



# Peran Kemudahan, Kemanfaatan, Keamanan, dan Kepercayaan dalam Mendorong Adopsi QRIS : Bukti Empiris Dari Pedagang Pasar Tradisional Gawok di Sukoharjo, Jawa Tengah

Amara Indah Ramadhani<sup>1\*</sup>, Heni Susilowati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern, Indonesia

[amaraindahr@gmail.com](mailto:amaraindahr@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [heni@stiestekom.ac.id](mailto:heni@stiestekom.ac.id)<sup>2</sup>

Alamat: Jl. Diponegoro No.69 Dusun I, Wirogunan, Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah

Korespondensi penulis: [amaraindahr@gmail.com](mailto:amaraindahr@gmail.com)

**Abstract.** *Technological developments in the financial sector are changing people's lifestyles, one of which is a more effective cashless payment system using the Indonesian Standard Quick Response Code (QRIS). The aim of this research is to find the effect of convenience, usefulness, security and trust on the use of Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) barcodes at the Gawok Traditional Market. The total population of 35 respondents from Gawok Traditional Market traders was sampled using a total sampling technique. The method in this research is multiple linear regression analysis method with quantitative research. The results provide the conclusion that the variables of convenience, usefulness, security and trust have a significant and influential effect on the decision to use Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) barcodes in Gawok Traditional Market shophouses so that these four variables greatly influence the decision to use Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) barcodes in Gawok Traditional Market Shophouse. This study recommends improving security and building trust through transparency and education for traders. Enhancing ease of use and increasing QRIS benefits, such as usage incentives, are also essential. The practical implication is that QRIS implementation in traditional markets will be more effective if supported by technical assistance and improved positive perceptions of its security and usefulness.*

**Keywords:** *Convenience, Security, Trust, Use of QRIS Barcodes, Usefulness*

**Abstrak.** Perkembangan teknologi di bidang keuangan merubah gaya hidup masyarakat, salah satunya dengan sistem pembayaran cashless yang lebih efektif menggunakan Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS). Tujuan dari penelitian ini adalah mencari pengaruh kemudahan, kemanfaatan, keamanan serta kepercayaan terhadap penggunaan barcode Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS) di Pasar Tradisional Gawok. Jumlah populasi keseluruhan 35 responden pedagang Pasar Tradisional Gawok menjadi sampel dengan tehnik total sampling. Metode dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda dengan penelitian kuantitatif. Hasilnya memberikan kesimpulan bahwa variabel kemudahan, kemanfaatan, keamanan serta kepercayaan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan penggunaan barcode Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS) di ruko Pasar Tradisional Gawok sehingga keempat variable ini sangat mempengaruhi keputusan penggunaan barcode Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS) di Ruko Pasar Tradisional Gawok. Rekomendasi dari penelitian ini adalah pentingnya meningkatkan keamanan dan membangun kepercayaan melalui transparansi serta edukasi kepada pedagang. Selain itu, kemudahan akses dan peningkatan manfaat QRIS, seperti insentif penggunaan, perlu diperkuat. Implikasi praktisnya, penerapan QRIS di pasar tradisional akan lebih berhasil jika disertai dukungan teknis dan peningkatan persepsi positif terhadap keamanan dan kemanfaatannya.

**Kata kunci:** Kenyamanan, Keamanan, Kepercayaan, Penggunaan Barcode QRIS, Kegunaan

## 1. LATAR BELAKANG

QRIS adalah kode QR yang digunakan untuk transaksi melalui uang elektronik berbasis online, dan implementasi perbankan seluler. Menurut Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), hingga Desember 2022, QRIS digunakan oleh sekitar 28,76 juta pengguna.

Bank Indonesia (BI) telah mengeluarkan prosedur QRIS. QRIS menyediakan pilihan yang lebih efektif untuk metode pembayaran non-tunai. QRIS adalah kode dua dimensi yang bisa dipakai di semua aplikasi pembayaran berbasis kode QR antara lain OVO , GoPay , DANA , ShopeePay, dan M-Banking (Dwiyaningsih, 2022). Jumlah pengguna QRIS di Indonesia sejak Januari 2022 hingga Maret 2024 ditunjukkan pada Gambar 1 di bawah ini :



**Gambar 1** Jumlah Pengguna QRIS

*Sumber: databoks.katadata.co.id (2024)*

Manfaat lain dari penggunaan QRIS adalah efisiensi waktu dan biaya. Pembayaran melalui QRIS dapat dilakukan hanya dengan memindai kode QR, tanpa harus membawa uang tunai, menunggu koin atau menggunakan alat pembayaran fisik lainnya. Menurut (Rachmad, Setiawan, 2023), hal ini sangat relevan untuk meningkatkan kenyamanan konsumen dan mempercepat proses transaksi di industri ritel dan jasa. publik. Dalam penelitian sebelumnya (Nainggolan et al., 2022), kegunaan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap keputusan penggunaan barcode Qris..

Kepercayaan pada QRIS memengaruhi pengambilan keputusan pengguna dengan mengurangi ketidakpastian, meningkatkan perasaan aman, dan mendukung penggunaan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. Menurut penelitian sebelumnya (Oktaviar et al., 2024), kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Kepercayaan berarti memberikan rasa percaya terhadap apapun itu yang didepannya, terlepas dari apakah pihak tersebut memiliki kemampuan untuk memantau atau mengendalikan pihak lain, dan kita mengharapkan orang lain juga melakukan upaya tersebut untuk memenuhi harapan.

Kepercayaan adalah hasil pertukaran antara dua aktor yang berfokus pada biaya dan manfaat tindakan tertentu yang ditentukan dalam kontrak. Dengan kata lain, kepercayaan merupakan perasaan atau harapan terhadap keahlian, keandalan, dan kepedulian pihak lain,

atau persepsi keyakinan terhadap keandalan dan kejujuran mitra pertukaran (Lalu Agustino, 2021). Semakin tinggi keyakinan konsumen, maka semakin tinggi juga keputusan untuk penggunaan barcode QRIS.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Kemudahan**

#### **a. Pengertian Kemudahan**

Menurut (Rahayu & Djawoto, 2017), kemudahan adalah ketika pelanggan percaya bahwa menggunakan teknologi itu mudah dan tidak memerlukan banyak usaha. Menurut Rizki et al. (2014), kemudahan dalam penggunaan teknologi dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu: fokus teknologi yang mampu meningkatkan pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan aplikasi, reputasi positif teknologi di kalangan pengguna yang turut memperkuat persepsi kemudahan, keamanan, kemanfaatan, dan kepercayaan, serta tersedianya mekanisme dukungan yang andal untuk membantu pengguna.

#### **b. Indikator kemudahan:**

Menurut Davis (1989) ada beberapa indikator kemudahan yaitu :Mudah dipelajari, terkendali, jelas mudah dipahami, fleksibel dan mudah digunakan.

### **Kemanfaatan**

#### **a. Pengertian Kemanfaatan**

Menurut Jogiyanto (2007), kemanfaatan didefinisikan sebagai ukuran seberapa besar penggunaan teknologi memberi manfaat bagi orang yang menggunakannya

#### **b. Indikator Kemanfaatan**

Menurut Davis (1989), bahwa terdapat 4 (empat) indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kemanfaatan sebagai berikut: Memudahkan pekerjaan, meningkatkan produktivitas, meningkatkan efisiensi, mempercepat pekerjaan, bermanfaat, dan meningkatkan kinerja kerja.

### **Keamanan**

#### **a. Pengertian Keamanan**

Keamanan ini mengacu pada materi dan properti pengguna , yang merupakan salah satu target utama kejahatan, dan melindungi privasi pengguna memiliki dampak signifikan terhadap kepercayaan (Rahmawati & Yuliana, 2020).

Keamanan merupakan kebutuhan mutlak bagi pelaku bisnis, baik yang menyangkut produk, layanan, atau keduanya. Kepastian adalah keyakinan seseorang bahwa sistem teknis dapat mencegah penipuan dalam sistem berbasis informasi, bahkan ketika informasi tersebut tidak memiliki arti fisik. Memastikan keamanan mempunyai peranan yang sangat penting dalam membangun kepercayaan dengan mengurangi kekhawatiran pengguna aplikasi soal pemalsuan data pribadi ataupun transaksi data. (Iskandar & Irfan Bahari Nasution, 2019).

b. Indikator Keamanan:

Menurut (Rahmawati & Yuliana, 2020), bahwa terdapat 3 (tiga) indikator yang digunakan untuk mengukur keamanan sebagai berikut: Tidak ada kekhawatiran saat memberikan informasi, keyakinan terhadap perlindungan informasi, keyakinan terhadap keamanan transaksi pada perangkat elektronik.

**Kepercayaan**

a. Pengertian Kepercayaan

Menurut Vanessa (2007), kepercayaan adalah pengetahuan konsumen terhadap suatu objek, propertinya, manfaatnya, atau kemauan seseorang untuk mengandalkan suatu merek untuk melakukan suatu aktivitas. Menurut Tjahyadi (2006), ada 3 faktor yang ada /mempengaruhi kepercayaan yaitu Karakteristik Merk/Produk memainkan peran di dalam menentukan apakah pelanggan akan bisa mempercayai suatu produk atau tidak, Karakteristik sebuah Perusahaan diyakini mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan itu, Karakteristik Pelanggan - Merek tidak bersifat satu arah tetapi setiap kelompok mempengaruhi dan berhubungan dengan kelompok lain. Dengan kata lain, sifat hubungan konsumen dapat memengaruhi kepercayaan konsumen terhadap suatu produk, termasuk preferensi produk, pengalaman, dan kepuasan konsumen.

b. Pendekatan Membangun Kepercayaan

Menurut Rahayu & Djawoto, 2017 (2017:1-20), ada 4 pendekatan yang bisa digunakan membangun kepercayaan yang baik dengan pelanggan yaitu Ciptakan sistem sederhana serta jelas, Pelanggan biasanya mempercayai tenaga penjualan yang sopan dan berbicara dengan baik saat berkomunikasi, Menyediakan grup reseller yang memungkinkan respon cepat kepada pembeli, Jika pembeli atau pelanggan memiliki masalah, perusahaan dapat menyelesaikannya, Memungkinkan pelanggan untuk meninjau produk yang telah mereka beli dan Membangun kepercayaan dengan menampilkan testimonial bersama dengan pelanggan lainnya.

c. Indikator Kepercayaan:

Menurut Anggraeni & Madiawanti (2017), bahwa ada 3 (tiga) indikator yang bisa digunakan sebagai alat ukur kepercayaan yaitu : Kompetensi, kejujuran, konsistensi.

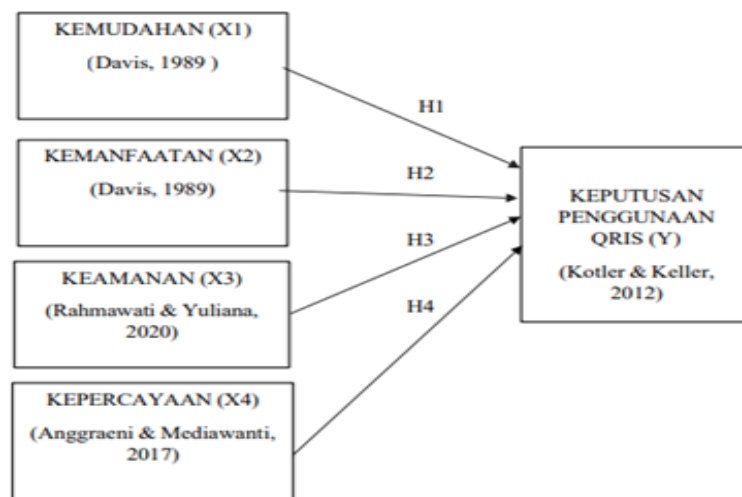
### Keputusan Penggunaan Barcode Qris

a. Pengertian

Menurut Mihadi (2019), keputusan merupakan suatu langkah untuk menetapkan pilihan.

b. Indikator Keputusan Penggunaan QRIS:

Pengenalan Masalah atau Kebutuhan, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Penggunaan, dan Perilaku Pasca Penggunaan.



**Gambar 2.** Paradigma Penelitian

*Sumber : Diolah dari data primer*

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di ruko pasar tradisional di Gawok. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dari sumber primer dan sekunder. Populasi sasaran penelitian ini terdiri dari seluruh pedagang di pasar Tradisional Gawok yang menggunakan QRIS yang berjumlah 35 orang. Mereka dijadikan sampel penelitian dengan menggunakan metode sampling karena jumlah populasinya kurang dari 100 orang. Penelitian ini mengumpulkan data menggunakan kuesioner dengan menggunakan skala likert. Skala Likert digunakan untuk menjawab kuesioner dengan skala penilaian Sangat tidak setuju (STS), Tidak setuju (TS), Ragu-ragu (R), Setuju (S), Sangat setuju (SS).

Pengujian validitas serta reliabilitas diperlukan sebelum melakukan analisis data. Menurut Ghazali (2009), pengujian validitas mempunyai tujuan untuk mengukur keabsahan kuesioner/pertanyaan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Nilai dalam uji reliabilitas digambarkan dengan koefisien cronbach's alpha yang didasarkan pada batas terendah yaitu 0,60. Jika kriteria dalam uji reliabilitas terpenuhi ,maka survei dianggap andal. Setelah itu dilakukan uji normalitas. Menurut Ghazali (2016), uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah antara variable terikat dan variable bebas terdistribusi/tersebar secara normal atau tidak. Lalu dilakukan uji multikolineritas, Menurut Ghazali (2016), pengujian multikolineritas mempunyai tujuan memeriksa apakah model regresi menemukan hubungan antara variable terikat dan variable bebas.

Uji Heteroskedastisitas yaitu jika diagram sebar tidak menunjukkan pola yang jelas dan titik-titiknya menyebar, maka model regresi tidak menunjukkan heteroskedastisitas jika angka berada diatas dan juga dibawah angka 0 di sumbu Y. Setelah itu menguji analisis regresi berganda, menurut Situmorang (2019), regresi linear berganda mempunyai tujuan menentukan hubungan linear antara beberapa variabel bebas yang biasa disebut variable X1, variable X2, variable X3 dan variable lain dengan variabel terikat yaitu variabel Y. Uji t-statistik dilakukan untuk mengetahui secara parsial seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam merumuskan hipotesis. Lalu ada pengujian F yang memberikan tujuan apakah model mencakup seluruh variabel bebas yang punya pengaruh simultan/ sama-sama terhadap variable terikat. Dan yang terakhir uji Koefisien determinasi (adjusted R<sup>2</sup>) yang mempunyai nilai antara 0 sampai 1. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil mempunyai arti variabel independen punya kemampuan sangat terbatas pada saat menjelaskan variasi variable dependen. Nilai yang mendekati angka 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang bisa digunakan untuk memprediksi variable dependen. Oleh karena itu, model ini dinilai baik.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pengumpulan data menggunakan kuesioner terstruktur yang disebarkan menggunakan formulir menghasilkan 35 responden. Data yang diterima telah diverifikasi sebelumnya.

**Tabel 1.** Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Perempuan	18
Laki-Laki	17

*Sumber : Diolah dari data primer*

Berdasarkan jenis kelamin, 17 (49%) adalah laki-laki dan 18 (51%) adalah perempuan.

**Tabel 2.** Usia

Usia	Jumlah
18-23	1
24-34	20
35-45	8
46-56	6

*Sumber : Diolah dari data primer*

Berdasarkan kelompok umur, terdapat dua kelompok: 1 orang berusia 18-23 tahun (3%), 20 orang berusia 24-34 tahun (57%), dan 8 orang berusia 35-45 tahun (23%). Mereka yang berusia antara 46-56 tahun (17%) meliputi 6 dari total 35 responden.

**Tabel 3.** Uji Validitas & Reliabilitas

Variabel dan Item Pertanyaan	R Hitung	Cronbach Alpha	Keputusan
<b>Variabel Kemudahan</b>			
Item 1	0,554	0,933	Valid dan reliabel
Item 2	0,826	0,931	Valid dan reliabel
Item 3	0,724	0,932	Valid dan reliabel
Item 4	0,8	0,93	Valid dan reliabel
Item 5	0,618	0,936	Valid dan reliabel
<b>Variabel Kemanfaatan</b>			
Item 1	0,53	0,932	Valid dan reliabel
Item 2	0,86	0,931	Valid dan reliabel
Item 3	0,815	0,932	Valid dan reliabel
Item 4	0,748	0,931	Valid dan reliabel
Item 5	0,655	0,933	Valid dan reliabel
<b>Variabel Keamanan</b>			
Item 1	0,815	0,931	Valid dan reliabel
Item 2	0,88	0,931	Valid dan reliabel
Item 3	0,858	0,931	Valid dan reliabel
<b>Variabel Kepercayaan</b>			
Item 1	0,893	0,929	Valid dan reliabel
Item 2	0,895	0,929	Valid dan reliabel

Item 3	0,936	0,929	Valid dan reliabel
<b>Variabel Keputusan Penggunaan Barcode QRIS</b>			
Item 1	0,836	0,93	Valid dan reliabel
Item 2	0,847	0,929	Valid dan reliabel
Item 3	0,828	0,929	Valid dan reliabel
Item 4	0,919	0,93	Valid dan reliabel
Item 5	0,879	0,93	Valid dan reliabel

*Sumber : Diolah dari data primer*

Pengujian validitas memberitahukan bahwa seluruh indikator yang digunakan di penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengukur variable - variable yang memiliki koefisien korelasi lebih besar dari  $R_{Tabel}=0,344$ . Di sini kita menggunakan perhitungan  $df=n-2$  ( $35-2=33$ ) dan  $r$  tabel adalah 0,344. Apabila  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel maka berarti data tersebut valid dan disini terbukti terdapat data yang valid untuk seluruh variabel bebas maupun variabel terikat yang berkaitan dengan penelitian ini. Kuesioner ataupun pertanyaan bisa dikatakan valid jika pernyataan di dalam kuesioner mampu menjawab masalah tersebut. Untuk mencari tahu validitas dari item pertanyaan itu kita bisa mengkorelasikan skor pertanyaan dengan total item pertanyaan yg lain. Jika koefisien pada satu pertanyaan dengan total pertanyaan sama/diatas 0,361 maka item tersebut bisa dibilang valid, tapi jika korelasinya dibawah 0,361 maka pertanyaan itu dibilang tidak valid.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa data tersebut reliabel karena seluruh item kuesioner cronbach's alpha berada di atas nilai ibu jari (0,6) dan seluruh item kuesioner dinyatakan reliabel.

**Tabel 4.** Uji Normalitas

N		Unstandardized Residual
		35
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,57444483
Most Extreme Differences	Absolute	,158
	Positive	,130
	Negative	-,158
Test Statistic		,158
Asymp. Sig. (2-tailed)		,027 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

*Sumber : Data primer diolah SPSS*



Hasil pengolahan data uji normalitas dengan menggunakan tanda tangan pasti Kolmogorov-Smirnov (K-S) diperoleh hasil sebesar 0,313. Artinya nilai tersebut lebih tinggi dari 0,05 dan karena kondisi datanya normal, maka data tersebut dinyatakan normal. Nilainya akan lebih besar dari 0,05.

**Tabel 5.** Uji Multikolineritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kemudahan	,430	2,327	Tidak ada gejala multikolineritas
Kemanfaatan	,400	2,500	Tidak ada gejala multikolineritas
Keamanan	,447	2,238	Tidak ada gejala multikolineritas
Kepercayaan	,403	2,480	Tidak ada gejala multikolineritas

*Sumber : Data primer diolah SPSS*

Uji multikolineritas mengungkapkan bahwa toleransi untuk variabel x1, x2, x3, dan x4 lebih besar dari 0,100 dan VIF kurang dari 10,00. Oleh karena itu, dinyatakan bahwa data tidak menunjukkan tanda-tanda multikolineritas.

**Tabel 6.** Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	192,350	4	48,087	50,809	,000 <sup>b</sup>
Residual	28,393	30	,946		
Total	220,743	34			

*Sumber : Data primer diolah SPSS*

Dari hasil pengujian f tabel maka diperoleh nilai f-hitung sebesar 50,809, nilai f-tabel sebesar 2,53 dan taraf signifikansi sebesar 0,000. independennya adalah kemudahan, kemanfaatan, keamanan, serta kepercayaan memberikan kontribusi pengaruh sebesar 85,4 % terhadap Keputusan Penggunaan Barcode QRIS. Sedangkan sisanya sebesar 14,6 % dipengaruhi oleh variable yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

**Tabel 7.** Analisis Regresi Berganda

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,038	2,493		,818	,420
Kemudahan	,602	,150	,514	4,004	,000
Kemanfaatan	-,351	,141	-,343	-2,481	,019
Keamanan	1,531	,231	,829	6,625	,000
Kepercayaan	-,473	,188	-,315	-2,509	,018

4.2 Dependent Variable: Y

*Sumber : Data primer diolah SPSS*

**Hipotesis Dalam Penelitian ini :**

- a. H1: Pengaruh Kemudahan ditunjukkan nilai signifikansi  $0,0000 < 0,005$  artinya terdapat pengaruh positif variable kemudahan terhadap penggunaan barcode QRIS.
- b. H2: Pengaruh Kemanfaatan menunjukkan pengaruh negative tetapi berpengaruh karena  $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  dan juga signifikan dengan nilai signifikansi  $0,019 < 0,05$  terhadap keputusan penggunaan barcode QRIS.
- c. H3: Pengaruh Keamanan menunjukkan hasil signifikansi  $0,018 < 0,05$  artinya mempunyai pengaruh negative tetapi dalam aturan  $t$  tabel negative bisa disebut berpengaruh karena  $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  serta variable ini signifikan terhadap keputusan penggunaan barcode QRIS.
- d. H4: Pengaruh Kepercayaan menunjukkan hasil signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan barcode QRIS.

**Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis**

Berdasarkan hasil analisis regresi, dapat disimpulkan bahwa keempat variabel independen, yaitu kemudahan, kemanfaatan, keamanan, dan kepercayaan, secara signifikan memengaruhi keputusan penggunaan barcode QRIS oleh pedagang di Ruko Pasar Tradisional Gawok.

- a. Pertama, variabel kemudahan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Dengan demikian, semakin mudah sistem QRIS digunakan, maka semakin tinggi pula kecenderungan pedagang untuk mengadopsinya dalam transaksi sehari-hari.
- b. Kedua, variabel kemanfaatan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,019 ( $< 0,05$ ) dengan arah pengaruh negatif, namun tetap signifikan secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pengaruhnya negatif, secara empiris variabel ini tetap berkontribusi terhadap keputusan penggunaan QRIS. Arah negatif ini dapat ditafsirkan bahwa terdapat kemungkinan persepsi pedagang terhadap kemanfaatan QRIS belum sepenuhnya sesuai ekspektasi, sehingga menurunkan intensi penggunaan meskipun masih berpengaruh.
- c. Ketiga, variabel keamanan juga menunjukkan pengaruh negatif namun signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS, dengan nilai signifikansi sebesar 0,018 ( $< 0,05$ ). Artinya, meskipun arah pengaruh negatif, keamanan tetap menjadi faktor yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan. Hasil ini mengindikasikan

- bahwa persepsi terhadap aspek keamanan masih menjadi perhatian bagi pengguna, dan persepsi negatif terhadap keamanan dapat menghambat keputusan penggunaan.
- d. Keempat, variabel kepercayaan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $<0,05$ ) dengan arah pengaruh positif, yang berarti kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Hal ini menguatkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pedagang terhadap sistem QRIS, maka semakin besar kemungkinan mereka menggunakannya dalam aktivitas perdagangan.

Secara keseluruhan, hasil ini memperlihatkan bahwa keempat variabel yang diteliti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS, baik secara positif maupun negatif. Oleh karena itu, untuk meningkatkan adopsi QRIS di kalangan pedagang pasar tradisional, perlu adanya pendekatan yang memperhatikan persepsi pengguna terhadap kemudahan, manfaat, keamanan, dan kepercayaan terhadap teknologi pembayaran tersebut.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan, kemanfaatan, keamanan, dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS oleh pedagang di Ruko Pasar Tradisional Gawok. Kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif, sementara kemanfaatan dan keamanan berpengaruh negatif namun tetap signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan dan kepercayaan memperkuat keputusan untuk menggunakan QRIS, meskipun persepsi terhadap kemanfaatan dan keamanan dapat menjadi kendala. Rekomendasi: Demi meningkatkan adopsi QRIS, disarankan untuk memperkuat aspek keamanan melalui perlindungan data yang lebih baik, membangun kepercayaan dengan transparansi, serta memastikan kemudahan akses bagi pedagang. Selain itu, penting untuk meningkatkan kemanfaatan QRIS bagi pedagang dengan memberikan insentif atau kemudahan transaksi yang lebih menguntungkan.

Implikasi Praktis: Penelitian ini mengungkap bahwa untuk memperluas penggunaan QRIS di pasar tradisional, pendekatan yang melibatkan edukasi dan dukungan teknis sangat penting. Peningkatan persepsi terhadap keamanan dan kemanfaatan QRIS akan mempermudah proses adopsi teknologi ini di kalangan pedagang pasar tradisional. Saran untuk Penelitian Selanjutnya: Penelitian berikutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel tambahan seperti literasi keuangan atau faktor sosial lainnya yang dapat mempengaruhi penggunaan QRIS. Penelitian dengan pendekatan kualitatif atau studi

komparatif di pasar lain juga dapat memberikan wawasan lebih dalam mengenai adopsi teknologi pembayaran digital di sektor informal.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Manajemen di STIE STEKOM Kartasura dan Program Studi Bisnis di Universitas STEKOM Semarang atas dukungan dan kontribusi pentingnya terhadap penelitian ini.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Agustino, L. (2021). Pengaruh promosi, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan e-wallet dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi pada pengguna e-wallet di Kota Banjarmasin. *Kindai*, 17(3), 401–422. <https://doi.org/10.35972/kindai.v17i3.631>
- Arta Setiawan, W., & Mahyuni, L. P. (2020). *Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS) di mata UMKM eksplorasi*.
- Buluati, R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2023). Pengaruh kemudahan, keamanan dan kepercayaan bertransaksi terhadap minat menggunakan Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS) pada pelaku UMKM di Kabupaten Boalemo. *Wahana*, 75(2), 33–47. <https://doi.org/10.36456/wahana.v75i2.7378>
- Dwiyaningsih, N. K. A. (2022). Analisis penerapan Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS) oleh UMKM untuk mempermudah transaksi digital (Studi pada Bank BPD Bali Cabang Singaraja). *[Skripsi, Universitas Pendidikan Ganesha]*.
- Gaffar, V. (2007). *CRM dan MPR hotel (Customer Relationship Management and Marketing Public Relations)*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate*. Universitas Diponegoro.
- Iskandar, D., & Nasution, M. I. B. (2019). Analisis pengaruh kepercayaan, keamanan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada online shop Lazada (Studi kasus pada mahasiswa/i FEB UMSU). *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 128–137. <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3590>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem informasi keperilakuan*. Andi.
- Katadata. (2024). Pengguna Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS) di Indonesia meningkat hingga Maret 2024. <https://databoks.katadata.co.id>
- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., & Nugroho, B. G. (2018). Pendekatan keuangan syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(1), 1–24.
- Nainggolan, E. G. M., Silalahi, B. T. F., & Sinaga, E. M. (2022). Analisis kepuasan Gen Z dalam menggunakan Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS) di Kota

Pematangsiantar. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 4(1), 24–32.  
<https://doi.org/10.36985/manajemen.v4i1.351>

- Nina, M. L. A. A. (2024). Pengaruh kemudahan, kecepatan, dan keamanan terhadap keputusan menggunakan sistem pembayaran Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS) dengan pengetahuan teknologi sebagai variabel intervening (Studi kasus pada pedagang kawasan makam Bung Karno Kota Blitar). *Galang Tanjung*, 1(2504), 1–9.
- Oktaviar, C., Arief, H., Tama, E., & Saratian, P. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kenyamanan terhadap keputusan menggunakan Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS) sebagai alat pembayaran digital. [*Jurnal Tidak Diketahui*], 5(2), 6791–6796.
- Puspita Dewi Rahayu, & Djawoto. (2017). Pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan kualitas informasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(10), 1–20.
- Rachmad, & Setiawan, D. (2023). *Manajemen pemasaran: Teori dan studi kasus* (Edisi Juni).
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168.  
<https://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id/jurnal/index.php/econbank/article/view/215>
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2, 157–168.
- Rizki, P., Istiarni, D., & Hadiprajitno, P. B. (2014). Analisis pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas terhadap minat penggunaan berulang internet banking dengan sikap penggunaan sebagai variabel intervening (Studi empiris: Nasabah layanan internet banking di Indonesia). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 1–10. <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian*. <http://repository.unika.ac.id/14816/4/13.30.0006> Ricky Wijaya BAB III.pdf
- Umiyati, I., Eka Putri, T., Maya, N., Artikel, I., & Artikel, H. (2021). Social influence, usability and security on the intensity of DANA e-wallet use. *Journal of Accounting for Sustainable Society (JASS)*, 3, 113–130.
- Wardoyo, W., & Andini, I. (2017). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online pada mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Manajemen DayaSaing*, 19(1), 12. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v19i1.5101>
- Wijoyi, H., Junita, A., Sunarsi, D., Kristianti, L. S., Santamoko, R., Handoko, A. L., Yonata, H., Haudi, Widiyanti, Ariyanto, A., Musnaidi, Prasada, D., & Suherman. (2016). *Blended learning suatu paduan* (Vol. 20).
- Yulianto, S. E. (2011). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan terhadap pemanfaatan e-learning dengan model TAM. *JBTI*, 2(1), 45–62.