy, dan Variance Extranced (AVE)* pada masing-masing variabel. Empat kriteria pengujian sebagai berikut:

2. Convergent Validity

Convergent validity Indikator dianggap valid apabila nilai koefisien > 0,70. Factor Loadings pada penelitian ini semua variabel indikator sudah memiliki nilai > 0,70. Hal ini berarti indikator dapat dianggap *Valid.* Untuk menguji *Convergent Validity* digunakan nilai outer loading atau loading factor. Suatu Indikator dinyatakan memenuhi *Convergent Validity* dalam kategori baik apabila outher loadings > 0,70. Berikut adalah nilai outer loading dari masing-masing indikator pada variabel penelitian :

Tabel 0.5 Outer Loadings

Variabel	Indikator	Outer Loadings	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan	PEOUU1	0,909	Valid
	PEOU2	0,891	Valid
	PEOU3	0,867	Valid
Persepsi Manfaat	PU1	0,883	Valid
	PU2	0,891	Valid
	PU3	0,894	Valid
Sikap Terhadap Penggunaan	ATU1	0,894	Valid
	ATU2	0,915	Valid

	ATU3	0,834	Valid
Niat penggunaan	BI1	0,903	Valid
	BI2	0,914	Valid
	BI3	0,925	Valid
Perilaku Penggunaan	PP1	0,919	Valid
	PP2	0,918	Valid
	PP3	0,919	Valid
	PP4	0,917	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengujian validitas konvergen menggunakan SmartPLS, seluruh indikatr penelitian memiliki nilai outer loading diatas 0,70. Menurut (Hair et al., 2021), indikator dinyatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki nilai outer loading lebih dari 0,70. Dengan demikian, seluruh, indikator pada variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Sikap Terhadap Penggunaan, Niat Penggunaan, dan Perilaku Penggunaan dinyatakan valid sehingga layak digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

3. Discriminant Validity

Discriminant Validity Variabel dikatakan valid apabila *Average Variance Extracted (AVE)* darimasing-maing variabel nilainya > 0,50.

Tabel 0.6 Discriminant Validity Metode Averange Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU)	0,790	Valid
Persepsi Manfaat (PU)	0,791	Valid
Sikap Terhadap Penggunaan (ATU)	0,778	Valid
Niat Penggunaan (BI)	0,835	Valid
Perilaku Penggunaan (PP)	0,843	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan data pada tabel 4.6 diatas, dapat diketahui bahwa nilai AVE dari variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan > 0,5 dengan nilai sebesar 0,790, untuk nilai variabel Persepsi Manfaat > 0,5 dengan nilai sebesar 0,791, untuk variabel Sikap Terhadap Penggunaan > 0,5 dengan nilai sebesar 0,778, untuk variabel Niat Penggunaan > 0,5 dengan nilai sebesar 0,835, dan untuk variabel Perilaku Penggunaan > 0,5 dengan nilai sebesar 0,843. Dengan hasil ini bahwa menunjukkan setiap variabel telah memiliki *Discriminant Validity* yang baik.

4. Composite Reliability

Composite Reliability merupakan bagian yang digunakan untuk menguji reliabilitas indikator-indikator variabel. *Composite Reliability* Variabel dapat dikatakan reliabel apabila *Coposite Reliability* dari masing-masing variabel nilainya > 0,70.

Tabel 0.7 Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU)	0,919	Valid
Persepsi Manfaat (PU)	0,919	Valid
Sikap Terhadap Penggunaan (ATU)	0,913	Valid
Niat Penggunaan (BI)	0,938	Valid
Perilaku Penggunaan (PP)	0,956	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2026

Data pada tabel 4.7 menunjukkan nilai *Composite Reliability* seluruh variabel berada diatas ambang >0,70, yaitu 0,919 untuk Persepsi Kemudahan Penggunaan, 0,919 untuk Persepsi Manfaat 0,913 untuk Sikap Terhadap Penggunaan 0,938 untuk Niat Penggunaan, 0,938 dan untuk Perilaku Penggunaan, 0,956, sehingga seluruh variabel dapat dinyatakan reliabel.

5. Cronbach's Alpha

Uji reliabilitas *Composite Reliability* diatas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha.* Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel nilainya > 0,70.

Tabel 0.8 Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU)	0,867	Valid
Persepsi Manfaat (PU)	0,868	Valid
Sikap Terhadap Penggunaan (ATU)	0,857	Valid
Niat Penggunaan (BI)	0,901	Valid
Perilaku Penggunaan (PP)	0,938	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2026

Data pada tabel 4.8 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* dari seluruh variabel berada diatas >0,70, yaitu 0,867 untuk Persepsi Kemudahan Penggunaan 0,868 untuk Persepsi Manfaat, 0,857 untuk Sikap Terhadap Penggunaan, 0,901 untuk Niat Penggunaan, dan 0,938 untuk Perilaku Penggunaan, sehingga seluruh variabel dapat dinyatakan reliabel.

6. Discriminant Validity

Tabel 0.9 Discriminant Validity

Variabel	BI	AU	PEOU	PU	ATU
Niat Penggunaan	**0,914**				
Perilaku Penggunaan	0,786	**0,918**			
Persepsi kemudahan Penggunaan	0,672	0,615	**0,889**		
Persepsi Manfaat	0,713	0,599	0,765	**0,889**	
Sikap Terhadap Penggunaan	0,763	0,673	0,825	0,786	**0,882**

Sumber: Data primer diolah, 2026

Uji validitas diskriminan dilakukan menggunakan kriteria *Fornel-Lacker*. Suatu konstruk dinyatakan memenuhi validitas diskriminan apabila nilai akar

kuadrat *Average Variance Extracted (AVE)* pada diagonal lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk lainnya (Hair et al., 2021). Berdasarkan tabel diatas, seluruh nilai diagonal lebih tinggi dari pada korelasi antar konstruk, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap konstruk dalam penelitian memiliki validitas diskriminan yang baik dan mampu merepresentasikan konsep yang diukur secara berbeda dari konstruk lainnya.

7. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji Multikolinieritas ini adalah untuk menentukan multikolinieritas antar variabel dengan cara menilai korelasi antar variabel bebas

Tabel 0.10 Uji Multikolinieritas (Inner VIF Values)

Hubungan Variabel	Nilai VIF	Keterangan
Persepsi Penggunaan → Persepsi Manfaat	1,000	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Persepsi Kemudahan Penggunaan → Sikap Terhadap Penggunaan	2,412	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Persepsi Manfaat → Sikap Terhadap Penggunaan	2,412	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Persepsi Manfaat → Niat penggunaan	2,614	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Sikap Terhadap Penggunaan → Niat Penggunaan	2,614	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Niat Penggunaan → Perilaku Penggunaan	1,000	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah, 2026

Uji multikolineritas terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai *variance inflaction factor* (VIF), guna mengetahui apakah terdapat gejala multikolineritas antar variabel eksogen. Berdasarkan (Hair et al., 2021), model dinyatakan bebas dari multikolinearitas jika nilai VIF berukuran dibawah 5.

Data tabel 4.10 menunjukkan nilai VIF antar variabel berada pada rentang 1,000 singga 2,614 dengan seluruh nilai tersebut berada dibawah batas maksimum yang disarankan, sehingga dapat disimpulkan bahwa model struktural tidak mengalami masalah multikolinearitas, dengan demikian, hubungan antar konstruk dalam penelitian ini layak untuk dianalisis lebih lanjut melalui pengujian koefisien determinasi (R^2), ukuran efek (f^2), dan pengujian hipotesis menggunakan prosedur bootstrapping.

8. Outer Model Coefficient Of Determination (R^2)

Koefisien Determinasi *(Coeffiecient of Determination* atau R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan variabel eksogen (independen) dalam menjelaskan variasi pada variabel endogen (dependen) dalam model struktural. Semakin tinggi nilai R^2. Semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Menurut (Hair et al., 2021), nilai R^2 sebesar 0,75 dikategorikan kuat (substansial), 0,50 dikategorikan sedang (moderate), dan 0,25 dikategorikan lemah (weak).

Selain nilai R^2, penelitian ini juga menyajikan nilai R^2 Adjusted. Nilai tersebut merupakan koefisien determinasi yang telah disesuaikan dengan jumlah variabel prediktor dalam model sehingga memberikan estimasi yang lebih akurat terhadap kemampuan model. Perbedaan yang kecil antara nilai R^2 dan R^2 Adjusted menunjukkan bahwa model penelitian memiliki tingkat kestabilan yang baik dan tidak mengalami penurunan kemampuan prediksi akibat banyaknya variabel yang digunakan.

Tabel 0.11 Hasil Uji Coefficient of Determination

Variabel	R Square	R Square Adjusted	Interpretasi
Persepsi Manfaat	0,585	0,583	Sedang
Sikap Terhadap Penggunaan	0,738	0,735	Sedang menuju kuat
Niat Penggunaan	0,615	0,610	Sedang
Perilaku penggunaan	0,618	0,616	Sedang

Sumber: Data primer diolah, 2026

Persepsi Manfaat diperoleh R Square sebesar 0,585 dan R Square Adjusted sebesar 0,583 pada variabel persepsi manfaat. Nilai ini menunjukkan bahwa 58,5% variasi pada variabel persepsi manfaat dapat di jelaskan oleh variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan. Nilai ini termasuk pada kategori sedang (moderate), sehingga dapat dikatakan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan terbentuknya persepsi manfaat terhadap penggunaan QRIS pada UMKM di Kabupaten Sleman.

Sikap Terhadap Penggunaan Memiliki nilai R Square sebesar 0,738 dan R Square Adjusted sebesar 0,735. Nilai ini menunjukkan bahwa 73,8% variasi Sikap Terhadap Penggunaan dapat dijelaskan oleh Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat. Nilai ini termasuk pada kategori kuat (substansial), sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki kemampuan yang tinggi dalam membentuk sikap responden terhadap penggunaan QRIS.

Niat Penggunaan memiliki nilai R Square sebesar 0,615 dan R Square Adjusted sebesar 0,610. Nilai ini menunjukkan bahwa 61,5% variasi niat penggunaan dapat dijelaskan oleh variabel Persepsi Manfaat dan Sikap Terhadap penggunaan. Nilai ini termasuk kedalam kategori sedang (moderate), sehingga

model ini memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan niat responden untuk menggunakan QRIS.

Perilaku Penggunaan memperoleh nilai R Square sebesar 0,618 dan R Square Adjusted sebesar 0,616. Nilai ini menunjukkan bahwa 61,8% variasi perilaku penggunaan dapat dijelaskan oleh variabel niat penggunaan. Nilai ini termasuk kedalam kategori sedang (moderate), sehingga dapat disimpulan bahwa niat penggunaan memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan perilaku penggunaan responden dalam menggunakan QRIS.

Hasil uji *Coefficient of Determination* (R^2) secara keseluruhan menunjukkan nilai diatas 0,50, pada seluruh variabel endogen, yang mengindikasikan kemampuan penjelasan model struktural berada pada level sedang menuju kuat. Dengan nilai R^2 sebesar 0,738, sebagai yang tertinggi di antara variabel lainnya, Sikap Terhadap Penggunaan terbukti menjadi variabel yang paling baik dijelaskan oleh variabel-variabel eksogen dalam model. Selain itu, selisih yang sangat kecil antara nilai R^2 dan R^2 Adjusted pada variabel menunjukkan bahwa model penelitian memiliki tingkat kestabilan yang baik dan kemampuan prediksi yang konsisten.

9. Outer Model Effect Size (f^2)

Effect Size (f^2) digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam model struktural. Berbeda dengan nilai koefisien determinasi (R^2) yang menunjukkan kemampuan model secara keseluruhan dalam menjelaskan variabel endogen, nilai f^2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi setiap hubungan antar variabel dalam model peneltian. Menurut (Hair et al., 2021) iterpretasi nilai *Effect Size* (f^2) ada beberapa tingkatan 0,02 pengaruh kecil (*small effect*), 0,15 pengaruh sedang (*medium effect*), dan 0,35 pengaruh besar (*Large effect*). Semakin besar nilai f^2, semakin besar kontribusi suatu variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 0.12 Hasil Uji Effect Sice (f^2)

Hubungan antar variabel	Nilai f^2	Interpretasi
Persepsi Kemudahan Penggunaan → Persepsi Manfaat	1,412	Sangat besar
Persepsi Kemudahan → Sikap Terhadap Penggunaan	0,461	Besar
Persepsi Manfaat → sikap Terhadap penggunaan	0,220	Sedang
Persepsi Manfaat → Niat penggunaan	0,087	Kecil
Sikap Terhadap penggunaan → Niat penggunaan	0,279	Sedang
Niat Penggunaan → Perilaku Penggunaan	1,619	Sangat besar

Sumber: Data primer diolah, 2026

Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Persepsi Manfaat berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai *Effect Size* (*f^2*) sebesar 1,412 pada hubungan antara Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Persepsi Manfaat. Nilai tersebut jauh melebihi batas 0,35, sehingga termasuk dalam kategori pengaruh besar (*Large Effect*). Hasil ini menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki kontribusi yang sangat kuat dalam meningkatkan Persepsi Manfaat responden terhadap penggunaan QRIS. Dengan kata lain semakin mudah QRIS digunakan oleh pelaku UMKM, maka semakin besar pula manfaat yang dirasakan dari penggunaan QRIS tersebut.

Hubungan antara Persepsi kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Terhadap Penggunaan menghasilkan nilai f^2 sebesar 0,461. Nilai tersebut berada di atas batas 0,35, sehingga termasuk dalam kategori pengaruh besar (*Large Effect*). Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan dalam menggunakan QRIS memberikan kontribusi yang kuat terhadap pembentukan sikap positif responden dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital.

Hubungan antara Persepsi Manfaat terhadap Sikap Terhadap Penggunaan menghasilkan nilai f^2 sebesar 0,220. Yang berada di atas 0,15, dan tergolong dalam kategori sedang (*Medium Effect*). Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dari penggunaan QRIS memberikan kontribusi yang cukup berarti dalam membentuk sikap responden terhadap penggunaan QRIS, meskipun pengaruhnya tidak sebesar persepsi kemudahan.

Persepsi Manfaat terhadap Niat penggunaan hubungan antara Persepsi Manfaat terhadap Niat Penggunaan memperoleh nilai f^2 sebesar 0,087. Nilai tersebut berada pada rentang 0,02 – 0,15, sehingga termasuk dalam kategori pengaruh kecil (*Small Effect*). Hal ini menunjukka bahwa manfaat yang dirasakan dari penggunaan QRIS hanya memberikan kontribusi yang relatif kecil terhadap munculnya niat responden untuk terus menggunakan QRIS. Dengan demikian, terdapat faktor lain yang memiliki pengaruh lebih besar dalam membentuk Niat Penggunaan

Sikap Terhadap Penggunaan terhadap Niat Penggunaan hubungan antara Sikap Terhadap Penggunaan terhadap Niat Penggunaan memperoleh nilai f^2 sebesar 0,279. Nilai tersebut berada di atas 0,15. Sehingga termasuk dalam kategori pengaruh sedang (*Medium Effect*). Hal ini menunjukkan bahwa sikap positif responden terhadap penggunaan QRIS memiliki kontribusi yang cukup besar dalam meningkatkan niat responden untuk menggunakan QRIS dalam kegiatan transaksi.

Niat Penggunaan terhadap Perilaku Penggunaan hubungan antara Niat Penggunaan terhadap Perilaku Penggunaan memperoleh nilai f^2 sebesar 1,619, yang merupakan nilai tertinggi dalam model penelitian ini. Nilai tersebut berada di atas 0,35. Sehingga termasuk dalam kategori pengaruh besar (*Large Effect*). Hasil ini menunjukkan bahwa Niat Penggunaan memiliki kontribusi yang sangat dominan dalam menjelaskan bahwa niat penggunaan memiliki kontribusi yang sangat dominan dalam menjelaskan Perilaku Penggunaan responden dalam menggunakan QRIS. Dengan begitu semakin tinggi niat seseorang untuk

menggunakan QRIS, maka semakin besar pula kemungkinan responden benar-benar menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Berdasarkan hasil pengujian *effect size* (f^2) dapat disimpulkan bahwa hubungan antar variabel dalam model penelitian memiliki tingkat pengaruh yang bervariasi. Hubungan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap Terhadap Penggunaan, dan Niat Penggunaan terhadap Perilaku Penggunaan menunjukkan pengaruh yang besar, sehingga ketiga hubungan tersebut merupakan hubungan yang paling dominan dalam model penelitian. Sementara itu, hubungan Persepsi Manfaat terhadap Sikap Terhadap Penggunaan dan juga sikap Terhadap Penggunaan terhadap Niat Penggunaan memiliki pengaruh sedang, sedangkan hubungan Persepsi Manfaat terhadap Niat Penggunaan hanya menunjukkan pengaruh kecil.

Secara keseluruhan, hasil pengujian *effect size* f^2 memperlihatkan bahwa variabel-variabel dalam model penelitian *Technology Acceptance Model* (TAM) memiliki kontribusi yang berbeda-beda dalam menjelaskan perilaku penggunaan QRIS pada UMKM di Kabupaten Sleman. Temuan ini menunjukkan bahwa tidak semua hubungan antar variabel memiliki kekuatan berpengaruh yang sama, sehingga analisis selanjutnya melalui pengujian hipotesis (*Bootstrapping*) diperlukan untuk mengetahui apakah hubungan-hubungan tersebut signifikan secara statistik.

10. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis penelitian, digunakan metode *Bootstrapping* melalui SmartPLS 4 guna mengetahui signifikan hubungan antar variabel laten. Berdasarkan (Hair et al., 2021), hipotesis diterima jika nilai nilai *T Statistics* > 1,96 dan nilai *P Vlues* < 0,05, pada tingkat siginifikansi 5%. Hasil pengujian hipotesis berdasarkan pengolahan data SmartPLS 4 disajikan berikut ini.

Tabel 0.13 Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan Antar Variabel	Original Sample (O)	T Statistics	P Values	Keputusan
H1	Persepsi Kemudahan Penggunaan → Persepsi Manfaat	0,765	15,994	0,000	Diterima
H2	Persepsi Kemudahan Penggunaan → Sikap Terhadap Penggunaan	0,540	6,776	0,000	Diterima
H3	Persepsi Manfaat → Sikap Terhadap Penggunaan	0,373	4,782	0,000	Diterima
H4	Persepsi Manfaat → Niat penggunaan	0,296	3,047	0,002	Diterima
H5	Sikap Terhadap Penggunaan → Niat Penggunaan	0,530	5,225	0,000	Diterima
H6	Niat Penggunaan → Perilaku Penggunaan	0,786	21,186	0,000	Diterima

Sumber: Data primer diolah, 2026

a) Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Persepsi Manfaat (H1)

Pengujian *bootstrapping* terhadap hipotesis pertama menunjukkan nilai *Original Sample* (O) sebesar 0,765 degan *T Statistics* 15,994 >1,96 dan *P Values* 0,000 <0,05 yang membuktikan hubungan positif dan signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat penggunaan QRIS. Berdasarkan hasil ini, **H1 diterima.**

Dengan begitu penemuan ini menunjukkan bahwa semakin mudah QRIS digunakan oleh konsumen pada UMKM halal di Kabupaten Sleman, maka semakin besar manfaat yang di rasakan dalam penggunaannya.

b) Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap Terhadap Penggunaan (H2)

Pengujian terhadap hipotesis kedua menunjukkan nilai *Original Sample (O)* sebesar 0,540, dengan *T Statistics* 6,776 > 1,96, dan *P Values* sebesar 0,000 < 0,05. Yang membuktikan hubungan positif dan signifikan antara Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Sikap Terhadap Penggunaan. Berdasarkan hasil ini, **H2 diterima.**

Dengan begitu penemuan ini menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan QRIS mampu meningkatkan Sikap Terhadap Penggunaan QRIS.

c) Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Sikap Terhadap Penggunaan (H3)

Pengujian Terhadap Hipotesis ketiga menunjukkan nilai *Original Sample (O)* sebesar 0,373, dengan nilai *T Statistics* sebesar 4,782 > 1,96, dan *P Values* sebesar 0,000 < 0,05. Yang membuktikan hubungan positif dan signifikan antara Persepsi Manfaat dan Sikap Terhadap Penggunaan. Berdasarkan hasil ini, **H3 diterima.**

Dengan begitu penemuan ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan konsumen dari penggunaan QRIS maka semakin positif juga sikap konsumen terhadap penggunaan QRIS.

d) Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Niat Penggunaan (H4)

Pengujian terhadap hipotesis keempat menunjukkan nilai *Original Sample (O)* sebesar 0,296 dengan nilai *T Statistics* sebesar 3,047 > 1,96 dan *P Values* 0,002 < 0,05, yang membuktikan hubungan positif dan

signifikan antara Persepsi Manfaat dan Niat Penggunaan QRIS. Berdasarkan hail ini, **H4 diterima.**

Dengan begitu penemuan ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan konsumen dalam menggunakan QRIS mampu meningkatkan niat mereka untuk menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi.

e) Pengaruh Sikap Terhadap Penggunaan terhadap Niat Penggunaan (H5)

Pengujian terhadap hipotesis kelima menunjukkan nilai *Original Sample (O)* sebesar 0,530, dengan nilai *T Statistics* sebesar 5,225, > 1,96 *P Values* 0,000 < 0,05. Yang membuktikan hubungan positif dan signifikan antara Sikap Terhadap Penggunaan dan Niat Penggunaan. Berdasarkan hasil ini, **H5 diterima.**

Dengan begitu penemuan ini menunjukkan bahwa semakin positif sikap konsumen terhadap penggunaan QRIS, maka semakin tinggi juga niat konsumen untuk menggunakan QRIS.

f) Pengaruh Niat Penggunaan terhadap Perilaku Penggunaan (H6)

Pengujian terhadap hipotesis menunjukkan nilai *Original Sample (O)* sebesar 0,786, *T Statistics* sebesar 21,186 > 1,96 *P Values* sebesar 0,000 < 0,05. Yang membuktikan hubungan positif dan signifikan antara Niat Penggunaan dan Perilaku Penggunaan. Berdasarkan hasil ini, **H6 diterima.**

Dengan begitu penemuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi niat konsumen dalam menggunakan QRIS, maka semakin besar juga kemungkinan konsumen benar-benar menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi pada UMKM halal di Kabupaten Sleman.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan metode *Bootstrapping,* seluruh hipotesis dalam penelitian ini **diterima**.

Hasil penelitian ini secara keseluruhan mengonfirmasi model TAM, di mana Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat berperan penting dalam

membentuk sikap Niat Penggunaan, yang kemudian mendorong Perilaku Penggunaan QRIS pada konsumen UMKM halal di Kabupaten Sleman.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Persepsi Manfaat

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Manfaat pada penggunaan QRIS oleh konsumen UMKM halal di Kabupaten Sleman. Semakin tinggi persepsi konsumen terhadap kemudahan penggunaan QRIS, semakin tinggi pula persepsi manfaat yang dirasakan sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien jalur positif, dengan nilai *Original Sample (O)* sebesar 0,765, *T Statistics* sebesar 15,994, dan *P Values* sebesar 0,000. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima, Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam membangun keyakinan konsumen terhadap manfaat teknologi pembayaran digital. Konsumen yang menganggap QRIS mudah dipelajari, dipahami, dan dioperasikan akan lebih mudah merasakan manfaatnya, seperti transaksi yang lebih cepat, efisien, aman, dan praktis.

Temuan tersebut mendukung *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh (Davis, 1989). Yang menjelaskan bahwa *Perceived Usefulness.* Merupakan faktor yang memengaruhi *Percceived Usefulness*. Semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar pula manfaat yang dirasakan oleh pengguna. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan berbagai penelitian terdahulu yang telah di bahas. (Saputra et al., 2024) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat dalam penggunaan QRIS pada pelaku UMKM. Menurut (Saputra et al., 2024), kemudahan dalam mengoperasikan QRIS membuat pengguna lebih cepat memahami manfaat yang diperoleh, seperti efisien waktu, kemudahan pembayaran, serta meningkatnya kenyamanan dalam melakukan transaksi. Temuan serupa juga disampaikan oleh (Rahimi et al., 2024), kemudahan dalam menggunakan sistem pembayaran digital mendorong pengguna untuk memiliki persepsi manfaat yang lebih tinggi, karena teknologi tersebut

membantu transaksi berlangsung lebih efektif. (Setiawan et al., 2025) juga menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu determinan utama yang membentuk persepsi manfaat dalam penggunaan QRIS pada sektor UMKM. Kesamaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat merupakan hubungan yang konsisten pada berbagai objek penelitian yang menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model.*

Dari perspektif Islam, kemudahan (*taysir*) merupakan salah satu prinsip yang dianjurkan dalam aktivitas muamalah. Allah Swt. berfirman dalam QS. *Al-Baqarah* ayat 185 bahwa Allah mengehendaki kemudahan bagi menghendaki kemudahan bagi hamban-Nya dan tidak mengehendaki kesukaran. Prinsip tersebut menunjukkan bahwa setiap bentuk inovasi, termasuk teknologi pembayaran digital, pada dasarnya dapa diterima selama memberikan kemudahan, dan tidak bertentangan dengan syariat Islam, maka akan membawa manfaat bagi masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, konsumen UMKM halal di Kabupaten Sleman merasakan bahwa proses pembayaran menggunakan QRIS yang sederhana dan efisien mampu meningkatkan persepsi terhadap manfaat teknologi tersebut, baik dalam mempercepat transaksi, meningkatkan keamanan, maupun mengurangi penggunaan uang tunai. Dengan demikian, temuan penelitian ini secara empiris membuktikan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan menjadi faktor paling dominan dalam membentuk Persepsi Manfaat penggunaan QRIS pada konsumen UMKM halal di Kabupaten Sleman.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap Terhadap Penggunaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap Terhadap Penggunaan QRIS pada konsumen UMKM halal di Kabupaten Sleman. Semakin tinggi persepsi konsumen terhadap kemudahan penggunaan QRIS, semakin positif pula sikap yang ditunjukkan terhadap penggunaan sebagaimana di tunjukkan oleh koefisien jalur yang positif, dengan nilai *Original Sample (O)* sebesar 0,540, nilai

T Statistics sebesar 6,766, dan *P Values* sebesar 0,000. Diterimanya, hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan QRIS berperan ganda, mempermudah transaksi sekaligus membangun sikap positif konsumen terhadap teknologi pembayaran digital. Kemudahan dalam mempelajari dan mengoperasikan QRIS tanpa usaha berlebih menumbuhkan rasa nyaman dan keyakinan bahwa QRIS adalah metode pembayaran yang tepat.

Temuan penelitian ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh (Davis, 1989). Yang menjelaskan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki peran penting dalam membentuk sikap pengguna (*Attitude Toward Using*) semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin positif juga penggunaan terhadap teknologi tersebut.

Temuan ini memperkuat hasil penelitian terdahulu pada BAB II khususnya studi (Rahimi et al., 2024) yang menunjukkan pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap pengguna QRIS. Menurutnya, kemudahan dalam menggunakan sistem pembayaran digital membentuk persepsi yang lebih positif karena mendukung transaksi yang lebih praktis dan efisien. Temuan serupa dikemukakan oleh (Arfian et al., 2024) yang menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang membentuk sikap positif masyarakat dalam menerima transformasi digital pada sektor UMKM. Selain itu (Ilmi et al., 2020) juga menyatakan bahwa dalam implementasi *Technology Acceptance Model*, Persepsi Kemudahan Penggunaan merupakan faktor yang secara konsisten memengaruhi sikap pengguna terhadap suatu sistem informasi. Kesamaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara Persepsi Kemudahan Penggunaan dan sikap terhadap Penggunaan merupakan hubungan yang stabil dan konsisten dalam berbagai penelitian mengenai adopsi teknologi.

Apabila dikaitkan dengan kondisi penelitian ini, hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen UMKM halal di Kabupaten Sleman telah memiliki pengalaman yang baik dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran. Kemudahan proses pembayaran, mulai dari pemindaian kode QR hingga konfirmasi transaksi yang berlangsung secara cepat, membuat konsumen merasa bahwa penggunaan

QRIS tidak menyulitkan. Pengalaman positif tersebut secara bertahap membentuk sikap yang lebih terbuka terhadap penggunaan QRIS. Sikap positif tersebut tercermin dari kesediaan konsumen untuk memilih QRIS sebagai metode pembayaran, merasa nyaman ketika bertransaksi menggunakan QRIS serta memiliki pandangan bahwa penggunaan QRIS merupakan bagian dari perkembangan teknologi yang memberikan kemudahan dalam aktivitas ekonomi.

Selain dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan sistem, terbentuknya sikap positif konsumen juga didukung oleh semakin luasnya implementasi QRIS pada UMKM halal di Kabupaten Sleman. Semakin banyak pelaku usaha yang menyediakan fasilitas pembayaran berbasis QRIS, maka semakin sering juga konsumen memakai sistem tersebut. Frekuensi penggunaan yang semakin tinggi akan memperkuat pengalaman positif konsumen sehingga sikap terhadap penggunaan QRIS menjadi semakin baik. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses terhadap fasilitas pembayaran digital turut berperan dalam membentuk sikap positif masyarakat terhadap penggunaan QRIS.

3. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Sikap Terhadap Penggunaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap Terhadap Penggunaan QRIS pada konsumen UMKM halal di Kabupaten Sleman. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan konsumen dari penggunaan QRIS, semakin positif pula sikap mereka terhadap penggunaan sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien jalur positif, dengan nilai *Original Sample (O)* sebesar 0,373, nilai *T Statistics* sebesar 4,782, dan P Values sebesar 0,000. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan, seperti kemudahan, efisiensi, keamanan, dan kecepatan transaksi, menjadi dasar terbentuknya sikap positif konsumen dalam menerima teknologi pembayaran digital. Semakin besar manfaat yang diperoleh, semakin tinggi juga kecenderungan konsumen untuk memberikan penilaian positif terhadap penggunaan QRIS.

Temuan penelitian ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh (Davis, 1989). Teori TAM menjelaskan bawa *Perceived Usefulness* merupakan salah satu konstruk penting dalam membentuk *Attitude Toward Using.* Dimana sikap positif pengguna muncul ketika teknologi dinilai mampu meningkatkan efektivitas, efisien, dan manfaat dalam aktivitasnya.

Hasil penelitian ini juga di dukung oleh penelitian terdahulu (Saputra et al., 2024) menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap sikap penggunaan dalam menggunakan QRIS. Tingkat penerimaan pengguna terhadap QRIS dapat meningkatkan seiring dirasakan manfaat seperti efisiensi waktu, kemudahan transaksi, dan kepraktisan pembayaran, sebagaimana yang dikemukakan oleh (Saputra et al., 2024)., Hasil yang sama juga ditemukan oleh (Maulidin et al., 2025) yang menjelaskan bahwa manfaat yang dirasakan pengguna merupakan faktor yang berperan penting dalam membentuk sikap positif terhadap penggunaan sistem pembayaran digital. Selain itu, (Dedy et al., 2025) juga mengungkapkan bahwa persepsi manfaat menjadi salah satu determinan utama dalam membentuk sikap pengguna terhadap adopsi teknologi finansial pada sektor UMKM. Kesamaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan pengguna secara konsisten menjadi faktor yang mendorong terbentuknya sikap positif terhadap penggunaan teknologi.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan konsep Islam yaitu *maslahah*. Dalam ekonomi Islam *Masalah* adalah menempatkan kemanfaatan sebagai tujuan utama dalam aktivitas muamalah. Suatu teknologi akan lebih mudah diterima apabila memberikan manfaat nyata bagi penggunaannya serta tidak menimbulkan kemudaratan. Dalam konteks penggunaan QRIS, manfaat berupa kemudahan, efisiensi, keamanan, dan kecepatan transaksi menjadi nilai yang dapat meningkatkan sikap positif konsumen terhadap teknologi pembayaran digital. Oleh karena itu, persepsi manfaat yang dirasakan konsumen tidak hanya mendukung penerimaan teknologi sebagaimana dijelaskan dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), tetapi juga selaras dengan prinsip kemaslahatan dalam Islam.

4. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Niat Penggunaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan QRIS pada konsumen UMKM halal di Kabupaten Sleman. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan konsumen terhadap penggunaan QRIS, semakin tinggi pula niat mereka untuk menggunakannya dalam bertransaksi sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien jalur yang positif, dengan nilai *Original Saple (O)* sebesar 0,296, nilai *T Statistics* sebesar 3,047, dan *P Values* sebesar 0,002. Dengan demikian, hipotesis keempat (H4) diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan, seperti kemudahan, efisiensi, kecepatan, dan keamanan transaksi, menjadi faktor yang mendorong munculnya niat konsumen untuk terus menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran dalam aktivitas sehari-hari.

Temuan penelitian ini mendukung *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh (Davis, 1989). Model ini menjelaskan bahwa *Perceived Usefulness* memengaruhi *Behavioral Intention* secara langsung, di mana semakin besar manfaat yang dirasakan, maka akan semakin kuat keinginan konsumen (pengguna) untuk terus menggunakan teknologi tersebut.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah yaitu (Rahimi et al., 2024) menyatakan bahwa Persepsi Manfaat memiliki berpengaruh positif terhadap niat penggunaan QRIS. (Rahimi et al., 2024) juga menjelaskan bahwa ketika pengguna merasakan manfaat berupa kemudahan efisiensi, dan kecepatan transaksi, maka mereka cenderung memiliki keinginan untuk terus menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Temuan serupa dikemukakan oleh l (Lestari et al., 2025), yang menyebutkan bahwa manfaat yang dirasakan menjadi faktor utama pendorong niat penggunaan pembayaran digital, khususnya bagi generasi muda yang akrab dengan transaksi non-tunai. (Arfian et al., 2024) turut menegaskan peran persepsi manfaat dalam mendorong penerimaan teknologi yang memberi nilai tambah ekonomi. Kesamaan hasil ini memperkuat bahwa manfaat yang dirasakan secara konsisten memengaruhi niat penggunaan teknologi di berbagai penelitian.

Apa bila dikaitkan dengan kondisi konsumen UMKM halal di Kabupaten Sleman, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat penggunaan QRIS telah dirasakan secara nyata dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Konsumen tidak akan memandang lagi QRIS sebagai alternatif pembayaran digital, tetapi juga menjadi sarana yang mampu memberikan pengalaman transaksi yang lebih efisien di bandingkan pembayaran tunai. Kemudahan melakukan pembayaran melalui satu kali pemindaian kode QR. Transaksi yang berlangsung secara cepat, dan juga banyaknya yang menyediakan QRIS di berbagai aplikasi dompet digital. Membuat konsumen merasa bahwa penggunaan QRIS memberikan keuntungan yang praktis dalam kehidupan sehari-hari. Persepsi Manfaat tersebut pada akhirnya mendorong munculnya niat untuk terus menggunakan QRIS ketika melakukan transaksi di berbagai UMKM halal di Kabupaten Sleman.

5. Pengaruh Sikap Terhadap Penggunaan terhadap Niat Penggunaan

Hasil penelitian pengujian menunjukkan bahwa Sikap Terhadap Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan QRIS pada konsumen UMKM halal di Kabupaten Sleman. Semakin positif sikap konsumen terhadap penggunaan QRIS, semakin tinggi pula niat mereka untuk menggunakannya sebagai metode pembayaran dalam bertransaksi, sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien jalur yang positif, dengan nilai *Original Sample (O)* sebesar 0,530, nilai *T Statistics* sebesar 5,225, dan *P Values* sebesar 0,000. Dengan demikian, Hipotesis Kelima (H5) diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa sikap positif menjadi faktor penting yang mendorong terbentuknya niat konsumen untuk terus menggunakan QRIS. Ketika konsumen merasa bahwa QRIS memberikan pengalaman transaksi yang mudah, aman, dan bermanfaat, maka akan muncul keinginan untuk menjadikan QRIS sebagai pilihan utama dalam melakukan transaksi.

Temuan penelitian ini memperkuat *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh (Davis, 1989). Dalam model TAM dijelaskan bahwa *Attitude Toward Using* adalah evaluasi efektif penggunaan terhadap suatu teknologi yang berpengaruh langsung terhadap *Behavioral Intention*. Sikap positif yang terbentuk

dari pengalaman menggunakan teknologi akan meningkatkan kecenderungan pengguna untuk terus menggunakannya.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu (Ilmi et al., 2020) menyatakan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan teknologi pembayaran digital. Menurut (Ilmi et al., 2020), penggunaan yang memiliki penilaian positif terhadap suatu teknologi akan menunjukkan kecenderungan yang lebih besar untuk menggunakannya secara berkelanjutan. Hasil yang sama juga ditemukan oleh (Rahimi et al., 2024) yang menjelaskan bahwa sikap positif terhadap QRIS meningkatkan keinginan penggunaan untuk memilih QRIS sebagai metode pembayaran utama dalam aktivitas sehari-hari. Selain itu (Pradesyah et al., 2024) mengungkapkan bahwa pada sektor UMKM halal, sikap positif konsumen menjadi faktor penting untuk mendorong niat penggunaan karena konsumen merasa transaksi menjadi lebih praktis, aman, dan sesuai dengan perkembangan zaman. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan yang konsisten dalam berbagai penelitian mengenai adopsi teknologi pembayaran digital.

Dalam Perspektif Islam, terbentuknya niat diawali oleh keyakinan dan kecenderungan hati terhadap suatu perbuatan yang dinilai membawa kebaikan (*maslahah*). Ketika seseorang memiliki penilaian yang positif terhadap suatu aktivitas yang tidak bertentangan dengan syariat, maka akan muncul dorongan untuk melaksanakannya. Dalam penelitian ini, sikap positif konsumen terhadap penggunaan QRIS pada UMKM halal menjadi dasar terbentuknya niat untuk terus menggunakan sistem pembayaran digital karena dipandang memberikan kemudahan, keamanan, serta efisiensi dalam bertransaksi.

Apabila dikaitkan dengan kondisi konsumen UMKM halal di Kabupaten Sleman, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap positif terhadap QRIS terbentuk melalui pengalaman transaksi yang berulang, Konsumen yang telah beberapa kali menggunakan QRIS merasakan kemudahan dan sangat bermanfaat. Yang kemudian membangun kepercayaan terhadap sistem pembayaran tersebut. Kepercayaan tersebut akan berkembang menjadi preferensi untuk memilih metode

pembayaran ketika bertransaksi kepada UMKM halal, dengan kata lain, QRIS tidak lagi dipandang sebagai alternatif pembayaran, melainkan mulai menjadi pilihan utama karena mampu memberikan pengalaman transaksi yang lebih efisien, praktis, dan nyaman dibandingkan metode pembayaran tunai.

6. Pengaruh Niat Penggunaan terhadap Perilaku Penggunaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Niat Penggunaan berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Perilaku Penggunaan QRIS pada konsumen UMKM halal di Kabupaten Sleman. Semakin tinggi niat konsumen untuk menggunakan QRIS, semakin tinggi pula Perilaku Penggunaan mereka dalam menjadikan QRIS sebagai metode pembayaran, sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien jalur yang positif, dengan nilai *Original Sample (O)* sebesar 0,786, nilai *T Statistics* sebesar 21,186, dan *P Values* sebesar 0,000. Dengan demikian, hipotesis keenam (H6) diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa niat penggunaan tidak hanya mencerminkan keinginan untuk menggunakan QRIS. Tetapi telah diwujudkan dalam tindakan nyata berupa penggunaan QRIS secara berulang dalam aktivitas transaksi. Hal ini mengindikasikan bahwa niat penggunaan merupakan faktor yang paling menentukan dalam membentuk perilaku penggunaan QRIS.

Temuan penelitian ini memperkuat *Techbology Acceptance model* (TAM) yang dikembangkan oleh (Davis, 1989). Dalam model TAM dijelaskan bahwa *Behavioran Intention to Use* merupakan faktor penentu untuk *Actual Use.* Semakin kuat niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi, semakin besar pula kemungkinan teknologi tersebut benar-benar digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dibahas. (Rahimi et al., 2024) menemukan bahwa Niat Penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap Perilaku Penggunaan dalam menggunakan QRIS. (Rahimi et al., 2024), mengungkapkan bahwa keinginan yang kuat untuk menggunakan QRIS berkaitan dengan frekuensi penggunaan yang lebih tinggi dalam transaksi sehari-

hari, sejalan dengan temuan (Maulidin et al., 2025) yang menempatkan niat penggunaan sebagai prediktor utama keberlanjutan penggunaan pembayaran digital. (Pradesyah et al., 2024) turut menunjukkan bahwa di sektor UMKM halal, niat penggunaan yang tinggi mendorong konsumen memilih QRIS secara konsisten karena dianggap praktis, efisien, dan relevan dengan tren pembayaran digital saat ini. Hasil penelitian (Erika et al., 2024) juga menunjukkan bahwa meningkatnya penggunaan QRIS oleh konsumen memberikan dampak positif terhadap efektivitas transaksi pada UMKM, sehingga pengguna QRIS tidak hanya menguntungkan konsumen, tetapi juga mendukung peningkatan kualitas pelayanan dan pengelolaan transaksi oleh pelaku usaha. Kesamaan temuan tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara Niat Penggunaan dan Perilaku Penggunaan menjadi hubungan yang paling kuat dalam proses adopsi teknologi pembayaran digital.

Dari perspektif Islam, hubungan antara niat dan perilaku keterkaitan yang sangat erat. Rasulullah SAW. bersabda "*Sesungguhnya setiap amal bergantung pada niatnya, dan setiap orang akan memperoleh sesuai dengan apa uang diniatkannya."* (HR. Bukhori No. 1 dan Muslim No. 1907). Hadist tersebut menunjukkan bahwa niat merupakan dasar yang mendorong lahirnya suatu tindakan. Dalam konteks penelitian ini, konsumen yang memiliki niat kuat untuk menggunakan QRIS cenderung akan merealisasikan niat tersebut dalam bentuk perilaku penggunaan ketika melakukan transaksi pada UMKM halal di Kabupaten Sleman. Maka dari itu sebagaimana ajaran agama Islam yang menempatkan niat sebagai landasan utama setiap perilaku manusia, temuan penelitian ini pun selaras dengan prinsip tersebut.

Apabila dikaitkan dengan kondisi konsumen UMKM halal di Kabupaten Sleman, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Perilaku Penggunaan QRIS tidak terbentuk secara spontan, tetapi merupakan hasil dari proses penerimaan teknologi yang berlangsung secara bertahap. Konsumen terlebih dahulu merasakan bahwa QRIS mudah digunakan dan memberikan manfaat nyata. Pengalaman tersebut membentuk sikap positif terhadap penggunaan QRIS, yang kemudian berkembang

menjadi niat untuk terus menggunakan QRIS. Ketika niat tersebut semakin kuat, konsumen mulai mengubah kebiasaan bertransaksi dengan lebih sering memilih pembayaran menggunakan QRIS dibandingkan pembayaran tunai. Didukung oleh semakin luasnya implementasi QRIS pada UMKM halal di Kabupaten Sleman, perubahan tersebut menunjukkan bahwa QRIS tidak lagi dipandang sebagai inovasi semata, tetapi telah menjadi bagian dari kebiasaan transaksi masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini memberikan bukti bahwa keberhasilan implementasi QRIS tidak hanya ditentukan oleh karakteristik teknologi, tetapi juga oleh kemampuannya dalam membentuk perilaku konsumen menuju sistem pembayaran digital yang lebih praktis, efisien, dan berkelanjutan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Penerimaan dan Perilaku Konsumen dalam Menggunakan QRIS pada Transaksi UMKM Halal di Kabupaten Sleman Ditinjau dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling – Partial Least Squares* (SEM-PLS), maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Persepsi kemudahan penggunaan *(Perceived Ease of Use)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Manfaat *(Perceived Usefulness)* pada penggunaan QRIS oleh konsumen UMKM hala di Kabupaten Sleman. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin mudah QRIS dipahami, dipelajari, dan dioperasikan, maka semakin besar manfaat yang dirasakan konsumen dalam melakukan transaksi. Kemudahan penggunaan menjadi faktor yang membangun keyakinan konsumen bahwa QRIS mampu memberikan efisiensi, kepraktisan, keamanan, dan kenyamanan dalam aktivitas pembayaran digital.

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan *(Perceived Ease of Use)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap Terhadap Penggunaan *(Attitude Toward Using)*. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam menggunakan QRIS mampu membentuk sikap positif konsumen terhadap penggunaan teknologi pembayaran digital. Semakin mudah sistem digunakan, semakin tinggi tingkat kenyamanan dan penerimaan konsumen, sehingga QRIS dipandang sebagai metode pembayaran yang layak digunakan dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

3. Persepsi Manfaat *(Perceived Usefyulness)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap Terhadap Penggunaan *(Attitude Toward Using)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan konsumen, seperti kemudahan,

efisiensi, keamanan, dan kecepatan transaksi, mampu meningkatkan penilaian positif terhadap penggunaan QRIS. Dengan demikian, manfaat yang diperoleh menjadi dasar terbentuknya sikap positif konsumen dalam menerima teknologi pembayaran digital.

4. Persepsi Manfaat *(Perceived Ussefulness)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan *(Behavioral Intention).* Temuan ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan konsumen dari penggunaan QRIS, maka semakin kuat juga niat mereka untuk menggunakan QRIS secara berkelanjutan. Persepsi manfaat menjadi salah satu faktor utama yang mendorong konsumen menjadikan QRIS sebagai pilihan dalam melakukan transaksi pada UMKM halal di Kabupaten Sleman.

5. Sikap Terhadap Penggunaan *(Attitude Toward Using)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan *(Behavioral Intention).* Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap positif yang dimiliki konsumen terhadap QRIS mendorong terbentuknya niat untuk terus menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Semakin baik sikap konsumen terhadap penggunaan QRIS, semakin besar pula keinginan untuk menggunakannya dalam berbagai aktivitas transaksi.

6. Niat Penggunaan *(Behavioral Intention)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Penggunaan *(Actual Use)*, Temuan ini menunjukkan bahwa niat penggunaan merupakan faktor yang paling dominan dalam membentuk perilaku penggunaan QRIS. Konsumen yang memiliki niat kuat untuk menggunakan QRIS cenderung merealisasikan niat tersebut melalui penggunaan QRIS secara berulang dalam aktivitas transaksi. Hasil ini menunjukkan bahwa QRIS tidak hanya diterima sebagai inovasi teknologi, tetapi telah menjadi bagian dari perilaku konsumen dalam melakukan transaksi pada UMKM halal di Kabupaten Sleman.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa *Technology Acceptance Model* (TAM) mampu menjelaskan proses penerimaan teknologi hingga terbentuknya perilaku penggunaan QRIS pada Konsumen UMKM halal di Kabupaten Sleman. Proses tersebut berlangsung secara bertahap, dimulai dari

persepsi kemudahan penggunaan yang meningkatkan persepsi manfaat kemudian membentuk sikap positif, mendorong niat penggunaan, hingga akhirnya diwujudkan dalam perilaku penggunaan secara nyata. Temuan ini memperkuat *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh

.

1. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan tujuan penelitian, namun masih memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menjelaskan hasil penelitian. Pertama, Penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen UMKM halal di Kabupaten Sleman, sehingga hasil penelitian ini belum dapat disamakan dengan wilayah lain, yang mempunyai karakter sosial, ekonomi, budaya, maupun tingkat adopsi pembayaran digital yang berbeda. Kedua, penelitian ini hanya menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai dasar penyusunan model penelitian, sehingga belum memasukkan faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi perilaku penggunaan QRIS. Ketiga, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner dengan desain penelitian *cross sectional,* sehingga data yang diperolah hanya menggambarkan persepsi responden pada satu periode waktu dan belum mampu mengamati perubahan perilaku penggunaan QRIS secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini perlu dipahami sesuai dengan ruang lingkup penelitian, karakteristik responden, dan model penelitian yang digunakan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, disarankan agar palu UMKM halal di Kabupaten Sleman tidak hanya menyediakan fasilitas pembayaran menggunakan QRIS, tetapi juga meningkatkan kualitas layanan transaksi digital melalui kemudahan proses pembayaran, kecepatan pelayanan, dab memberikan edukasi sederhana kepada konsumen mengenai manfaat dan cara penggunaan QRIS. Pengalaman transaksi yang mudah, aman, dan nyaman diharapkan mampu membentuk persepsi positif dan juga mendorong konsumen untuk menggunakan QRIS secara berulang. Selanjutnya, bagi Bank Indonesia, pemerintah daerah, dan

penyedia jasa sistem pembayaran diharapkan terus memperluas literasi keuangan digital, meningkatkan kualitas infrastruktur dan memperkuat keamanan sistem pembayaran QRIS, dan memperluas implementasi QRIS pada sektor UMKM halal sehingga transformasi pembayaran digital dapat berjalan secara lebih optimal. Adapun untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian, melibatkan jumlah karakteristik responden yang lebih beragam, dan juga mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain, seperti *trust, perceived risk, social influence,* dan *habit*. Agar memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku penggunaan QRIS pada berbagai sektor usaha dan kondusu masyarakat yang berbeda.

Pada akhirnya, transformasi pembayaran digital tidak hanya ditentukan oleh perkembangan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan teknologi tersebut dalam membangun kepercayaan, memberikan manfaat, serta membentuk perilaku penggunaan yang berkelanjutan. Penelitian ini menunjukkan bahwa QRIS telah menjadi bagian dari perubahan perilaku konsumen pada transaksi UMKM halal di Kabupaten Sleman. Oleh karena itu, penguatan ekosistem pembayaran digital melalui kolaborasi antara pemerintah, Bank Indonesia, penyedia jasa sistem pembayaran, dan pelaku UMKM, menjadi langkah strategis dalam mendukung percepatan digitalisasi ekonomi serta meningkatkan daya saing UMKM halal di masa mendatang.

Daftar Pustaka

Afif, Z., Fadlly, H., Akbar, A., Syatri, J., Mustopa, M., Jaeni, A., Hakim, A., Arifin, Z., Martiningsih, D., Irwan, I., & Musadad, M. (2018). PREFERENSI MASYARAKAT DALAM PENGGUNAAN AL-QUR'AN DIGITAL. *SUHUF*, *11*, 185–214. https://doi.org/10.22548/shf.v11i2.415

Arfian, A., Siregar, J., Wibawa, S., Samnufida, R., & Lubis, B. O. (2024). Transformasi Digital UMKM Melalui Sistem Pembayaran Elektronik: Studi Penerimaan dengan Model TAM. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, *3*(3), 156–165. https://doi.org/10.55606/jurrish.v3i3.7282

BI Catat Transaksi QRIS di Yogyakarta Capai Rp 41 Triliun | Republika Online. (n.d.). Retrieved January 15, 2026, from https://rejogja.republika.co.id/berita/t5ni0j291/bi-catat-transaksi-qris-di-yogyakarta-capai-rp-41-triliun

Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4. ed). SAGE.

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, *13*(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

Dedy, Sari, M., & Balang, F. (2025). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Adopsi Fintech oleh UMKM di Wilayah Perbatasan Indonesia-Malaysia. *Valid: Jurnal Ilmiah*, *23*(1), 64–78. https://doi.org/10.53512/valid.v23i1.595

Erika, S., Wahyudi, M. R., Maharani, N. B., & Nofirda, F. A. (2024). Analisis Pembayaran dengan Menggunakan Sistem Qris Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM di Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *8*(1), 499–505. https://doi.org/10.31004/jptam.v8i1.12420

F. Hair Jr, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, *26*(2), 106–121. https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128

Fuad, S., Sangen, M., & Albushari, S. A. (2018). PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DAN PERCEIVED RISK UNTUK MENGIDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU BELANJA ONLINE DI KALIMANTAN. *JWM (JURNAL WAWASAN MANAJEMEN)*, *6*(3), 310–328. https://doi.org/10.20527/jwmthemanagementinsightjournal.v6i3.81

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: A Workbook*. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7

Hatta, A. J., & Rahmawati, N. F. (2025). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT DAN PERILAKU PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL: SEBUAH STUDI LITERATUR. *Akuntansi Dewantara*, *9*(2), 213–229. https://doi.org/10.30738/ad.v9i2.18096

Https://www.google.com/maps/place/Kabupaten+Sleman,+Daerah+Istimewa+Yogyakarta/@-7.7569775,110.4163227,64908m/data=!3m1!1e3!4m6!3m5!1s0x2e7a5ee1c5671249:0x3027a76e352bc20!8m2!3d-7.7325213!4d110.402376!16s%2Fg%2F11b_2jgvc4!5m1!1e4?entry=ttu&g_ep=EgoyMDI2MDYxMy4wIKXMDSoASAFQAw%3D%3D. (n.d.).

Husrizal Syah, D., Rahman Dongoran, F., Wahyu Nugrahadi, E., & Aditia, R. (2022). Understanding the technology acceptance model in the QRIS usage: Evidence from SMEs in Indonesia. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, *11*(6), 12–19. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i6.1917

Ilmi, M., Setyo Liyundira, F., Rachmawati, A., Juliasari, D., & Habsari, P. (2020). Perkembangan Dan Penerapan Theory Of Acceptance Model (TAM) Di Indonesia. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, *16*(2), 436–458. https://doi.org/10.31967/relasi.v16i2.371

Kaloka, D. C., & Wibowo, E. (2024). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) terhadap Penggunaan Fintech Peer To Peer (P2P) Lending sebagai Alternatif Pendanaan Modal Kerja UMKM Kuliner di Alun-alun Karanganyar. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, *2*(3), 132–143. https://doi.org/10.55606/mri.v2i3.3059

Khisan, Z., & Aqlani, M. I. Z. (2025). Transformasi Perilaku Konsumtif di Era E-Commerce: Antara Kenyamanan Digital dan Tantangan Konsumsi Berlebihan Menurut Ekonomi Islam. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, *10*(1), 117–132. https://doi.org/10.30736/jes.v10i1.1123

Kholil, S., & Bisri, H. (2025). ANALISIS PENGARUH PEMAHAMAN PRINSIP TRANSAKSI SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM BERTRANSAKSI. *Equality: Journal of Islamic Law (EJIL)*, *3*(2), 17–30. https://doi.org/10.15575/ejil.v3i2.1932

Kristi, N., Shiddieq, D. F., & Nurhayati, D. (2024). Analisis Penerimaan Aplikasi Flip Menggunakan Model Unified of Acceptance and Use of Technology 3: The

analysis of Flip application acceptance using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 model. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, *4*(2), 685–694. https://doi.org/10.57152/malcom.v4i2.1316

Lestari, M. P., Sutedi, S., & Hasibuan, S. (2025). ANALISIS PENERIMAAN QRIS MENGGUNAKAN METODE TAM. *Jurnal Informatika Teknologi Dan Sains (Jinteks)*, *7*(1), 175–184. https://doi.org/10.51401/jinteks.v7i1.5235

Maulidin, M., Fitria, R., & Ilhadi, V. (2025). *Analisis Penerimaan Teknologi QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital Dengan Metode TAM | Jurnal Algoritma*. https://jurnal.itg.ac.id/index.php/algoritma/article/view/2441

Nasution, A. S., & Sihotang, M. K. (2022). ANALISIS PADA UMKM MEDAN MARELAN DALAM EKOSISTEM HALAL VALUE CHAIN. *Journal of Sharia Economics*, *3*(2), 171–183. https://doi.org/10.22373/jose.v3i2.2033

Pradesyah, R., Khairunnisa, K., & Ismail, A. H. (2024). Technology Acceptance Model, Halal MSMEs Intention in Using QRIS. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, *7*(1), 1508–1520. https://doi.org/10.31538/iijse.v7i1.4014

Rahimi, Y., Restuti, S., & Wasnury, R. (2024). Analisis Penggunaan QRIS (Quick Response Indonesian Standard) Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, *3*(1), 177–187. https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.1.18

Rinker, T. (n.d.). *Running head: THE TREATMENT OF LIKERT DATA*.

Saputra, J. P. B., Waluyo, R., Lestari, D. P., & Ramadhani, S. A. (2024). Penerimaan Teknologi QRIS bagi Pelaku UMKM Kabupaten Banyumas Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Informatika*, *10*(2), 133–142. https://doi.org/10.26905/jtmi.v10i2.14703

Setiawan, H., Fatmala, I. A., & Hanifah, L. (2025). Analisis Technology Acceptance Model pada penggunaan QRIS (Studi Kasus UMKM Madiun). *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, *8*(1), 318–329. https://doi.org/10.36778/jesya.v8i1.1801

Simanjorang, P. H. F. (2025). Digitalisasi Pembayaran: Langkah Menuju Ekonomi Berkelanjutan dan Inklusif di Kota Yogyakarta. *Journal of Economics Development Issues*, *8*(2), 52–63. https://doi.org/10.33005/jedi.v8i2.410

Utami, N. (2025). ADOPSI PEMBAYARAN DIGITAL MELALUI QRIS DAN DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA FINANSIAL UMKM DI DAERAH

ISTIMEWA YOGYAKARTA. *TRANSAKSI*, *17*(1), 1–13. https://doi.org/10.25170/transaksi.v17i1.7116

Wati, I., Zusrony, E., & Tobing, W. T. M. (2025). DAMPAK PENGGUNAAN QRIS SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN DIGITAL OLEH DIGITAL NATIVE DENGAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM). *JURNAL LENTERA BISNIS*, *14*(3), 3898–3912. https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1792

LAMPIRAN

Koesioner:

Kuesioner Penelitian

Judul Penelitian

Perilaku Konsumen dalam menggunakan QRIS pada Transaksi UMKM Halal di Kabupaten Sleman

A. Pengantar Kuesioner

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i Responden,

Saya adalah mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia, yang sedang melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerimaan dan perilaku konsumen dalam menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada transaksi UMKM halal di Kabupaten Sleman.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Seluruh informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

Atas Perhatian dan Partisipasi Bapak/Ibu/Saudara, saya ucapkan terima kasih

Hormat saya,

Haikal Umar Havid
Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam
Universitas Islam Indonesia

B. Infomed Consent

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bersedia menjadi responden dalam penelitian yang berjudul

“ Perilaku Konsumen dalam Menggunakan QRIS pada Transaksi UMKM Halal di Kabupaten Sleman”

Saya Memahami bahwa:

a. Penelitian ini dilakukan untuk kepentingan akademik
b. Data yang saya berikan akan dijaga kerahasiaanya
c. Identitas saya tidak akan dipublikasikan
d. Serta saya mengisi kuesioner ini secara sukarela tanpa paksaan dari pihak mana pun.
    a. Bersedia
    b. Tidak Bersedia

C. Kriteria Responden

Responden penelitian ini adalah konsumen yang memenuhi kriteria berikut:

1. Responden Melakukan transaksi pada UMKM halal di Kabupaten Sleman
2. Pernah menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran
3. Berusia minimal 17 tahun

D. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
    a. Laki-Laki
    b. Perempuan
3. Usia :
    a. 17 – 25 Tahun
    b. 25 – 33 Tahun
    c. 33 – 40 Tahun
    d. > 40 Tahun
4. Pendidikan Terakhir :
    a. SD/sederajat
    b. SMP/Sederajat

c. SMA/Sederajat
d. Pendidikan Tinggi: S1, S2, S3

5. Bekerja:
   a. Pelajar/Mahasiswa
   b. Pegawai Neger Sipil (PNS)
   c. Pegawai Swasta
   d. Wirausaha
   e. Ibu Rumah Tangga
   f. Freelance/Pekerja Lepas
   g. Lainnya.....
6. Frekuensi Penggunaan QRIS dalam 1 Bulan Terakhir
   a. 1 – 3 Kali
   b. 4 – 6 Kali
   c. 7 – 10 Kali
   d. > 10 Kali

E. Petunjuk Pengisian

Berikan isi jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda.

No.	Keterangan
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)
2.	Tidak Setuju (TS)
3.	Netral (N)
4.	Setuju (S)
5.	Sangat Setuju (SS)

F. Pernyataan Kuesinoner

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	QRIS mudah dipahami					

2.	QRIS mudah digunakan saat bertransaksi					
3.	Proses pembayaran menggunakan QRIS tidak rumit					
4.	Penggunaan QRIS mempercepat proses pembayaran					
5.	QRIS membuat transaksi menjadi efisien					
6.	QRIS memudahkan saya dalam melakukan pembayaran sehari-hari					
7.	Saya merasa nyaman menggunakan QRIS					
8.	Saya menyukai penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran					
9.	penggunaan QRIS merupakan hal yang positif					
10.	Saya berniat terus menggunakan QRIS di masa mendatang					
11.	Saya akan memilih QRIS ketika tersedia sebagai metode pembayaran					
12.	Saya tertarik menggunakan QRIS secara berkelanjutan					
13.	Saya sering menggunakan QRIS saat bertransaksi					

14.	Saya rutin menggunakan QRIS ketika melakukan pembayaran					
15.	Saya mengandalkan QRIS dalam aktivitas pembayaran sehari-hari					
16.	QRIS menjadi salah satu metode pembayaran yang paling sering saya gunakan.					

G. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Kode	Jumlah Indikator	Nomor Item
Persepsi Kemudahan Penggunaan	PEOU	3	1-3
Persepsi Manfaat	PU	3	4-6
Sikap Terhadap Penggunaan	ATU	3	7-9
Niat penggunaan	BI	3	10-12
Perilaku Penggunaan	PP	4	13-16
Total		16 Indikator	1-5

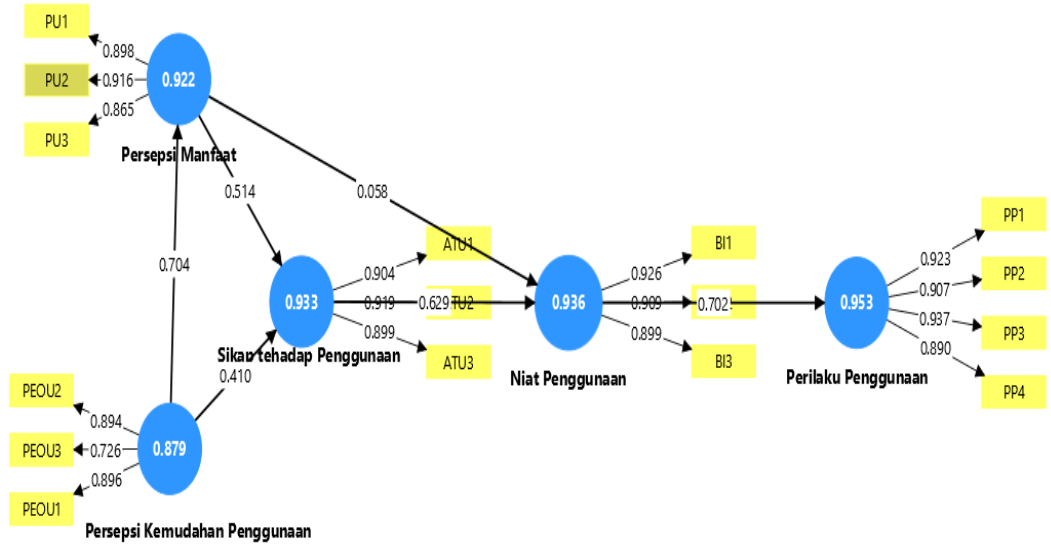
Lampiran Hasil Uji Validitas Instrumen:

Tabel L.1 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Loading Factor

Variabel	Indikator	Loading Indikator	Keterangan
Persepsi Kemudahan	PEOU1	0.896	Valid
	PEOU2	0.726	Valid
	PEOU3	0.894	Valid
Persepsi Manfaat	PU1	0.898	Valid
	PU2	0.916	Valid

	PU3	0.865	Valid
Sikap Terhadap Penggunaan	ATU1	0.904	Valid
	ATU2	0.919	Valid
	ATU3	0.899	Valid
Niat Penggunaan	BI1	0.926	Valid
	BI2	0.909	Valid
	BI3	0.899	Valid
Perilaku Penggunaan	PP1	0.923	Valid
	PP2	0.907	Valid
	PP3	0.937	Valid
	PP4	0.890	Valid

Kriteria loading faktor yaitu >0.70 maka seluruh indikator memiliki nilai loading factor diatas 0.70 sehingga dinyatakan valid.



Output Average Varience Extracted (AVE)

Tabel L.2 Nilai AVE

Variabel	AVE	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.710	Valid
Persepsi Manfaat	0.798	Valid
Sikap Terhadap Penggunaan	0.823	Valid
Niat Penggunaan	0.831	Valid
Perilaku Penggunaan	0.836	Valid

Kriteria AVE >0.50 maka seluruh variabel memiliki nilai AVE lebih besar dari 0.50 sehingga memenuhi validitas konvergen

	Cronbach's alpha	Composite reliability (r...	Composite reliability (... ▲	Average variance extrac...
Persepsi Kemudahan Pen...	0.792	0.818	0.879	0.710
Persepsi Manfaat	0.873	0.874	0.922	0.798
Sikap tehadap Penggunaan	0.892	0.893	0.933	0.823
Niat Penggunaan	0.899	0.908	0.936	0.831
Perilaku Penggunaan	0.935	0.944	0.953	0.836

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel Composite Reliability dan Cronbach’s Alpha

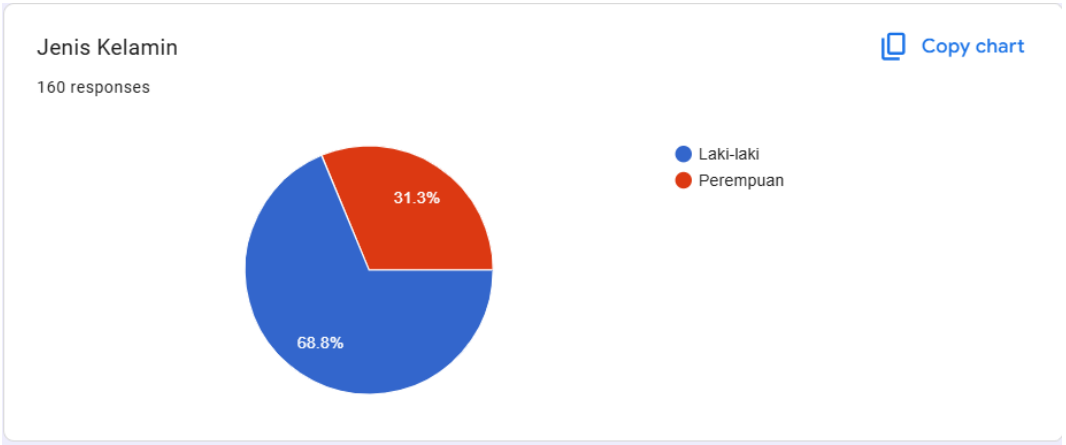
Variabel	Cronbach’s Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.792	0.818	Reliabel
Persepsi Manfaat	0.873	0.874	Reliabel

Sikap Terhadap Penggunaan	0.892	0.893	Reliabel
Niat Penggunaan	0.899	0.908	Reliabel
Perilaku Penggunaan	0.935	0.944	Reliabel

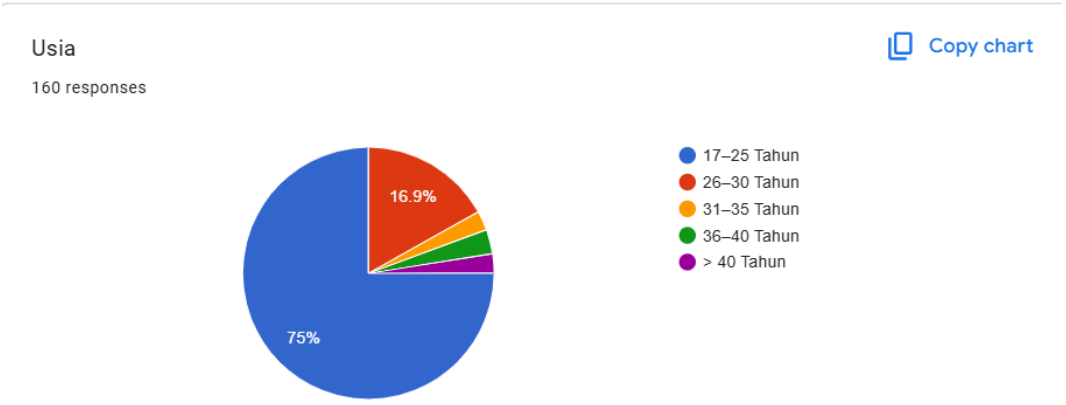
Kriteria Composite Reliabilit >0.70 dan Cronbach's Alpha >0.70 maka seluruh variabel memiliki nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha di atas 0.70 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel

Lampiran data kuesioner:

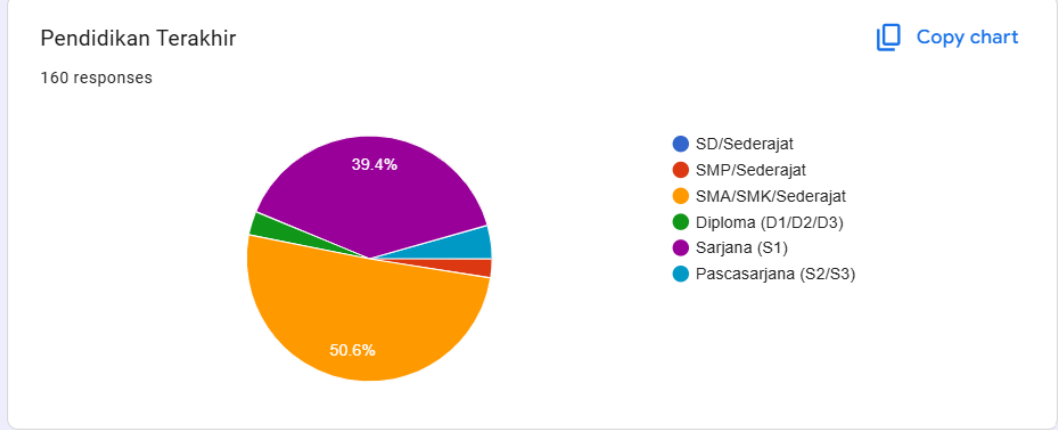
Berdasarkan Jenis Kelamin



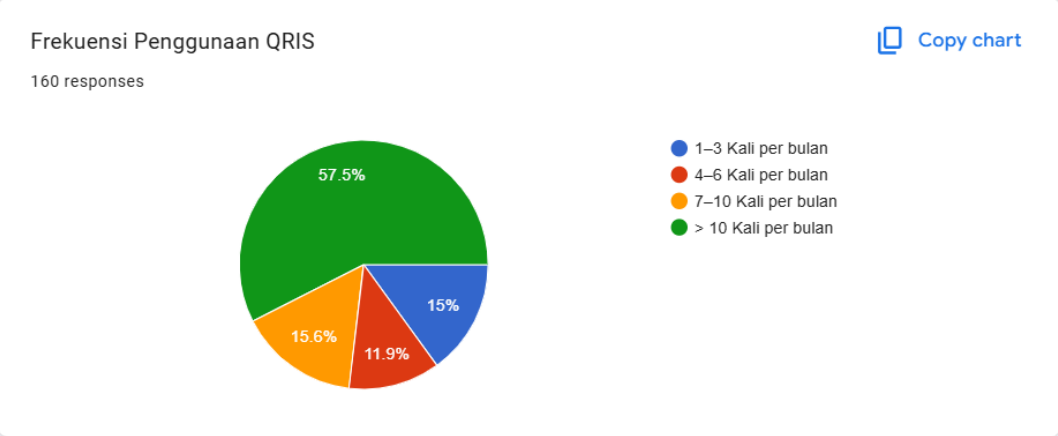
Berdasrkan Usia:



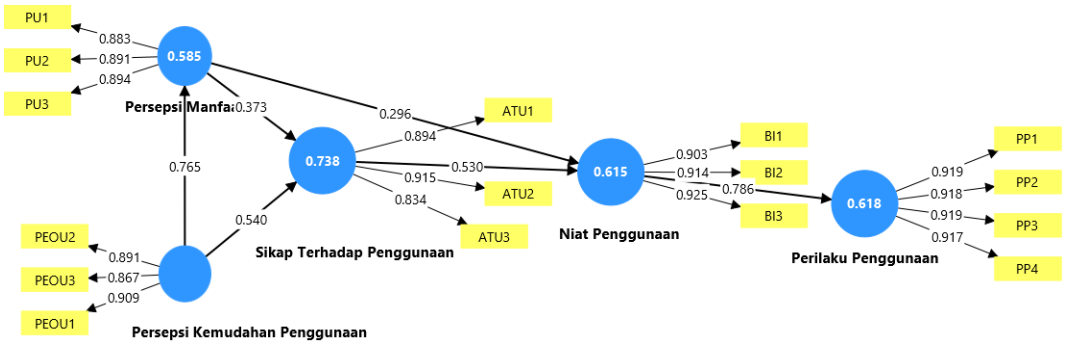
Berdasarkan Pendidikan terakhir:



Berdasarkan Frekuensi Penggunaan QRIS:



Lampiran Pengolahan data Outer Model:



Gambar Loading Factor

Outer loadings - Matrix

	Niat Penggunaan	Perilaku Penggunaan	Persepsi Kemudahan Pe...	Persepsi Manfaat	Sikap Terhadap Penggu...
ATU1					0.894
ATU2					0.915
ATU3					0.834
BI1	0.903				
BI2	0.914				
BI3	0.925				
PEOU2			0.891		
PEOU3			0.867		
PP1		0.919			
PP2		0.918			
PP3		0.919			
PP4		0.917			
PU1				0.883	
PU2				0.891	
PU3				0.894	
PEOU1			0.909		

Gambar Fornel Lacker Criterion

Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion

Copy to Excel/Word | Copy to R

	Niat Penggunaan	Perilaku Penggunaan	Persepsi Kemudahan Pe...	Persepsi Manfaat	Sikap Terhadap Penggu...
Niat Penggunaan	0.914				
Perilaku Penggunaan	0.786	0.918			
Persepsi Kemudahan Pen...	0.672	0.615	0.889		
Persepsi Manfaat	0.713	0.599	0.765	0.889	
Sikap Terhadap Penggun...	0.763	0.673	0.825	0.786	0.882

Nilai VIF Inner Model

Collinearity statistics (VIF) - Inner model - List

Copy to Excel/Word | Copy to R

	VIF
Niat Penggunaan -> Perilaku Penggunaan	1.000
Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Persep...	1.000
Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Sikap ...	2.412
Persepsi Manfaat -> Niat Penggunaan	2.614
Persepsi Manfaat -> Sikap Terhadap ...	2.412
Sikap Terhadap Penggunaan -> Niat ...	2.614

R Square

R-square - Overview

Copy to Excel/Word | Copy to R

	R-square	R-square adjusted
Niat Penggunaan	0.615	0.610
Perilaku Penggunaan	0.618	0.616
Persepsi Manfaat	0.585	0.583
Sikap Terhadap Penggun...	0.738	0.735

F Square

f-square - Matrix

Copy to Excel/Word | Copy to R

	Niat Penggunaan	Perilaku Penggunaan	Persepsi Kemudahan Pe...	Persepsi Manfaat	Sikap Terhadap Penggu...
Niat Penggunaan		1.619			
Perilaku Penggunaan					
Persepsi Kemudahan Pen...				1.412	0.461
Persepsi Manfaat	0.087				0.220
Sikap Terhadap Penggun...	0.279				

Uji Hipotesis

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values

Copy to Excel/Word | Copy to R

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (ST...	T statistics (|O/STDEV|)	P values
Niat Penggunaan -> Perilaku Penggunaan	0.786	0.786	0.037	21.186	0.000
Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Persep...	0.765	0.763	0.048	15.994	0.000
Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Sikap ...	0.540	0.537	0.080	6.776	0.000
Persepsi Manfaat -> Niat Penggunaan	0.296	0.292	0.097	3.047	0.002
Persepsi Manfaat -> Sikap Terhadap ...	0.373	0.375	0.078	4.782	0.000
Sikap Terhadap Penggunaan -> Niat ...	0.530	0.531	0.101	5.225	0.000