

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN QRIS PADA UMKM RETAIL DI KEBUMEN, JAWA TENGAH

¹Tegar Tresmanta, ²Reza Widhar Pahlevi

^{1,2} Prodi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta

tegartresmanta@gmail.com*

rezawp@amikom.ac.id

Abstract

The development of digital payment systems has encouraged Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to adopt the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) as an alternative non-cash payment method. However, QRIS usage among MSMEs is influenced by various factors related to technology acceptance. This study aims to analyze the effects of perceived cost, social influence, perceived ease of use, perceived usefulness, and attitude toward using on behavioral intention to use QRIS among retail MSMEs in Kebumen Regency, Central Java. This study employed a quantitative approach with a cross-sectional design. Data were collected through questionnaires from 183 retail MSME owners selected using purposive sampling and analyzed using multiple linear regression with SPSS. The results show that perceived cost, social influence, perceived ease of use, perceived usefulness, and attitude toward using have positive and significant partial effects on behavioral intention to use QRIS. Simultaneously, the five variables also have a significant effect. The model explains 60.6% of the variation in behavioral intention to use QRIS, indicating that these factors play an important role in encouraging QRIS usage among retail MSMEs.

Keywords: Perception; Attitude; QRIS Usage; MSMEs

Abstrak

Perkembangan sistem pembayaran digital mendorong Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mengadopsi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai alternatif pembayaran non-tunai. Namun, penggunaan QRIS pada UMKM masih dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan penerimaan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi biaya, pengaruh sosial, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan sikap untuk menggunakan terhadap keinginan menggunakan QRIS pada UMKM retail di Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain cross-sectional. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 183 pelaku UMKM retail yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi biaya, pengaruh sosial, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan sikap untuk menggunakan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan menggunakan QRIS. Secara simultan, kelima variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap keinginan menggunakan QRIS. Model penelitian mampu menjelaskan 60,6% variasi keinginan menggunakan QRIS. Temuan ini menunjukkan bahwa penerimaan biaya, dukungan sosial, kemudahan, kegunaan, dan sikap positif menjadi faktor penting dalam mendorong penggunaan QRIS pada UMKM retail.

Kata kunci: Persepsi, Sikap, Penggunaan QRIS, UMKM

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi digital dalam berbagai sektor, termasuk sektor keuangan melalui perubahan sistem pembayaran. Digitalisasi pembayaran menghadirkan inovasi yang memungkinkan transaksi dilakukan secara lebih cepat, praktis, dan aman. Perubahan tersebut tidak hanya memengaruhi pola transaksi masyarakat, tetapi juga mendorong pelaku usaha untuk beradaptasi dengan pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan operasionalnya (Julisar et al., 2025). Peralihan dari sistem pembayaran berbasis tunai menuju pembayaran non-tunai menjadi salah satu bentuk perkembangan ekonomi digital yang bertujuan meningkatkan efisiensi transaksi serta memperluas akses masyarakat terhadap layanan keuangan (Santika et al., 2024).

Salah satu inovasi yang diterapkan dalam sistem pembayaran digital yang berkembang pesat adalah *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). QRIS merupakan standar kode pembayaran yang ditetapkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) untuk mengintegrasikan berbagai penyedia jasa sistem pembayaran ke dalam satu standar nasional (Bank Indonesia, 2020). Melalui QRIS konsumen dapat melakukan transaksi hanya dengan memindai kode QR menggunakan aplikasi pembayaran digital yang telah terintegrasi. Sehingga metode pembayaran QRIS dinilai lebih praktis dibandingkan metode pembayaran konvensional karena tidak memerlukan uang tunai ataupun kartu fisik. Selain itu, penerapan QRIS juga memberikan manfaat bagi pelaku usaha melalui kemudahan pencatatan transaksi, pengurangan risiko kesalahan dalam pengelolaan uang tunai, serta perluasan akses terhadap layanan keuangan digital. Berbagai manfaat tersebut menjadikan QRIS sebagai salah satu solusi pembayaran digital yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, dan pemerataan kegiatan ekonomi. Seiring dengan perkembangan teknologi digital, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi melalui pemanfaatan berbagai inovasi digital guna meningkatkan kapasitas dan daya saing usaha. Salah satu bentuk transformasi digital yang didorong oleh pemerintah adalah penerapan sistem pembayaran *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Penggunaan QRIS sebagai alternatif pembayaran digital diharapkan mampu meningkatkan efisiensi operasional, mempermudah pencatatan transaksi, memperluas akses pasar, serta memperkuat pengelolaan usaha dalam mendukung terciptanya ekosistem ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan. Selain itu, penerapan QRIS juga memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam melakukan transaksi secara lebih cepat dan praktis, sehingga dapat mendukung keberlangsungan aktivitas usaha (Azqar et al., 2025).

Meskipun QRIS menawarkan berbagai kemudahan dan manfaat bagi pelaku UMKM, penerapannya masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan pemahaman teknologi digital, tingkat literasi keuangan digital yang berbeda, serta kemampuan adaptasi pelaku usaha terhadap perubahan sistem pembayaran (Listiyono et al., 2024). Kondisi tersebut menyebabkan tingkat adopsi QRIS pada UMKM masih bervariasi di berbagai daerah, termasuk di Kabupaten Kebumen yang memiliki jumlah UMKM cukup besar dan berperan penting dalam perekonomian daerah. Di sisi lain, potensi pengembangan ekonomi digital yang tinggi di Kabupaten Kebumen belum sepenuhnya diikuti oleh pemanfaatan QRIS oleh seluruh pelaku UMKM sebagai metode pembayaran dalam kegiatan usahanya (Sari, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa implementasi QRIS tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pelaku UMKM dalam mengadopsinya.

Keputusan pelaku UMKM dalam mengadopsi QRIS dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan penerimaan teknologi. Berbagai penelitian telah mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan QRIS pada sektor UMKM. Penelitian Azqar et al. (2025) menemukan bahwa *social influence* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using*, sedangkan *perceived cost* berpengaruh negatif dan *perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan. Selain itu, *perceived ease of use* dan *attitude toward using* terbukti berpengaruh positif terhadap *behavioral intention to use QRIS*. Penelitian lain oleh Muharna et al. (2017) menunjukkan bahwa *compatibility*, *social influence*, *perceived usefulness*, dan *perceived ease of use* merupakan faktor yang memengaruhi niat penggunaan QRIS pada pelaku UMKM kuliner di Kota Malang, meskipun besarnya pengaruh masing-masing variabel berbeda pada setiap kategori UMKM.

Namun, berbagai penelitian yang telah mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan QRIS masih menunjukkan hasil yang berbeda.. Selain itu, sebagian besar penelitian masih berfokus pada UMKM sektor kuliner atau pengguna QRIS secara umum, sedangkan penelitian yang secara khusus mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan QRIS pada UMKM retail di Kabupaten Kebumen masih sangat terbatas. Perbedaan karakteristik jenis usaha dan kondisi wilayah tersebut menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memperoleh gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan QRIS pada UMKM retail di Kabupaten Kebumen. Oleh karena itu, penelitian ini menganalisis variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived cost*, *social influence*, *attitude toward using*, dan penggunaan QRIS. Melalui analisis hubungan antarvariabel tersebut, penelitian ini diharapkan mampu mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap penggunaan QRIS pada UMKM retail di Kabupaten Kebumen sehingga dapat menjadi dasar penyusunan strategi untuk meningkatkan adopsi pembayaran digital di sektor UMKM.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada UMKM retail di Kabupaten Kebumen menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan QRIS oleh pelaku UMKM retail sebagai upaya memahami tingkat penerimaan terhadap sistem pembayaran digital. Kontribusi penelitian terhadap pengembangan kajian mengenai adopsi teknologi pembayaran digital pada sektor UMKM serta menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah, Bank Indonesia, penyedia jasa pembayaran, dan pelaku UMKM dalam merumuskan strategi yang dapat meningkatkan penggunaan QRIS dan mendukung pengembangan ekosistem ekonomi digital.

Kajian Literatur

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) merupakan standar nasional pembayaran berbasis kode QR yang dikembangkan oleh Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) untuk mengintegrasikan berbagai penyelenggara jasa sistem pembayaran ke dalam satu standar nasional. QRIS memungkinkan konsumen melakukan pembayaran menggunakan berbagai aplikasi pembayaran digital melalui satu kode QR yang sama, sedangkan pelaku usaha memperoleh kemudahan dalam menerima pembayaran non-tunai secara lebih efisien, aman, dan terintegrasi (Bank Indonesia, 2020).

Bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), implementasi QRIS memberikan berbagai manfaat, antara lain mempercepat proses transaksi, mempermudah pencatatan pembayaran, mengurangi penggunaan uang tunai, serta meningkatkan akses terhadap layanan keuangan digital. Selain itu, penggunaan QRIS juga mendukung transparansi

transaksi dan memudahkan pelaku usaha dalam mengelola arus kas sehingga dapat meningkatkan efisiensi operasional usaha. Meskipun demikian, tingkat adopsi QRIS pada UMKM masih menunjukkan variasi karena tidak semua pelaku usaha memiliki persepsi dan kesiapan yang sama dalam menerima teknologi pembayaran digital (Azqar et al., 2025).

Faktor-faktor yang Memengaruhi Penggunaan QRIS

Keputusan pelaku UMKM untuk menggunakan QRIS tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan persepsi, keyakinan, dan lingkungan sosial pengguna. Dalam kajian adopsi teknologi, penerimaan suatu inovasi dipengaruhi oleh bagaimana individu menilai manfaat, kemudahan penggunaan, biaya yang harus dikeluarkan, serta pengaruh dari lingkungan sekitarnya. Faktor-faktor tersebut membentuk sikap individu terhadap suatu teknologi yang pada akhirnya memengaruhi keputusan untuk menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa persepsi biaya (*perceived cost*), pengaruh sosial (*social influence*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan faktor-faktor yang memiliki hubungan dengan penggunaan teknologi pembayaran digital, termasuk QRIS (Azqar et al., 2025; Davis, 1989; Venkatesh et al., 2019). Selain itu, sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) juga berperan sebagai bentuk evaluasi individu terhadap penggunaan QRIS yang dapat memengaruhi kecenderungan untuk menerima dan menggunakan sistem pembayaran tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menggunakan lima variabel yang diduga berpengaruh terhadap penggunaan QRIS pada pelaku UMKM, yaitu persepsi biaya, pengaruh sosial, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan sikap untuk menggunakan QRIS.

Perceived Cost dalam Penggunaan QRIS

Persepsi biaya (*perceived cost*) merupakan penilaian individu mengenai besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk menggunakan suatu teknologi atau sistem. Menurut Ramayanti et al. (2025), persepsi biaya mencakup berbagai bentuk pengeluaran yang dipertimbangkan pengguna sebelum memutuskan untuk mengadopsi suatu teknologi, seperti biaya transaksi, biaya administrasi, biaya perangkat, maupun biaya pendukung lainnya. Semakin besar biaya yang dipersepsikan oleh pengguna, maka semakin kecil kecenderungan individu untuk menerima dan menggunakan teknologi tersebut. Dalam penggunaan QRIS, pelaku UMKM akan mempertimbangkan apakah manfaat yang diperoleh sebanding dengan biaya yang harus dikeluarkan, seperti biaya layanan, perangkat pendukung, maupun akses internet. Semakin rendah biaya yang dipersepsikan, semakin tinggi kecenderungan pelaku UMKM untuk menggunakan QRIS. Sebaliknya, biaya yang dianggap tinggi dapat menurunkan minat penggunaan. Temuan Azqar et al. (2025) juga menunjukkan bahwa persepsi biaya berpengaruh terhadap penggunaan QRIS pada pelaku UMKM.

H¹ : Persepsi biaya (PC) berpengaruh terhadap penggunaan QRIS pada UMKM retail di Kabupaten Kebumen.

Social Influence dalam Penggunaan QRIS

Pengaruh sosial (*social influence*) merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa individu-individu yang dianggap penting olehnya percaya bahwa ia seharusnya menggunakan suatu sistem atau teknologi (Venkatesh et al., 2019). Pengaruh sosial merupakan keputusan seseorang dalam mengadopsi suatu teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh penilaian pribadi, tetapi juga oleh dorongan, saran, maupun ekspektasi dari lingkungan sosialnya. Pada pelaku UMKM, pengaruh tersebut dapat berasal dari pelanggan, keluarga, rekan kerja, sesama pelaku usaha, maupun penyedia layanan pembayaran digital. Semakin besar dorongan dan dukungan

dari lingkungan sosial, semakin tinggi kecenderungan pelaku UMKM untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Penelitian Azqar et al. (2025), menunjukkan bahwa pengaruh sosial berperan dalam meningkatkan penerimaan dan penggunaan QRIS pada pelaku UMKM.

H² : Pengaruh sosial (SI) berpengaruh terhadap penggunaan QRIS pada UMKM retail di Kabupaten Kebumen.

Perceived Ease of Use dalam Penggunaan QRIS

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi tidak memerlukan banyak usaha sehingga mudah dipahami dan dioperasikan (Davis, 1989). Semakin mudah suatu teknologi digunakan, maka semakin besar kemungkinan teknologi tersebut diterima oleh penggunaannya. Kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan adopsi suatu teknologi karena pengguna cenderung memilih sistem yang sederhana, mudah dipelajari, dan tidak memerlukan kemampuan teknis yang kompleks. Dalam konteks QRIS, persepsi ini berkaitan dengan kemudahan pelaku UMKM dalam melakukan pendaftaran, mengoperasikan aplikasi pembayaran, menerima transaksi dari berbagai aplikasi, serta memahami prosedur penggunaan QRIS. Semakin mudah QRIS digunakan, semakin besar kemungkinan pelaku UMKM mengadopsinya sebagai metode pembayaran. Hasil penelitian Azqar et al. (2025), mendukung bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan QRIS..

H3 : Persepsi kemudahan (PEU) berpengaruh terhadap penggunaan QRIS pada UMKM retail di Kabupaten Kebumen.

Perceived Usefulness dalam Penggunaan QRIS

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi akan meningkatkan kinerja atau memberikan manfaat dalam menyelesaikan pekerjaannya (Davis, 1989). Seseorang akan lebih terdorong untuk menggunakan suatu teknologi apabila teknologi tersebut diyakini mampu memberikan manfaat nyata, seperti meningkatkan produktivitas, efektivitas, maupun efisiensi dalam menjalankan aktivitasnya. Pada penggunaan QRIS, manfaat tersebut meliputi transaksi yang lebih cepat, efisien, aman, serta membantu pencatatan pembayaran dan pengelolaan usaha. Semakin besar manfaat yang dirasakan pelaku UMKM, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk menggunakan QRIS. Penelitian Azqar et al. (2025), Azqar et al. (2025) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi sikap pelaku usaha terhadap penggunaan QRIS.

H4 : Persepsi kegunaan (PU) berpengaruh terhadap penggunaan QRIS pada UMKM retail di Kabupaten Kebumen.

Attitude Toward Using QRIS

Sikap untuk menggunakan QRIS (*attitude toward using QRIS*) merupakan penilaian atau evaluasi individu terhadap penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital. Menurut Davis (1989), Sikap positif terbentuk ketika pelaku UMKM memandang QRIS memberikan kemudahan, manfaat, keamanan, dan efisiensi dalam menjalankan usahanya. Semakin positif sikap yang dimiliki pelaku usaha, semakin besar kecenderungan mereka untuk menggunakan dan mempertahankan penggunaan QRIS. Hal tersebut didukung oleh penelitian Azqar et al. (2025), yang menunjukkan bahwa sikap terhadap penggunaan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi penggunaan QRIS pada pelaku UMKM. Semakin positif sikap pelaku usaha terhadap penggunaan QRIS, semakin besar kecenderungan mereka untuk menerima dan menggunakan QRIS dalam kegiatan usahanya. Temuan tersebut sejalan dengan teori

penerimaan teknologi yang menyatakan bahwa sikap positif terhadap suatu teknologi akan mendorong niat dan perilaku individu dalam menggunakan teknologi tersebut (Davis, 1989).

H5 : Sikap untuk menggunakan QRIS (ATU) berpengaruh terhadap penggunaan QRIS pada UMKM retail di Kabupaten Kebumen.

Pengaruh *Perceived Cost, Social Influence, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Attitude Toward Using* terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS*

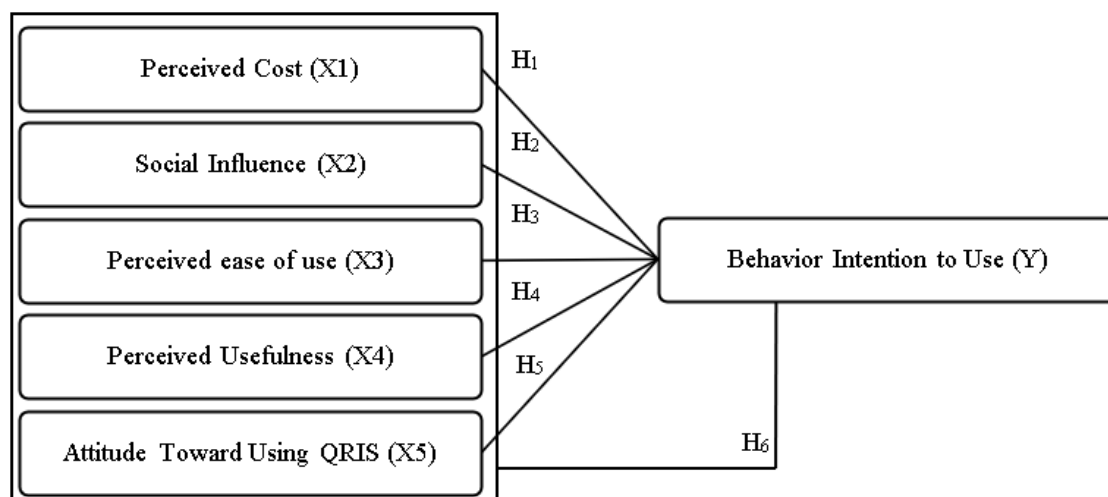
Penggunaan suatu teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor secara terpisah, tetapi dapat terbentuk melalui berbagai pertimbangan yang berkaitan dengan karakteristik teknologi, lingkungan sosial, serta evaluasi pengguna terhadap teknologi tersebut. Dalam konteks penerimaan teknologi, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* menjadi faktor penting yang dapat membentuk sikap dan kecenderungan individu untuk menggunakan suatu teknologi, sedangkan keputusan penggunaan teknologi juga dapat dipengaruhi oleh faktor sosial serta pertimbangan terhadap nilai maupun biaya yang dikeluarkan dalam menggunakan teknologi tersebut (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2019). Dalam konteks QRIS, *perceived cost, social influence, perceived ease of use, perceived usefulness*, dan *attitude toward using* merupakan faktor-faktor yang berkaitan dengan penerimaan dan keinginan pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS (Azqar et al., 2025). Kelima faktor tersebut menggambarkan pertimbangan pelaku UMKM terhadap biaya penggunaan, dorongan lingkungan sosial, kemudahan pengoperasian, manfaat yang diperoleh, serta sikap terhadap penggunaan QRIS.

H6 : Persepsi biaya (PC), pengaruh sosial (SI), persepsi kemudahan (PEU), persepsi kegunaan (PU), dan sikap untuk menggunakan QRIS (ATU) secara simultan berpengaruh terhadap keinginan untuk menggunakan QRIS (BIU) pada UMKM retail di Kabupaten Kebumen.

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir atau kerangka pemikiran merupakan dasar pemikiran penelitian yang disintesiskan dari fakta-fakta, hasil observasi, serta kajian kepustakaan sehingga menjadi landasan dalam menjelaskan hubungan antar variabel (Syahputri et al., 2023). Kerangka berpikir disusun berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu untuk memberikan gambaran mengenai arah penelitian serta menjadi dasar dalam penyusunan hipotesis.

Pada penelitian ini, penggunaan QRIS pada UMKM retail di Kabupaten Kebumen dipengaruhi oleh lima variabel. Persepsi biaya (*perceived cost*) menggambarkan pertimbangan pelaku UMKM terhadap biaya yang harus dikeluarkan dalam menggunakan QRIS. Pengaruh sosial (*social influence*) menunjukkan adanya dorongan dari lingkungan sekitar untuk menggunakan QRIS. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berkaitan dengan tingkat kemudahan dalam memahami dan mengoperasikan QRIS. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Persepsi kegunaan berkaitan dengan manfaat yang dirasakan dari penggunaan QRIS dalam menunjang aktivitas usaha. Sikap untuk menggunakan QRIS (*attitude toward using QRIS*) mencerminkan evaluasi positif atau negatif pelaku UMKM terhadap penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital. Hubungan antarvariabel dalam penelitian ini dapat digambarkan melalui kerangka berpikir berikut.



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian *cross-sectional*. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian ilmiah yang menggunakan data berbentuk angka untuk mengukur, menganalisis, dan menjelaskan fenomena secara objektif, sehingga menghasilkan pengetahuan teori dan pemecahan masalah (Rachman et al., 2023). Metode kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menguji hubungan dan pengaruh antara variabel independen, yaitu persepsi biaya, pengaruh sosial, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, serta sikap untuk menggunakan QRIS, terhadap variabel dependen berupa keinginan untuk menggunakan QRIS. Desain *cross-sectional* merupakan desain penelitian yang mempelajari resiko dan efek dengan cara observasi, dan tujuan nya yaitu mengumpulkan datanya secara bersamaan atau satu waktu (Abduh et al., 2023). Pendekatan *cross-sectional* diterapkan karena data dikumpulkan dari responden pada satu waktu pengamatan (*single point in time*), sehingga mampu memberikan gambaran mengenai kondisi dan hubungan antarvariabel pada saat penelitian dilakukan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor retail di Kabupaten Kebumen. Mengingat belum tersedia data resmi mengenai jumlah UMKM retail secara spesifik, penelitian mengacu pada data UMKM Kabupaten Kebumen yang tercatat pada Portal Satu Data Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah sebanyak 2.257 UMKM sebagai populasi target (Dinas Koperasi, 2025). Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel nonprobabilitas yang dilakukan secara sengaja berdasarkan pertimbangan peneliti untuk memilih responden yang sesuai dengan tujuan penelitian dan memiliki karakteristik yang relevan. Teknik ini digunakan agar peneliti memperoleh informasi yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti (Tajik et al., 2024). Teknik ini dipilih karena tidak seluruh anggota populasi memiliki karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Menurut Hair et al. (2022), penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *rule of thumb*, yaitu mengalikan jumlah instrumen penelitian dengan faktor pengali antara 5 hingga 10. Penelitian ini menggunakan faktor pengali sebesar 5 dengan jumlah instrumen sebanyak 46 , sehingga diperoleh jumlah sampel yang di targetkan sebesar 230 responden.

Dalam penelitian ini terdapat enam variabel yang terdiri atas lima variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen meliputi persepsi biaya (*perceived cost*), pengaruh sosial (*social influence*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi

kegunaan (*perceived usefulness*), dan sikap untuk menggunakan QRIS (*attitude toward using QRIS*). Sementara itu, variabel dependen dalam penelitian ini adalah keinginan untuk menggunakan QRIS (*behavioral intention to use QRIS*). Definisi operasional masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut.

1. Persepsi Biaya (*Perceived Cost*)

Persepsi biaya (PC) merupakan penilaian individu terhadap besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk menggunakan suatu teknologi. Pada UMKM pengguna QRIS, persepsi biaya menggambarkan sejauh mana pelaku UMKM menilai bahwa biaya penggunaan QRIS sebanding dengan manfaat yang diperoleh. Menurut Azqar et al. (2025), indikator persepsi biaya meliputi: keterjangkauan biaya penggunaan QRIS, kesesuaian biaya administrasi dengan manfaat yang diperoleh, biaya penggunaan QRIS yang tidak menambah beban operasional usaha, penerimaan terhadap keseluruhan biaya penggunaan QRIS, serta kesesuaian keseluruhan biaya penggunaan QRIS dengan kemampuan finansial pelaku UMKM.

2. Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Pengaruh sosial (PS) merupakan tingkat keyakinan bahwa individu atau kelompok yang dianggap penting memengaruhi keputusan untuk menggunakan suatu teknologi. Dalam penggunaan QRIS pada pelaku UMKM, pengaruh tersebut dapat berasal dari pelanggan, keluarga, rekan sesama pelaku UMKM, maupun pihak penyedia layanan pembayaran. Indikator dari pengaruh sosial yaitu: adanya saran dari orang-orang yang dianggap penting untuk menggunakan QRIS, dorongan dari teman, keluarga, atau rekan usaha, harapan pelanggan agar tersedia pembayaran menggunakan QRIS, pengaruh penggunaan QRIS oleh pelaku usaha lain di lingkungan sekitar, serta dukungan dari lingkungan sosial terhadap penggunaan QRIS dalam kegiatan usaha (Venkatesh et al., 2019).

3. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan (PEU) merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan suatu sistem tidak memerlukan usaha yang besar atau mudah dipelajari. Pada penggunaan QRIS oleh pelaku UMKM, persepsi kemudahan diartikan sebagai keyakinan pelaku UMKM bahwa QRIS mudah dipahami dan mudah digunakan dalam kegiatan transaksi sehari-hari. Menurut Davis (1989), indikator dalam persepsi kemudahan adalah: kemudahan mempelajari QRIS, kemudahan memahami cara penggunaan QRIS, kemudahan menggunakan QRIS dalam melakukan transaksi, penggunaan QRIS yang tidak memerlukan banyak usaha, serta kemudahan menjadi terampil dalam menggunakan QRIS.

4. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kegunaan (PU) merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dalam konteks penggunaan QRIS oleh pelaku UMKM, persepsi kegunaan diartikan sebagai keyakinan pelaku UMKM bahwa penggunaan QRIS memberikan manfaat dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi transaksi usaha. Indikatornya persepsi kegunaan meliputi: kemampuan QRIS dalam meningkatkan kinerja, meningkatkan produktivitas, meningkatkan efektivitas, mempermudah dan mempercepat penyelesaian pekerjaan, serta memberikan manfaat secara keseluruhan dalam menjalankan usaha (Davis, 1989).

5. Sikap untuk Menggunakan QRIS (*Attitude Toward Using QRIS*)

Sikap untuk menggunakan (ATU) merupakan evaluasi positif atau negatif seseorang terhadap penggunaan suatu teknologi. Pada pelaku UMKM yang menggunakan QRIS, sikap untuk menggunakan QRIS menggambarkan penilaian pelaku UMKM mengenai apakah penggunaan QRIS merupakan keputusan yang baik, menguntungkan, dan menyenangkan. Sikap untuk menggunakan QRIS diukur melalui empat indikator, yaitu penilaian positif terhadap penggunaan QRIS, menggunakan QRIS merupakan ide yang baik, merasa senang

apabila menggunakan QRIS, menganggap menggunakan QRIS adalah keputusan yang tepat, serta menganggap pengguna QRIS sebagai pilihan yang menguntungkan usaha (Davis, 1989).

6. Keinginan untuk Menggunakan QRIS (*Behavioral Intention to Use QRIS*)

Keinginan untuk menggunakan (BIU) merupakan tingkat keinginan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi pada masa sekarang maupun masa yang akan datang. Dalam pelaku UMKM yang menggunakan QRIS, keinginan untuk menggunakan QRIS menunjukkan niat pelaku UMKM untuk terus memanfaatkan QRIS sebagai metode pembayaran dalam kegiatan usahanya. Pada penelitian yang dilakukan Davis (1989), indikatornya meliputi: niat menggunakan, keinginan untuk menggunakan secara berkelanjutan, rencana menggunakan, ketersediaan merekomendasikan penggunaan serta keinginan untuk meningkatkan penggunaan QRIS dalam kegiatan usaha..

Indikator pada setiap variabel digunakan untuk acuan dalam menyusun pertanyaan-pertanyaan pada instrumen penelitian berupa kuesioner. Jawaban responden terhadap setiap pernyataan diukur menggunakan skala Likert dengan empat tingkat penilaian, yaitu skor 4 untuk sangat setuju, skor 3 untuk setuju, skor 2 untuk tidak setuju, dan skor 1 untuk sangat tidak setuju.

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dan menggunakan IMB SPSS untuk analisis data. Analisis tersebut digunakan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Biaya (PC), Pengaruh Sosial (SI), Persepsi Kemudahan (PUE), Persepsi Kegunaan (PU), dan Sikap Menggunakan QRIS (ATU) terhadap Keinginan Menggunakan QRIS (BIU). Analisis regresi linier berganda digunakan karena penelitian ini melibatkan lebih dari satu variabel independen yang diduga memengaruhi satu variabel dependen.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada UMKM retail di Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah dengan menguji pengaruh persepsi biaya, pengaruh sosial, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan sikap menggunakan QRIS terhadap keinginan menggunakan QRIS. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM retail yang memenuhi kriteria penelitian. Berdasarkan perhitungan jumlah sampel menggunakan pendekatan rule of thumb, penelitian menargetkan sebanyak 230 responden. Namun, selama proses pengumpulan data hanya 183 kuesioner yang memenuhi kriteria dan dapat digunakan dalam analisis. Jumlah responden yang belum mencapai target disebabkan oleh keterbatasan waktu pengumpulan data, adanya responden yang tidak bersedia mengisi kuesioner, serta terdapat calon responden yang tidak memenuhi kriteria penelitian, yaitu tidak menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran, tidak bergerak pada sektor usaha retail, atau telah menjalankan usahanya kurang dari dua tahun.

UJI VALIDASI DAN UJI RELIABILITAS

UJI VALIDASI

Uji validasi bertujuan untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan dalam kuesioner yang disebarkan dapat mengukur variabel yang akan diteliti. Suatu instrumen dikatakan valid apabila setiap pernyataan pada instrumen mampu mengungkapkan variabel yang diukur secara tepat. Suatu item dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan tidak valid apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dan menggunakan tingkat signifikan 0,05 (Janna & Herianto, 2021). R tabel dihitung dengan rumus $R_{tabel} = (N-2 ; 0,05)$. N adalah jumlah sampel yang akan diuji. Maka $R_{tabel} = (183-2 ; 0,05) = 0,1451$.

Table 1 Uji Validitas

Variabel	R hitung	R tabel (0,05)	Signifikasi	Keterangan
PC.1	0,720	0,145	0,000	valid
PC.2	0,741	0,145	0,000	valid
PC.3	0,810	0,145	0,000	valid
PC.4	0,826	0,145	0,000	valid
PC.5	0,773	0,145	0,000	valid
PC.6	0,735	0,145	0,000	valid
PC.7	0,744	0,145	0,000	valid
PC.8	0,793	0,145	0,000	valid
SI.1	0,804	0,145	0,000	valid
SI.2	0,811	0,145	0,000	valid
SI.3	0,705	0,145	0,000	valid
SI.4	0,737	0,145	0,000	valid
SI.5	0,801	0,145	0,000	valid
SI.6	0,761	0,145	0,000	valid
SI.7	0,720	0,145	0,000	valid
PEU.1	0,753	0,145	0,000	valid
PEU.2	0,774	0,145	0,000	valid
PEU.3	0,753	0,145	0,000	valid
PEU.4	0,764	0,145	0,000	valid
PEU.5	0,771	0,145	0,000	valid
PEU.6	0,734	0,145	0,000	valid
PEU.7	0,773	0,145	0,000	valid
PU.1	0,809	0,145	0,000	valid
PU.2	0,777	0,145	0,000	valid
PU.3	0,771	0,145	0,000	valid
PU.4	0,801	0,145	0,000	valid
PU.5	0,759	0,145	0,000	valid
PU.6	0,737	0,145	0,000	valid
PU.7	0,811	0,145	0,000	valid
PU.8	0,786	0,145	0,000	valid
ATU.1	0,778	0,145	0,000	valid
ATU.2	0,806	0,145	0,000	valid
ATU.3	0,725	0,145	0,000	valid
ATU.4	0,806	0,145	0,000	valid
ATU.5	0,777	0,145	0,000	valid
ATU.6	0,733	0,145	0,000	valid
ATU.7	0,803	0,145	0,000	valid
BIU.1	0,695	0,145	0,000	valid
BIU.2	0,643	0,145	0,000	valid
BIU.3	0,702	0,145	0,000	valid
BIU.4	0,710	0,145	0,000	valid
BIU.5	0,670	0,145	0,000	valid
BIU.6	0,765	0,145	0,000	valid
BIU.7	0,647	0,145	0,000	valid

BIU.8	0,751	0,145	0,000	valid
BIU.9	0,743	0,145	0,000	valid

Sumber: Data Primer diolah (2026)

Dari tabel hasil uji validasi, seluruh item pernyataan pada variabel Perceived Cos (PC), Social Influence (SI), Perceived Ease of Use (PEU), Perceived Usefulness (PU), Attitude Toward Using (ATU), dan Behavioral Intention to Use (BIU) memiliki nilai r -hitung lebih besar daripada r -tabel (0,145) serta nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$). Oleh karena itu, seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

UJI RELIABILITAS

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian mampu memberikan hasil yang konsisten apabila digunakan untuk mengukur variabel yang sama. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya dan tetap konsisten ketika dilakukan pengukuran berulang (Janna & Herianto, 2021). Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Menurut Ghazali (2021), instrumen yang reliabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,7$.

Table 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
PC	0,900	Reliabel
SI	0,881	Reliabel
PEU	0,878	Reliabel
PU	0,909	Reliabel
ATU	0,891	Reliabel
BIU	0,872	Reliabel

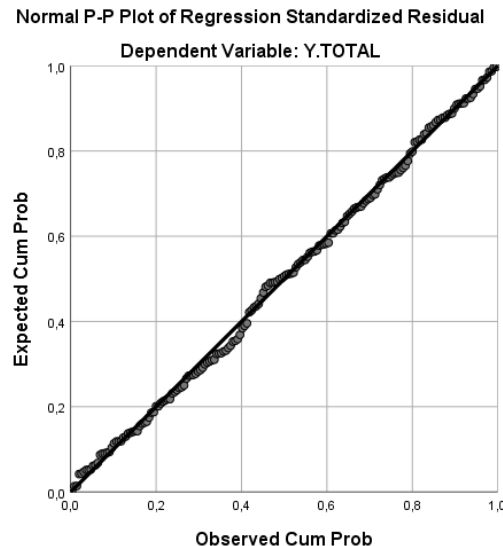
Sumber: Data Primer diolah (2026)

Dari tabel 2, seluruh item pernyataan pada variabel *Perceived Cost* (PC), *Social Influence* (SI), *Perceived Ease of Use* (PEU), *Perceived Usefulness* (PU), *Attitude Toward Using* (ATU), dan *Behavioral Intention to Use* (BIU) memiliki nilai *Chronch's Alpha* $> 0,7$. Oleh karena itu semua variabel dinyatakan reliabel.

UJI ASUMSI KLASIK

UJI NORMALITAS

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah sebaran variabel mengikuti distribusi normal. Model regresi yang baik adalah model yang residualnya terdistribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2021). Pada penelitian ini, pengujian normalitas menggunakan grafik Normal Probability (*Normal P-P Plot*). Residual berdistribusi normal, apabila titik-titik pada grafik menyebar disekitar garis atau mengikuti garis diagonal. Data tidak berdistribusi normal, apanila titik-titik pada grafik menyebar menjauh dari garis atau tidak mengikuti garis diagonal.



Gambar 2 Uji Normalitas
Sumber: Data Primer diolah (2026)

Berdasarkan Gambar 2, titik-titik pada grafik terlihat menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal. Hasil tersebut menunjukkan bahwa residual dalam model regresi berdistribusi normal.

UJI MULTIKOLINEARITAS

Menurut Ghozali (2021), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang tinggi antarvariabel independen. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami gejala multikolinearitas. Pengujian multikolinearitas pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Model regresi dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas apabila memiliki nilai Tolerance $> 0,10$ dan $VIF < 10$ (Iba & Wardana, 2024).

Table 3 Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
		(Varians Inflaion Factor)	
PC	0,954	1,049	Tidak Terjadi Multikolinieritas
SI	0,956	1,046	Tidak Terjadi Multikolinieritas
PEU	0,978	1,023	Tidak Terjadi Multikolinieritas
PU	0,964	1,037	Tidak Terjadi Multikolinieritas
ATU	0,950	1,053	Tidak Terjadi Multikolinieritas

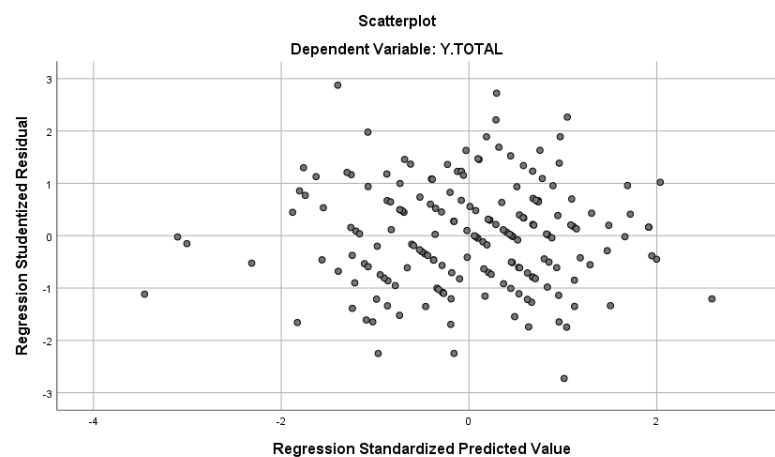
Sumber: Data Primer diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 3, variabel *Perceived Cost* (PC) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,954 dan VIF sebesar 1,049. Variabel *Social Influence* (SI) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,956 dan VIF sebesar 1,046. Variabel *Perceived Ease of Use* (PEU) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,978 dan VIF sebesar 1,023. Variabel *Perceived Usefulness* (PU) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,964 dan VIF sebesar 1,037, sedangkan variabel *Attitude Toward Using*

(ATU) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,950 dan VIF sebesar 1,053. Seluruh variabel independent memiliki nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ddalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

UJI HETEROSKEDASTITAS

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas (Iba & Wardana, 2024). Pada penelitian ini, uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik Scatterplot. Model regresi dinyatakan tidak mengakami heteroskedestitas apabila titik-titik pada grafik menyebar secra acak, tidak membentuk pola tertentu, dan tersebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. Sebaliknya, apabila titik-titik membentuk pola tertentu maka model regresi mengalami gejala heteroskadestitusi.



Gambar 3 Uji Heteroskedastitas
Sumber: Data Primer diolah (2026)

Berdasarkan gambar 3, titik-titik pada grafik Scaterplot terlihat menyebar acak di atas dan bawah angka nol pada sumbu Y serta tidak membenuk pola tertentu. Pola penyebaran tersebut menunjukan bahwa varians residual bersifat kontstan sehingga model regresi tidak megalami gejala heteroskedastitas.

UJI REGRESI BERGANDA

UJI t

Menurut Iba dan Wardana (2024), uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependent. Peengujian dilakukan dengan membandingkan niai t-hitung dengan t-tabel atau berdasarkan nilai signifikansi (Sig.). Hipotesis diterima apabila nilat t-hitunng $>$ t-tabel atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, yang menunjukan bahwa variabel dipenden berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nitai t-hitung $<$ t-tabe atau nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. $df = n - k - 1$ dengan n adalah jumlah sample, k adalah variabel independen. maka $df = 183 - 5 - 1 = 177$. berdasarkan distribusi $df = 177$ dan $\alpha = 0,05$, diperoleh t—tabel 1,973.

Table 4 Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,202	1,124		6,406	0,000
	PC	0,140	0,028	0,234	4,905	0,000
	SI	0,187	0,032	0,276	5,801	0,000
	PEU	0,194	0,033	0,278	5,905	0,000
	PU	0,212	0,028	0,361	7,611	0,000
	ATU	0,206	0,032	0,304	6,363	0,000

Sumber: Data Primer diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4, menunjukkan variabel Perceived Cost (PC) memperoleh nilai t-hitung sebesar 4,905, Social Influence (SI) sebesar 5,801, Perceived Ease of Use (PEU) sebesar 5,905, Perceived Usefulness (PU) sebesar 7,611, dan Attitude Toward Using (ATU) sebesar 6,363. Seluruh nilai t-hitung tersebut lebih besar daripada t-tabel sebesar 1,973 dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,000 ($<0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa H1, H2, H3, H4, dan H5 diterima, sehingga Perceived Cost, Social Influence, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Attitude Toward Using masing-masing berpengaruh secara signifikan terhadap Behavioral Intention to Use QRIS pada UMKM retail di Kabupaten Kebumen.

UJI F DAN KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan F-hitung dengan F-tabel atau berdasarkan nilai signifikansi (Sig.). Apabila F-hitung $>$ F tabel atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima, yang berarti variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Table 5 Pengujian simultan (Uji-F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1152,468	5	230,494	56,992	,000 ^b
	Residual	715,838	177	4,044		
	Total	1868,306	182			

a. Dependent Variable: BIU

b. Predictors: (Constant), PC, SI, PEU, PU, ATU

Sumber: Data Primer diolah (2026)

Berdasarkan pada Tabel 5, hasil uji F diperoleh F-hitung sebesar 56,992 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Adapun nilai F-tabel pada taraf signifikansi 5% dengan $df_1 = 5$ dan $df_2 = 177$ adalah 2,27. Nilai F-hitung (56,992) $>$ F-tabel (2,27) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H6 diterima sehingga variabel *Perceived Cost* (PC), *Social Influence* (SI), *Perceived Ease of Use* (PEU), *Perceived Usefulness* (PU), dan *Attitude Toward Using* (ATU) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS* (BIU) pada UMKM retail di Kabupaten Kebumen.

Selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *Perceived Cost*, *Social Influence*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Attitude Toward Using*

terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS* maka menggunakan nilai *Adjusted R Square* pada koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin besar kemampuan model regresi dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen (Iba & Wardana, 2024).

Table 6 Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,785 ^a	0,617	0,606	2,01104	2,109

a. Predictors: (Constant), PC, SI, PEU, PU, ATU

b. Dependent Variable: BIU

Sumber: Data Primer diolah (2026)

Berdasarkan pada Tabel 6, diperoleh nilai *Adjusted r Square* sebesar 0,606. Hal ini menunjukkan bahwa 60,6% variasi *Behavioral Intention to Use QRIS* pada UMKM retail di Kabupaten Kebumen dapat dijelaskan oleh variabel *Perceived Cost* (PC), *Social Influence* (SI), *Perceived Ease of Use* (PEU), *Perceived Usefulness* (PU), dan *Attitude Toward Using* (ATU). Sementara itu, 39,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian yang tidak diteliti, seperti kepercayaan (*trust*), persepsi risiko (*perceived risk*), kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*), kebiasaan (*habit*), keamanan (*perceived security*), literasi digital, serta kualitas layanan sistem pembayaran. Oleh karena itu, faktor-faktor tersebut dapat dipertimbangkan sebagai variabel tambahan dalam penelitian selanjutnya.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Perceived Cost* terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS*

Berdasarkan hasil uji statistik, persepsi biaya (PC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan untuk menggunakan QRIS, dengan t -hitung 4,905 > t -tabel 1,973, dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa penerimaan terhadap biaya menjadi pertimbangan teknologi pembayaran digital QRIS, terutama ketika biaya yang dikeluarkan sebanding dengan manfaat yang diperoleh. Temuan ini sejalan dengan temuan Azzahra et al. (2024) yang menemukan bahwa *price value* berpengaruh terhadap *behavior intention to use QRIS*, sehingga penilaian manfaat relatif terhadap biaya dapat mendorong niat penggunaan QRIS. Namun hasil ini berbeda dengan temuan Buchdad et al. (2024) yang menemukan bahwa *perceived cost* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* penggunaan QRIS karena pelaku UMKM cenderung lebih memprioritaskan kemudahan dan kenyamanan penggunaan dibandingkan pertimbangan biaya. Hasil penelitian ini juga tidak sesuai dengan temuan Azqar et al. (2025) bahwa *perceived cost* tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *behavioral intention to use QRIS*, meskipun berpengaruh negatif terhadap *attitude toward using*. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh biaya terhadap niat penggunaan QRIS dapat berbeda berdasarkan karakteristik pelaku usaha dan konteks penelitian. Dengan demikian, penerimaan terhadap biaya penggunaan QRIS menjadi salah satu faktor yang mendorong keinginan UMKM retail di Kabupaten Kebumen untuk menggunakan QRIS.

Pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS*

Berdasarkan hasil uji statistik, *Social Influence* (SI) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS*, dengan t -hitung 5,801 > t -tabel 1,973, dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H2 diterima. Secara teoritis, *social influence* menunjukkan

sejauh mana seseorang meyakini bahwa orang-orang yang dianggap penting mendorong penggunaan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2019). Temuan ini sejalan dengan Azqar et al. (2025) yang menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh positif terhadap penerimaan QRIS melalui *attitude toward using*, serta Buchdad et al. (2024) yang menemukan bahwa *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* penggunaan QRIS pada UMKM. Dengan demikian, dukungan dan pengaruh dari pelanggan, orang terdekat, pelaku usaha lain, dan lingkungan sekitar menjadi faktor yang mendorong keinginan UMKM retail di Kabupaten Kebumen untuk menggunakan QRIS.

Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS*

Berdasarkan hasil uji statistik, *Perceived Ease of Use* (PEU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS*, dengan $t\text{-hitung } 5,905 > t\text{-tabel } 1,973$, dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H3 diterima. Secara teoritis, *perceived ease of use* menunjukkan sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan banyak usaha serta mudah dipahami dan digunakan (Davis, 1989). Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan Azqar et al. (2025), yang menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap penerimaan QRIS melalui *attitude toward using*, dan Buchdad et al. (2024), yang menemukan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* penggunaan QRIS pada UMKM. Dengan demikian, semakin mudah QRIS dipelajari, dipahami, dan diterapkan dalam kegiatan transaksi, semakin kuat keinginan UMKM retail di Kabupaten Kebumen untuk menggunakan QRIS.

Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS*

Berdasarkan hasil uji statistik, *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS*, dengan $t\text{-hitung } 7,611 > t\text{-tabel } 1,973$, dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H4 diterima. Secara teoritis, *perceived usefulness* menunjukkan sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerja dan memberikan manfaat dalam pekerjaannya (Davis, 1989). Temuan ini sejalan dengan Rohmansyah et al. (2023) dan Yusuf et al. (2024), yang menemukan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use QRIS*. Namun, bertolak belakang dengan temuan Azqar et al. (2025) yang menunjukkan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *attitude toward using QRIS*. Dengan demikian, manfaat yang dirasakan dari penggunaan QRIS, terutama dalam mendukung kelancaran transaksi, meningkatkan efektivitas kegiatan usaha, serta mempermudah dan mempercepat proses pembayaran, menjadi faktor yang mendorong keinginan UMKM retail di Kabupaten Kebumen untuk menggunakan QRIS.

Pengaruh *Attitude Toward Using* terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS*

Berdasarkan hasil uji statistik, *Attitude Toward Using* (BIU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use QRIS*, dengan $t\text{-hitung } 6,363 > t\text{-tabel } 1,973$, dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H5 diterima. Secara teoritis, *attitude toward using* menunjukkan penilaian positif atau negatif seseorang terhadap penggunaan suatu teknologi yang dapat memengaruhi kecenderungannya untuk menggunakan teknologi tersebut (Davis, 1989). Temuan ini sejalan dengan Azqar et al. (2025), Buchdad et al. (2024) dan Syah et al. (2022) yang mengemukakan bahwa *attitude toward using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat UMKM untuk terus menggunakan QRIS. Dengan demikian, penilaian positif terhadap QRIS sebagai metode pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan usaha, layak

diterapkan, dan memberikan nilai positif bagi usaha menjadi faktor yang mendorong keinginan UMKM retail di Kabupaten Kebumen untuk menggunakan QRIS.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *Behavioral Intention to Use* QRIS pada UMKM retail di Kabupaten Kebumen, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Perceived Cost* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa ketika biaya penggunaan QRIS dapat diterima dan dinilai sebanding dengan manfaat yang diperoleh, keinginan pelaku UMKM retail untuk menggunakan QRIS semakin meningkat.
2. *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan dan dorongan dari lingkungan sosial, seperti pelanggan, orang terdekat, dan pelaku usaha lain, turut meningkatkan keinginan pelaku UMKM retail untuk menggunakan QRIS.
3. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam mempelajari, memahami, dan mengoperasikan QRIS dapat meningkatkan keinginan pelaku UMKM retail untuk menggunakan QRIS dalam kegiatan usahanya.
4. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dari penggunaan QRIS, terutama dalam mendukung efektivitas dan efisiensi transaksi usaha, dapat meningkatkan keinginan pelaku UMKM retail untuk menggunakan QRIS.
5. *Attitude Toward Using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa semakin positif penilaian pelaku UMKM terhadap penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital, semakin tinggi keinginan mereka untuk menggunakan QRIS dalam kegiatan usahanya.
6. *Perceived Cost*, *Social Influence*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Attitude Toward Using* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan pelaku UMKM retail di Kabupaten Kebumen untuk menggunakan QRIS terbentuk melalui keterkaitan antara pertimbangan biaya, pengaruh lingkungan sosial, kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, dan sikap terhadap penggunaan QRIS.

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku UMKM retail disarankan untuk mengoptimalkan penggunaan QRIS dengan memanfaatkan kemudahan dan manfaatnya dalam meningkatkan efektivitas transaksi usaha. Konsumen diharapkan dapat memanfaatkan QRIS sebagai alternatif pembayaran non-tunai sehingga turut mendorong keberlanjutan penggunaan QRIS pada UMKM. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas wilayah dan karakteristik responden, meningkatkan jumlah sampel, serta mempertimbangkan variabel lain di luar model penelitian untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan QRIS.

Daftar Pustaka

Sumber dari jurnal:

Abduh, M., Alawiyah, T., Apriansyah, G., Abdullah, R., & Afgani, M. W. (2023). *Cross Sectional dalam Penelitian Kualitatif Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*. 3(1), 31–39.

- Azqar, R. S., Kamal, I., Info, A., Cost, P., Usefulness, P., & Using, A. T. (2025). *International Journal of Economics , Accounting , and Management Analysis of Factors Affecting the Digitalisation of UMKM in Using QRIS (Study on Culinary Businesses in Bandung City)*. 1(5), 315–327.
- Azzahra, D., Fitrioso, R., & Anggrain, L. (2024). *Pengaruh Sosial dan Nilai Harga terhadap Behavioral Intention toUse QRIS serta dampaknya pada Use Behavior: Studi Empiris pada UMKM Sektor Kuliner Kota Pekanbaru*. 6(2). <https://doi.org/10.24036/jea.v6i2.1568>
- Bank Indonesia. (2020). *QR Code Indonesian Standard (QRIS)*. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Documents/Bahan-Sosialisasi-QRIS.pdf#search=gris>
- Buchdad, A. D., Rahmawati, A. A., Siregar, M. E. S., Muttaqien, M. R., & Zak, A. (2024). *Analysis of factors affecting behavioral intention to use QRIS in MSMEs : Expansion of technology acceptance model*. 8(15), 1–15. <https://doi.org/10.24294/jipd9108>
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Technology Information*. 13(3), 319–340.
- Dinas Koperasi, U. K. dan M. P. J. T. (2025). *UMKM*. <https://satudata.dinkop-umkm.jatengprov.go.id/umkm#kontaKami>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling*.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). *Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan spss*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>
- Julisar, Supriatna, D., & Debora. (2025). *The Impact of The Utilization of Electronic Payment Moderated by Financial Technology Innovation on Financial Technology Payment in Indonesia*. 01, 52–59. <https://doi.org/10.14710/vol15iss1pp52-59>
- Listiyono, H., Wahyudi, E. N., & Diartono, D. A. (2024). *Dinamika Implementasi QRIS : Meninjau Peluang dan Tantangan bagi UMKM Indonesia*. 8(2), 120–126.
- Muharna, H. J., Wijoyo, S. H., Sartika, I., Maghfiroh, E., Studi, P., Informatika, T., Komputer, F. I., & Brawijaya, U. (2017). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pengaruh Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Pelaku UMKM Kuliner di Kota Malang*. 1(1), 1–7.
- Ramayanti, R., Azhar, Z., Hadian, N., & Azman, N. (2025). *Telematics and Informatics Reports Factors influencing intentions to use QRIS : A two-staged PLS-SEM and ANN approach*. *Telematics and Informatics Reports*, 17(November 2024), 100185. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2024.100185>
- Rohmansyah, A. M., Syah, T. Y. R., Iskandar, M. D., & Abadi, F. (2023). *Proyeksi Keuangan Franchise Centre Indonesia dalam Pengembangan UMKM di Indonesia*. 4(3), 2895–2903.
- Santika, A. Z., Musyaffi, A. M., & Zairin, G. M. (2024). *Factors Influencing the Adoption of QRIS Digital Payments in MSMEs*. 5(1), 172–187.
- Sari, D. A. N. (2024). *Laporan Penelitian Terapan Implementasi Metode Pembayaran Digital*

Melalui Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Untuk Mmenunjang Efektivitas Penjualan: Studi Kasus Pelaku UMKM di Kebumen.

- Syah, D. H., Dongoran, F. R., Nugrahadi, E. W., & Aditia, R. (2022). *Understanding the technology acceptance model in the QRIS usage: Evidence from SMEs in Indonesia*. 11(6), 12–19. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i6.1917>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). *Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif*.
- Tajik, O., Golzar, J., & Noor, S. (2024). *Purposive Sampling*. 2(December), 1–9.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2019). *User Acceptance of Information Technology*. 27(3), 425–478.
- Yusuf, M., Rahmiati, & Thamrin. (2024). *The influence of perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk on behavioral intention for QRIS user*. 4(2), 100–118. <https://doi.org/10.24036/mms.v4i2.500>
- Sumber dari buku:
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*.
- Iba, Z., & Wardana, A. (2024). *Analisis Regresi dan Analisis Jalur untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS 29.0 & SMART-PLS 4.0* (M. Pradana (ed.)).
- Rachman, A., Yochanan, C. E., Samanlangi, A. I., & Purnomo, H. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.