

PENGARUH PERSEPSI RISIKO DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PEMBAYARAN DENGAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIA STANDAR (QRIS) DENGAN DIMEDIASI KEPERCAYAAN: STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS GUNADARMA

Natasha Legia Napitupulu¹, Ikhwan HS²

Universitas Gunadarma, Indonesia^{1,2}

Email: natashalegia8@gmail.com¹, ikhwan.faturiah@binawan.ac.id²

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi risiko dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Universitas Gunadarma. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang diambil dari populasi mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Gunadarma. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan karakteristik sampel yang dipilih yaitu minimal berusia 17 tahun dan pernah melakukan transaksi pembayaran menggunakan QRIS minimal satu kali. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar dalam bentuk *google form*. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Analisis dilakukan dengan *partial least square* (PLS) menggunakan aplikasi program *SmartPLS 4.0* dengan analisis Pengujian model pengukuran (*outer model*) dan pengujian model struktural (*inner model*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan, persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan, persepsi risiko berpengaruh terhadap kepercayaan, persepsi kemudahan berpengaruh terhadap kepercayaan, kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan, persepsi risiko yang dimediasi oleh kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan, dan persepsi kemudahan yang dimediasi oleh kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan.

Kata Kunci: Persepsi risiko; Persepsi kemudahan; Minat menggunakan QRIS; Kepercayaan

Abstract

The aim of this study is to find out how risk perception and ease perception influence interest using QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) with trust as a mediation variable in students of Gunadarma University. The sample used as many as 100 respondents was taken from the population of students of the Faculty of Economics of the University of Gunadarma. Sampling using purposive sampling techniques with the selected sample characteristics of being at least 17 years of age and having performed payment transactions using QRIS at least once. Data collection on this study uses a questionnaire that is distributed in the form of a google form. In this research, the data analysis technique used is quantitative analysis. The analysis is carried out with partial least square (PLS) using the SmartPLS 4.0 program application with the analysis of the measurement model (outer model) and the testing of the structural model (inner model). The results of this study show that risk perception influences user interests, ease perceptions influence user interest, risk

How to cite: Napitupulu, N. L., & Ikhwan, H. S. (2024). Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Pembayaran dengan Quick Response Code Indonesian Standar (QRIS) dengan Dimediasi Kepercayaan: Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Syntax Literate*. (9)12. <http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i12>

E-ISSN: 2548-1398

perceptions affect trusts, convenience perceptions influence beliefs, trusts do not influence users interests. Risk perceptions mediated by beliefs do not affect user interest.

Keywords: *Perceptions of risk; Perception of ease; Interest in using QRIS; Trust*

Pendahuluan

Kemajuan teknologi digital saat ini, internet yang semakin luas telah mendorong masyarakat untuk memperbaiki sistem pembayaran di lingkungan mereka. Kebutuhan akan alat pembayaran yang lebih cepat dan fleksibel telah berubah seiring dengan kemajuan teknologi informasi, perdagangan, dan sistem pembayaran. Inovasi terbaru pada bidang tersebut yakni pembayaran elektronik (*e-payment*) (Ernawati & Noersanti, 2020; Rahmawati, 2023).

Pembayaran elektronik telah menggantikan metode pembayaran konvensional seperti uang tunai atau cek, alat pembayaran terbaru ini telah menjadi bagian dalam berbagai kegiatan masyarakat saat ini. Pembayaran elektronik ini salah satu inovasinya yakni QRIS atau Quick Response Code Indonesian Standard, inovasi ini menjadikan seseorang untuk melakukan pembayaran secara efektif serta mudah melalui perangkat seluler (Pratama et al., 2022; Setiawan, 2020).

QRIS merupakan sebuah kode berbentuk QR standar dalam melakukan proses membayar secara elektronik dengan digunakannya media digital e-money yang memiliki basis server, e-wallet, dan atau bank digital, yang diimplementasikan secara nasional pada 1 Januari 2020 di Indonesia (Ningsih et al., 2021; Novitawati & Algifari, 2023).

Semua jenis transaksi e-wallet dengan satu kode QR yakni disebut juga QRIS. Contoh faktor yang memengaruhi keputusan individu untuk menggunakan dompet digital adalah pengetahuan. Selain itu, persepsi individu sebagai konsumen juga menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi minat dalam menggunakan dompet digital (Fatonah & Hendratmoko, 2020; Hibaturrahman & Pradana, 2021).

Dompet digital memiliki beragam manfaat yang dapat memengaruhi persepsi konsumen yang mana dapat meningkatkan jumlah pengguna. Berdasarkan data Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), jumlah pengguna QRIS terus meningkat setiap bulan pada tahun 2022, mencapai sekitar 28,76 juta pengguna hingga Desember 2022 (Ersaningtyas, 2019; Faradila & Soesanto, 2016).

Pemasaran adalah proses yang melibatkan serangkaian aktivitas dalam membuat, menjelaskan, serta memberikan penilaian untuk konsumen, dan melakukan pengelolaan yang berkaitan dengan konsumen untuk mencapai tujuan organisasi. Pemasaran mencakup berbagai metode dan strategi yang digunakan dalam mencapai berbagai kepuasan pelanggan melalui materi ataupun jasa, serta menciptakan interaksi yang menguntungkan antara organisasi dan pelanggan. AMA atau American Marketing Association memberikan penjelasan bahwa proses promosi digunakan Lembaga dengan melalui berbagai aktivitas dalam membuat, menjelaskan, serta memberikan penilaian untuk konsumen, Adapun pengelolaan kaitannya dengan konsumen dilakukan dengan memberikan keuntungan untuk kepentingan maupun organisasi itu sendiri (Kotler & Keller, 2009).

Persepsi risiko terkait dengan ketidakpastian, yang berarti bahwa seseorang harus siap menerima konsekuensi dari tindakan yang telah mereka lakukan. Ketidakpastian ini dapat berupa konsekuensi yang tidak dapat diprediksi bagi pelanggan, seperti kehilangan uang, atau privasi saat menggunakan layanan perbankan online (Jogiyanto, 2007).

Menurut Turban et al., persepsi kemudahan berarti bahwa itu harus mudah digunakan dan tidak memerlukan prosedur yang dapat menyulitkan pengguna. Individu

yang memanfaatkan sistem informasi menilai bahwa dengan memanfaatkan teknologi tersebut dapat memudahkan (Noviatun, 2021).

Rasa percaya merupakan rasa atau asumsi jika apapun yang sekiranya dapat dipercaya benar adanya. Dilakukan dengan memberikan penilaian yang dibuat seseorang setelah didapatkan, menjalankan, serta berhubungan dengan pengalaman dan bukti yang menunjukkan apakah keyakinan seseorang pada hal yang dianggap nyata (Yaumi, 2017). Kepercayaan diartikan sebagai penilaian yang dibuat oleh seseorang setelah mendapatkan, memproses, serta memperoleh data yang melahirkan banyak anggapan dan penilaian (Jogiyanto, 2019).

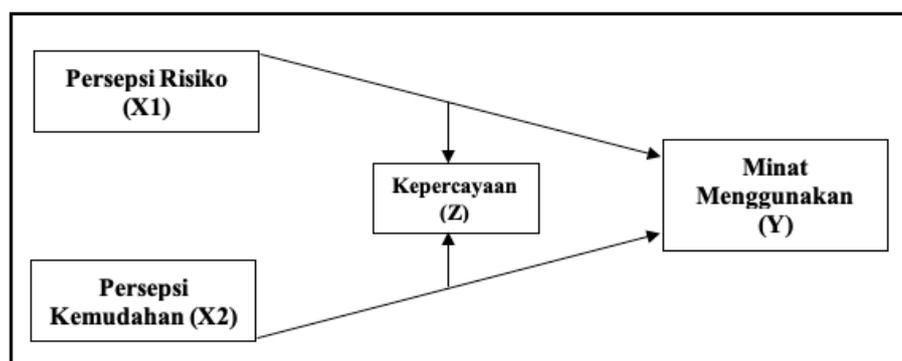
Minat (*behavior intention*) adalah keinginan yang dimiliki oleh seseorang untuk melaksanakan perilaku. Jika seseorang memiliki minat atau keinginan untuk melakukan sesuatu, mereka akan melakukan perilaku tersebut. Minat berkaitan dengan Tindakan volitional dan dapat memprediksi bagaimana seseorang akan bertindak. Namun, minat selalu berubah seiring waktu. Semakin lama selang waktu berlalu, semakin banyak perubahan minat yang terjadi (Jogiyanto, 2007).

Metode Penelitian

Subjek yang diteliti adalah mahasiswa Universitas Gunadarma yang pernah melakukan pembayaran menggunakan QRIS. Objek penelitian ini adalah sebuah teknologi untuk membayar QRIS yang diperbesar oleh BI atau Bank Indonesia serta ASPI atau Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia melalui minat dalam menggunakan QRIS.

Pada penelitian ini digunakan sebuah teknik dalam pemilihan sampel yakni Teknik *purposive sampling* dalam memilih sampel yang memiliki ciri khas yang berkaitan dengan tujuan penelitian yang dilakukan. Adapun populasinya ialah mahasiswa Universitas Gunadarma yang pernah melakukan pembayaran menggunakan QRIS yang tidak diketahui jumlahnya, sehingga untuk jumlah minimum sampel digunakan mengacu rumus Lameshow. Selanjutnya didapatkan sampel berdasarkan populasi sebanyak 92 responden.

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif, yaitu sebuah metode yang digunakan pada penganalisisan data yang menggunakan hitungan statistic serta matematika dalam mendapatkan hasil. Dan untuk mempermudah pengolahan hasil data peneliti menggunakan aplikasi program *SmartPLS*, yang dijalankan dengan media komputer.



Gambar 1. Bentuk Model Penelitian

Hipotesis

- H1: Persepsi risiko memengaruhi minat mahasiswa Universitas Gunadarma untuk menggunakan pembayaran dengan QRIS.
- H2: Persepsi kemudahan memengaruhi minat mahasiswa Universitas Gunadarma untuk menggunakan pembayaran dengan QRIS.
- H3: Persepsi risiko memengaruhi kepercayaan mahasiswa Universitas Gunadarma terhadap penggunaan pembayaran dengan QRIS.
- H4: Persepsi kemudahan memengaruhi kepercayaan mahasiswa Universitas Gunadarma terhadap penggunaan pembayaran dengan QRIS.
- H5: Kepercayaan memengaruhi minat mahasiswa Universitas Gunadarma untuk menggunakan pembayaran dengan QRIS.
- H6: Kepercayaan memediasi hubungan antara persepsi risiko dan minat mahasiswa Universitas Gunadarma untuk menggunakan pembayaran dengan QRIS.
- H7: Kepercayaan dalam memediasi kaitan persepsi kemudahan dan minat mahasiswa Universitas Gunadarma untuk menggunakan pembayaran dengan QRIS.

Hasil dan Pembahasan

Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)

a. Uji Validitas

1. Validitas Konvergen (*Convergent validity*)

Tabel 1 Outer Loading Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Variabel	Indikator	X1	X2	Z	Y	Hasil
Persepsi Risiko	X1.1	.769				Valid
	X1.2	.533				
	X1.3	.704				
	X1.4	.667				
	X1.5	.577				
	X1.6	.681				
	X1.7	.678				
Persepsi Kemudahan	X2.1		.735			
	X2.2		.722			
	X2.3		.643			
	X2.4		.579			
	X2.5		.548			
	X2.6		.619			
	X2.7		.714			
Kepercayaan	Z1			.747		
	Z2			.708		
	Z3			.743		
	Z4			.603		
	Z5			.709		
	Z6			.671		
	Z7			.573		
Minat Menggunakan	Y1				.737	
	Y2				.659	
	Y3				.616	

Variabel	Indikator	X1	X2	Z	Y	Hasil
	Y4				.707	
	Y5				.569	
	Y6				.569	
	Y7				.650	

Sumber: Hasil olah data 2024

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai outer loading pada setiap indikator melebihi 0,5. Sehingga, didapatkan simpulan jika uji validitas menunjukkan semua indikator pernyataan valid karena telah memenuhi kriteria validitas konvergen, sehingga analisis lebih lanjut dapat dilanjutkan.

2. Discriminant Validity

Tabel 2. Cross Loading Uji Discriminant Validity

Variabel	Kepercayaan (Z)	Minat Menggunakan (Y)	Persepsi Kemudahan (X2)	Persepsi Risiko (X1)
X1.1	.470	.408	.270	.769
X1.2	.205	.271	.035	.533
X1.3	.477	.367	.229	.704
X1.4	.255	.389	.271	.667
X1.5	.226	.257	.077	.577
X1.6	.348	.378	.126	.681
X1.7	.441	.428	.400	.678
X2.1	.261	.373	.735	.278
X2.2	.290	.330	.722	.203
X2.3	.258	.282	.643	.218
X2.4	.254	.193	.579	.225
X2.5	.230	.204	.548	.172
X2.6	.341	.342	.619	.251
X2.7	.331	.411	.714	.177
Y1	.246	.737	.269	.490
Y2	.334	.659	.382	.345
Y3	.087	.616	.300	.320
Y4	.403	.707	.480	.414
Y5	.236	.569	.179	.280
Y6	.040	.569	.159	.154
Y7	.119	.650	.287	.354
Z1	.747	.245	.307	.408
Z2	.708	.312	.398	.465
Z3	.743	.251	.315	.425
Z4	.603	.198	.283	.261
Z5	.709	.169	.181	.345
Z6	.671	.278	.298	.410
Z7	.573	.187	.232	.218

Sumber: Hasil olah data 2024

Hasil penelitian mengenai pengolahan data pada Tabel 2, terlihat jika hasil cross-loading setiap variabel pada penelitian ini lebih tinggi daripada nilai cross-loading lainnya. Dengan demikian, simpulan mengenai hasil uji ini didapatkan bahwa setiap indikator yang digunakan dalam hasil ini mempunyai validitas diskriminan yang baik.

b. Uji Reliabilitas

1. Cronbach's Alpha

Tabel 3. Hasil Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Hasil
Persepsi Risiko (X1)	0.788	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X2)	0.777	
Minat Menggunakan (Y)	0.772	
Kepercayaan (Z)	0.809	

Sumber: Hasil olah data 2024

Berdasarkan hasil pengujian data pada Tabel 3, hasil Cronbach's alpha untuk semua variabel memperoleh nilai $>0,7$. Sehingga disimpulkan jika masing-masing variable telah memenuhi persyaratan reliabilitas.

2. Composite Reliability

Tabel 4. Hasil Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Hasil
Persepsi Risiko (X1)	0.804	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X2)	0.789	
Minat Menggunakan (Y)	0.784	
Kepercayaan (Z)	0.821	

Sumber: Hasil olah data 2024

Pada tabel 4 *composite reliability* setiap variabel dalam penelitian ini adalah $>0,70$. Nilai-nilai tersebut menjelaskan jika masing-masing variabel memenuhi reliabilitas komposit, dan semua variabel mempunyai reliabilitas yang tinggi.

Pengujian Model Struktural (Inner Model)

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5. Uji R-Square

Variabel	R-Square	Keterangan
Minat Menggunakan (Y)	.404	Sedang
Kepercayaan (Z)	.374	

Sumber: Hasil olah data 2024

Penelitian ini memakai 2 variabel yaitu minat menggunakan dan kepercayaan, 2 variabel ini dipengaruhi oleh persepsi risiko dan persepsi kemudahan. Setelah dilakukan pengujian dengan SmartPLS ditemukan bahwa nilai R-Square minat menggunakan sebesar 0,404 yang membuktikan jika pengaruh pada persepsi risiko dan

persepsi kemudahan sebesar 40.4% (mempengaruhi sedang) serta pada variabel kepercayaan mempunyai nilai R-Square 0.374 sehingga memiliki arti jika variabel persepsi risiko dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap kepercayaan merupakan sebesar 37.4% (mempengaruhi sedang).

2. Uji Predictive Relevance (Q^2)

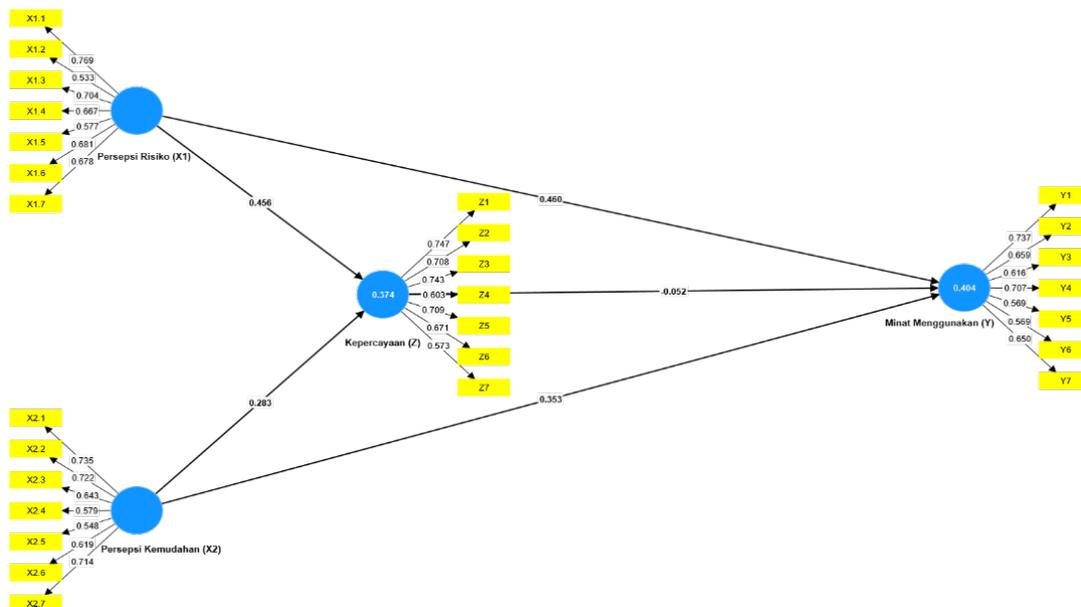
Tabel 6. Uji Predictive Relevance

Variabel	Q^2 Prediksi
Kepercayaan (Z)	.304
Minat Menggunakan (Y)	.316

Sumber: Hasil olah data 2024

Berdasarkan hasil uji predictive relevance pada tabel 6, didapatkan nilai *Q-square* pada masing-masing model lebih besar dari nol. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa kepercayaan (Z) dan minat menggunakan (Y) mempunyai nilai relevansi yang diprediksi (*predictive relevance*).

Pengujian Hipotesis



Gambar 2. Hasil Model Penelitian

Kriteria diterimanya hipotesis adalah bila t-statistik > t-tabel. Tingkat signifikansi digunakan untuk memastikan tingkat signifikansi (α) sebesar 5% (0,05). Hipotesis diuji dengan menggunakan nilai alpha 5% (0.05) serta hasil t-statistik sebesar 1.96. Kategori untuk menerima ataupun menolak hipotesis yaitu apabila t-statistik > 1.96 dan nilai P < 0.05.

Tabel 7. Pengujian Hipotesis Antar Variabel

Hubungan	Sampel Original (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
Persepsi Risiko (X1) → Minat Menggunakan (Y)	0.460	0.465	0.119	3.881	0.000
Persepsi Kemudahan (X2) → Minat Menggunakan (Y)	0.353	0.365	0.123	2.868	0.004
Persepsi Risiko (X1) → Kepercayaan (Z)	0.456	0.467	0.097	4.682	0.000
Persepsi Kemudahan (X2) → Kepercayaan (Z)	0.283	0.294	0.095	2.970	0.003
Kepercayaan (Z) → Minat Menggunakan (Y)	-0.52	-0.052	0.113	0.462	0.644

Sumber: Hasil olah data 2024

Hasil pengujian hipotesis yang didapatkan, maka pada penelitian ini mempunyai hasil uji masing-masing hipotesis yaitu sebagai berikut:

1. Persepsi risiko berpengaruh pada minat penggunaan pembayaran dengan QRIS menghasilkan t-statistik sebesar $3.881 > 1.96$ serta hasil P value yang didapatkan $0.000 < 0.05$. Dengan demikian, diambil simpulan jika persepsi risiko (X1) memiliki pengaruh pada minat menggunakan (Y). Maka **H1 diterima**.
2. Persepsi kemudahan memiliki pengaruh pada minat penggunaan pembayaran dengan QRIS menghasilkan t-statistik sebesar $2.868 > 1.96$, dan hasil P value sebesar $0.004 < 0.05$. Simpulannya didapatkan jika persepsi kemudahan (X2) berpengaruh terhadap minat penggunaan (Y). Maka **H2 diterima**.
3. Persepsi risiko berpengaruh pada kepercayaan menggunakan pembayaran dengan QRIS menghasilkan t-statistik $4.682 > 1.96$ dan hasil P value sebesar $0.000 < 0.05$. Adapun simpulan didapatkan jika persepsi risiko (X1) memiliki pengaruh pada kepercayaan (Z). Maka **H3 diterima**.
4. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepercayaan penggunaan pembayaran dengan QRIS menghasilkan t-statistik sebesar $2.970 > 1.96$ dan hasil P value sebesar $0.003 < 0.05$. Simpulannya adalah bahwa persepsi kemudahan (X2) berpengaruh terhadap kepercayaan (Z). Maka **H4 diterima**.
5. Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan pembayaran dengan QRIS menghasilkan t-statistik $0.462 < 1.96$ dan hasil P value $0.644 > 0.05$. Dengan demikian, diambil kesimpulan bahwa kepercayaan (Z) tidak memiliki pengaruh pada minat menggunakan (Y). Maka **H5 ditolak**.

Tabel 8. Nilai Hipotesis Spesific Indirect effects

Hubungan	Sampel Original (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
Persepsi Risiko (X1) → Minat Menggunakan (Y)	0.460	0.465	0.119	3.881	0.000
Persepsi Kemudahan (X2) → Minat Menggunakan (Y)	0.353	0.365	0.123	2.868	0.004
Persepsi Risiko (X1) → Kepercayaan (Z)	0.456	0.467	0.097	4.682	0.000

Hubungan	Sampel Original (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Persepsi Kemudahan (X2) → Kepercayaan (Z)	0.283	0.294	0.095	2.970	0.003
Kepercayaan (Z) → Minat Menggunakan (Y)	-0.052	-0.052	0.113	0.462	0.644

Sumber: Hasil olah data 2024

Hasil pengujian hipotesis pada tabel 8, maka diperoleh hasil masing-masing hipotesis yaitu sebagai berikut:

1. Kepercayaan mampu memediasi persepsi risiko pada minat menggunakan pembayaran dengan QRIS menghasilkan t-statistik sebesar 0.433 < 1.96 dan hasil P value sebesar 0.665 > 0.05. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi risiko (X1) yang dimediasi oleh kepercayaan (Z) tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan (Y). Maka **H6 ditolak**.
2. Kepercayaan mampu memediasi pengaruh persepsi kemudahan pada minat menggunakan pembayaran dengan QRIS menghasilkan t-statistik 0.400 < 1.96 dan hasil P value sebesar 0.689 > 0.05. Adapun simpulannya dapat diambil bahwa persepsi kemudahan (X2) yang dimediasi oleh kepercayaan (Z) tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan (Y). Maka **H7 ditolak**.

Kesimpulan

Hasil statistik memberikan bukti yang disimpulkan sebagai berikut: (1) Persepsi risiko memiliki pengaruh pada minat penggunaan pembayaran dengan QRIS dikalangan mahasiswa Universitas Gunadarma. (2) Persepsi kemudahan memiliki pengaruh pada minat menggunakan payment dengan QRIS dikalangan mahasiswa Universitas Gunadarma. (3) Persepsi risiko memiliki pengaruh pada kepercayaan penggunaan pembayaran dengan QRIS dikalangan mahasiswa Universitas Gunadarma. (4) Persepsi kemudahan memiliki pengaruh pada kepercayaan penggunaan pembayaran dengan QRIS dikalangan mahasiswa Universitas Gunadarma. (5) Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan pembayaran dengan QRIS dikalangan mahasiswa Universitas Gunadarma. (6) Kepercayaan yang memediasi antara pengaruh persepsi resiko tidak memiliki pengaruh pada minat menggunakan pembayaran dengan QRIS dikalangan mahasiswa Universitas Gunadarma. (7) Persepsi kemudahan yang dimediasi oleh kepercayaan tidak memiliki pengaruh pada minat menggunakan pembayaran dengan QRIS dikalangan mahasiswa Universitas Gunadarma.

BIBLIOGRAFI

- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan pada aplikasi ovo. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(2), 27–37.
- Ersaningtyas, A. P. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Menggunakan Rekening Bersama Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur). *Jurnal Bisnis Indonesia*, 10(02).
- Faradila, R. S. N., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai

Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Pembayaran dengan Quick Response Code Indonesian Standar (QRIS) dengan Dimediasi Kepercayaan: Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Gunadarma

Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Toko Online berrybenka. com di Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(3), 239–250.

Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). Menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi millennial menggunakan e-money. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 209–217.

Hibaturrakhman, B., & Pradana, M. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Online Pengguna Layanan Cloud Gaming (studi Pada Pengguna Aplikasi Skyegrid). *EProceedings of Management*, 8(1).

Jogiyanto, H. M. (2019). Sistem Informasi Keperilakuan. Erlangga.

Jogiyanto, H. M. (2007). Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah Dan Pengalaman–Pengalaman. BPFE.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. edisi.

Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Jurnal Ikra-Ith Ekonomika*, 4(1), 1–9.

Noviatun, I. (2023). *Menguji Intention To Use E-Wallet Ovo Menggunakan Modifikasi Technology Acceptance Model (Tam) Di Kebumen* (Doctoral Dissertation, Universitas Putra Bangsa).

Novitawati, J., & Algifari, A. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet dan Persepsi Kemudahan Dimediasi oleh Kepercayaan (Kasus Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta). *Business and Accounting Education Journal*, 4(2), 143–154.

Pratama, R., Hadady, H., & Bailusy, M. N. (2022). Determinants of Use of the Indonesian Standard Quick Response Code (QRIS) on MSMEs in Ternate City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 10384–10392.

Rahmawati, A. (2023). Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1247–1256.

Setiawan, R. F. (2020). Analysis of factors affecting the interest of people to use DANA application using principal component analysis method (PCA). *International Research Journal of Advanced Engineering and Science*, 5(1), 226–232.

Yaumi, M. (2017). *Prinsip-prinsip desain pembelajaran: Disesuaikan dengan kurikulum 2013 edisi Kedua*. Kencana.

Copyright holder:

Natasha Legia Napitupulu, Ikhwan HS (2024)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

