

SKRIPSI

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASY OF USE* AND *TRUST* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* QRIS

**(Studi Pada Mahasiswa Pengguna QRIS di Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Hasanuddin)**

disusun dan diajukan oleh

**NURUS SAADAH
A021201077**



kepada

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

SKRIPSI

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASY OF USE AND TRUST* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* QRIS

**(Studi Pada Mahasiswa Pengguna QRIS di Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Hasanuddin)**

sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

disusun dan diajukan oleh

**NURUS SAADAH
A021201077**



kepada

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2023**

SKRIPSI

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASY OF USE* AND *TRUST* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* QRIS

(Studi Pada Mahasiswa Pengguna QRIS di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin)

disusun dan diajukan oleh

NURUS SAADAH
A021201077

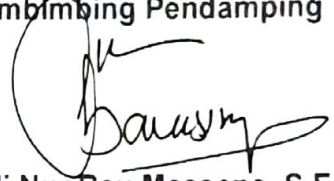
telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 30 November 2023

Pembimbing Utama


Prof. Dr. Musran Munizu, S.E., M.Si.
NIP.197509092000121001

Pembimbing Pendamping


Dr. Andi Nur Bau Massepe, S.E., M.M
NIP. 197804282009121001

Ketua Departemen Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Andi Aswan, S.E., MBA., M.Phil.
NIP. 197705102006041003

SKRIPSI

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASY OF USE AND TRUST* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* QRIS

(Studi Pada Mahasiswa Pengguna QRIS di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin)

disusun dan diajukan oleh

**NURUS SAADAH
A021201077**

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal 17 Januari 2024 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Panitia Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan
1	Prof. Dr. Musran Munizu, S.E., M.Si	Ketua
2	Dr. Andi Nur Bau Massepe, S.E., M.M	Sekretaris
3	Dra. Hj. Andi Reni, M.Si., Ph.D., CSEM., CWM	Anggota
4	Romi Setiawan, S.E., MSM	Anggota



PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nurus Saadah

NIM : A021201077

Departement/ Program Studi : Manajemen/ S1

dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASY OF USE* AND
TRUST TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* QRIS**

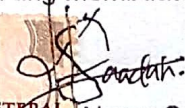
**(Studi Pada Mahasiswa Pengguna QRIS di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin)**

Adalah hasil karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan atau daftar pustaka.

Apabila di kemudia hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundangundangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 27).

Makassar, 30 November 2023

Yang membuat pernyataan,


Nurus Saadah

10000
SEPULUH RIBU RUPIAH
TEL. 20
METERAI
TEMPER
7073EAKX816060813

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa dan Nabi Muhammad SAW atas berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use and Trust Terhadap Behavioral Intention QRIS***” (Studi pada Mahasiswa Pengguna QRIS di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin). Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi S1 pada Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.

Tentunya selama proses penyusunan skripsi ini terdapat berbagai macam hambatan yang penulis alami, namun hal tersebut dapat penulis lewati dengan baik berkat dukungan, doa, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun ucapan terima kasih penulis berikan kepada:

1. Terima kasih kepada Allah SWT, yang selalu menyertai serta melindungi
2. Terima kasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya, Bapak Trubus dan Ibu Supiah yang selalu memberikan doa, bantuan, dukungan, kasih sayang yang melimpah dalam mendidik dan membesarkan penulis dengan banyak pengorbanan. Terima kasih juga kepada kakak saya Sri Susanti dan Adik saya Vita Ayu Ningsih yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis yang begitu besar.
3. Terima kasih kepada kedua pembimbing, Bapak Prof. Dr. Musran Munizu, S.E., M.Si dan Bapak Dr. Andi Nur Baumaseppe, S.E.,M.M atas

bimbingan, saran, arahan, dan dukungan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

4. Terima kasih kepada kedua penguji, Ibu Dra. Hj. Andi Reni, M.Si.,Ph.D.,CSEM.,CMW dan Bapak Romi Setiawan, S.E.,MSM, yang telah meluangkan waktu dan memberikan saran kepada penulis.
5. Terima kasih kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, Prof. Dr. Abdu Rahman Kadir, S.E., M.Si beserta jajarannya terkhusus pada Wakil Dekan I,II, dan III. Serta seluruh dosen yang telah mencurahkan ilmu pengetahuannya selama peneliti belajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Terima kasih kepada Bapak Dr. Andi Aswan, S.E., MBA.,M.Phil selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
7. Terima kasih kepada seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah begitu banyak membantu dalam hal administrasi.
8. Terima kasih kepada 345 responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner dan bersedia menjadi sampe dalam penelitian ini.
9. Terima kasih kepada anime One Piece atas segala motivasi serta hiburannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Terima kasih kepada teman-teman group IPK (Indah, Salmi, Dini dan Siska) yang telah memberikan banyak bantuan dan doa hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

11. Terima kasih kepada teman-teman group FIX (Linda, Son, Kiki, Puyu, Manda, Icha, Khaerina) yang telah memberikan banyak bantuan, motivasi dan doa dari awal memasuki perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Terima kasih kepada teman-teman Manajemen 2020 atas segala bantuan, kesenangan dan kebersamaannya.
13. Terima kasih kepada pengurus IMMAJ periode 2023 atas segala kebersamaannya selama menjalankan kepengurusan.
14. Terima kasih kepada seluruh pengurus dan warga IPMIL RAYA UNHAS atas segala suka dan dukanya selama bergabung menjadi IPMIL RAYA UNHAS.
15. Terima kasih kepada semua pihak yang mengenal dan membantu penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis percaya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis akan sangat berterima kasih atas kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan skripsi ini.

Terharap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya do'a serta puji syukur kepada Allah SWT. Semoga kita selalu dalam lindungan-Nya dan semoga skripsi ini berguna bagi semuanya. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Makassar, 30 November 2023



Nurus Saadah

A021201077

ABSTRAK

“PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASY OF USE* AND *TRUST* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* QRIS”

(Studi Pada Mahasiswa Pengguna QRIS di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin)

"*THE INFLUENCE OF PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASY OF USE AND TRUST ON QRIS BEHAVIORAL INTENTION*"

(Study on QRIS User Students, Faculty of Economics and Business, Hasanuddin University)

Nurus Saadah

Musran Munizu

Andi Nur Baumassepe Mappanyompa

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa *perceived usefulness*, *perceived easy of use* dan *trust* terhadap *behavioral intention* QRIS, studi pada mahasiswa pengguna QRIS di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sedangkan metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun jumlah sampel yang digunakan sejumlah 345 mahasiswa yang menggunakan FinTech QRIS. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan analisis linear berganda dengan aplikasi IMB SPSS versi 27. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness*, *Perceived Easy of Use* dan *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* terhadap mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang menggunakan QRIS.

Kata Kunci : *Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use, Trust, Behavioral Intention*

ABSTRACT

"THE INFLUENCE OF PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASY OF USE AND TRUST ON QRIS BEHAVIORAL INTENTION"

**(Study on QRIS User Students, Faculty of Economics and Business,
Hasanuddin University)**

Nurus Saadah

Musran Munizu

Andi Nur Baumassepe Mappanyompa

This study aims to analyze perceived usefulness, perceived ease of use and trust in QRIS behavioral intention, a study of QRIS user students at the Faculty of Economics and Business, Hasanuddin University. The research method used is quantitative research. While the sampling method uses purposive sampling method. The number of samples used was 345 students who used FinTech QRIS. The analysis method used is descriptive analysis method and multiple linear analysis with the IMB SPSS version 27 application. The results of this study indicate that the variables perceived usefulness, Perceived Easy of Use and trust have a positive and significant effect on behavioral intention towards students at the Faculty of Economics and Business, Hasanuddin University who use QRIS.

Keywords: Perceived Usefulness, Perceived Ease, Trust, Behavioral Intention

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN	i
PRAKATA	iv
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.5 Sistematika Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 <i>Financial Technology</i>	11
2.1.1 Definisi Financial Technology	11
2.1.2 Jenis-Jenis Financial Technology	12
2.1.3 Peran Financial Technology	13
2.2 Kode QR	13
2.3 QRIS (<i>Quick Response Code Indonesia Standard</i>)	14
2.4 <i>Technology Acceptance Model</i>	15
2.4.1 Persepsi Kegunaan (<i>Perceived Usefulness</i>)	16
2.4.2 Persepsi Kemudahan Menggunakan (<i>Perceived Easy of Use</i>)	18
2.5 Kepercayaan (<i>Trust</i>)	20
2.6 Niat Berperilaku (<i>Behavioral Intention</i>)	21

2.7	Tinjauan Empirik	23
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS		30
3.1	Kerangka Konseptual	30
3.2	Hipotesis	32
BAB IV METODE PENELITIAN		34
4.1	Jenis dan Rancangan Penelitian	34
4.2	Tempat dan Waktu Penelitian	34
4.3	Populasi dan Sampel	35
4.3.1	Populasi	35
4.3.2	Sampel	35
4.4	Jenis dan Sumber Data	38
4.4.1	Jenis Data	38
4.4.2	Sumber Data	38
4.5	Teknik Pengumpulan Data	39
4.6	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	40
4.6.1	Variabel Penelitian	40
4.6.2	Definisi Operasional	41
4.7	Instrumen Penelitian	43
4.7.1	Uji Validitas	44
4.7.2	Uji Reliabilitas	45
4.8	Teknik Analisis Data	45
4.8.1	Analisis Deskriptif	45
4.8.2	Analisis Regresi Linear Berganda	45
4.9	Pengujian Hipotesis	46
4.9.1	Uji Simultan (Uji F)	47
4.9.2	Uji Parsial (Uji T)	47
4.9.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	47
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		49
5.1	Gambaran Umum	49
5.2	Analisis Karakteristik Responden	49
5.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50

5.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	50
5.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	51
5.3	Analisis Deskriptif	52
5.3.1	Penentuan Range	52
5.3.2	Deskripsi Variabel dan Perhitungan Skor Variabel	53
5.4	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	58
5.4.1	Uji Validitas	58
5.4.2	Uji Reliabilitas	62
5.5	Analisis Regresi Linear Berganda	63
5.6	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65
5.7	Uji Hipotesis	67
5.7.1	Uji Simultan (Uji F)	67
5.7.2	Uji Parsial (Uji T)	68
5.8	Pembahasan Hasil Penelitian	70
5.8.1	Pengaruh Perceived Usefulness (X1) terhadap Behavioral Intention (Y) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin ketika Menggunakan QRIS	70
5.8.2	Pengaruh Perceived Easy of Use (X2) terhadap Behavioral Intention (Y) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin ketika Menggunakan QRIS	71
5.8.3	Pengaruh Perceived Trust (X3) terhadap Behavioral Intention (Y) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin ketika Menggunakan QRIS	73
BAB VI PENUTUP		76
6.1	Kesimpulan	76
6.2	Saran	77
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN		83

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Tabel Tinjauan Emprik.....	19
3.1 Mahasiswa Semester Akhir 2022/2023 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unhas.....	31
3.1 Devinisi Operasional Variabel.....	37
3.3 Skala Likert.....	40
5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	50
5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	50
5.4 Tanggapan. Responden mengenai <i>Perceived Usefulness</i>	52
5.5 Tanggapan.. Responden Mengenai <i>Perceived Easy of Use</i>	53
5.6 Tanggapan Responden Mengenai <i>Trust</i>	55
5.7 Tanggapan Responden Mengenai <i>Behavioral Intention</i>	56
5.8 Uji Validitas untuk Variabel <i>Perceived Usefulness</i> (X1).....	57
5.9 Uji Validitas untuk Variabel <i>Perceived Easy of Use</i> (X2).....	58
5.10 Uji Validitas untuk Variabel <i>Trust</i> (X3).....	59
5.11 Uji Validitas untuk Variabel <i>Behavioral Intention</i> (Y).....	60
5.12 Uji Reliabilitas.....	61
5.13 Analisis Regresi Linear Berganda.....	62

5.14	Tabel Uji Koefisien Determinasi.....	63
5.15	Uji Simultan (Uji F).....	64
5.16	Uji Parsial (Uji T).....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
1.1	Pengguna QRIS di Indonesia tahun 2022.....	2
1.2	Perkembangan Jumlah QRIS di Indonesia.....	4
1.3	Sebaran pengguna QRIS di Indonesia tahun 2022.....	5
3.1	Kerangka Konseptual.....	28

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini telah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan. Pada era digitalisasi, dimana penggunaan aplikasi berbasis digital untuk melakukan berbagai aktivitas sudah menjadi budaya saat ini. Perkembangan teknologi diikuti dengan inovasi-inovasi di berbagai bidang, salah satunya adalah inovasi dalam pelayanan jasa keuangan berbasis digital, atau yang dikenal dengan *financial technology* (FinTech). Teknologi modern di bidang jasa keuangan ini dapat menciptakan sistem keuangan dan penyampaian layanan keuangan lebih efisien. Kemajuan dan perkembangan dalam bidang teknologi ini memberikan sebuah inovasi untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia, misalnya saja memberikan banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir ini khususnya dalam sektor ekonomi, keuangan, dan perbankan (Muliadi & Japariato, 2021).

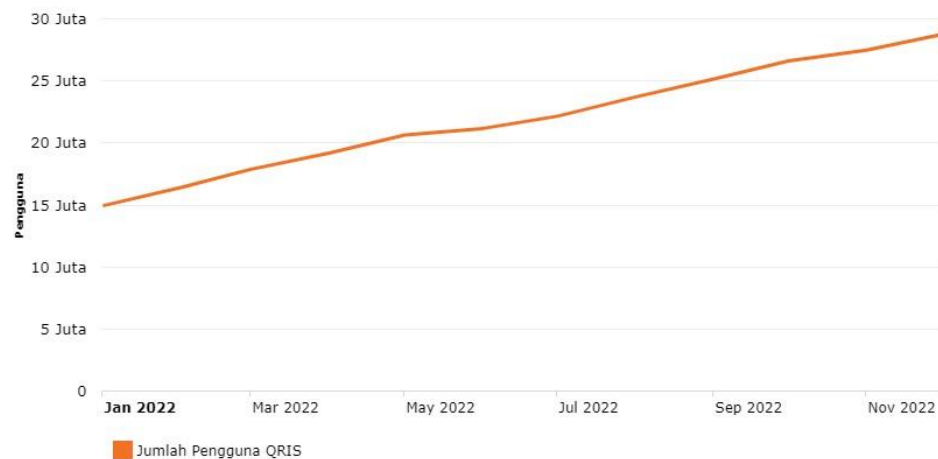
Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terus berlangsung menawarkan kemudahan-kemudahan bagi manusia sehingga kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran ini pun menggeser peran uang tunai menjadi non tunai yang lebih efisien dan ekonomis (Prasetya & Putra, 2017). Sistem pembayaran non tunai atau bisa disebut uang elektronik berkembang dengan teknologi sistem yang semakin maju membuat pengguna

dan penyedia jasa sistem pembayaran uang elektronik terus meningkatkan sistem pembayaran agar lebih mudah digunakan oleh konsumen (Hutami, 2021)

Menurut *The National Digital Research Centre* (NDRC), di Dublin, Irlandia, mendefinisikan fintech sebagai “*innovation in financial services*” atau “inovasi dalam layanan keuangan fintech” yaitu suatu inovasi *financial* yang berbaur dengan teknologi modern. Fintech merupakan akses yang terbuka untuk jasa layanan keuangan formal, mendorong pertumbuhan ekonomi bangsa serta pembangunan inklusif dan berkelanjutan (Noviyanti, 2021).

Penerapan perkembangan *financial technology* yang terjadi di Indonesia saat ini menciptakan metode pembayaran baru melalui uang elektronik QRIS. Hal ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan sistem pembayaran dalam masyarakat yang melakukan transaksi sehari-hari. Dalam prakteknya, transaksi menggunakan QRIS didukung dengan adanya jaringan internet sehingga konsumen dapat dengan mudah menggunakannya.

Bank Indonesia mengeluarkan *QR Code nasional* yang disebut dengan QRIS (*Quick Response [QR] Code Indonesian Standard*) dengan tujuan untuk menyederhanakan transaksi keuangan digital elektronik. QRIS (*Quick Response [QR] Code Indonesian Standard*) merupakan standar *QR Code* untuk pembayaran melalui aplikasi uang elektronik *server based*, dompet elektronik, atau *mobile banking*, yang telah resmi diaktifkan sejak 1 Januari 2020. Peresmian penggunaan QRIS sebagai QR media pembayaran uang elektronik ini merupakan bentuk nyata dukungan pemerintah terhadap revolusi sistem pembayaran Indonesia di era digital seperti sekarang.

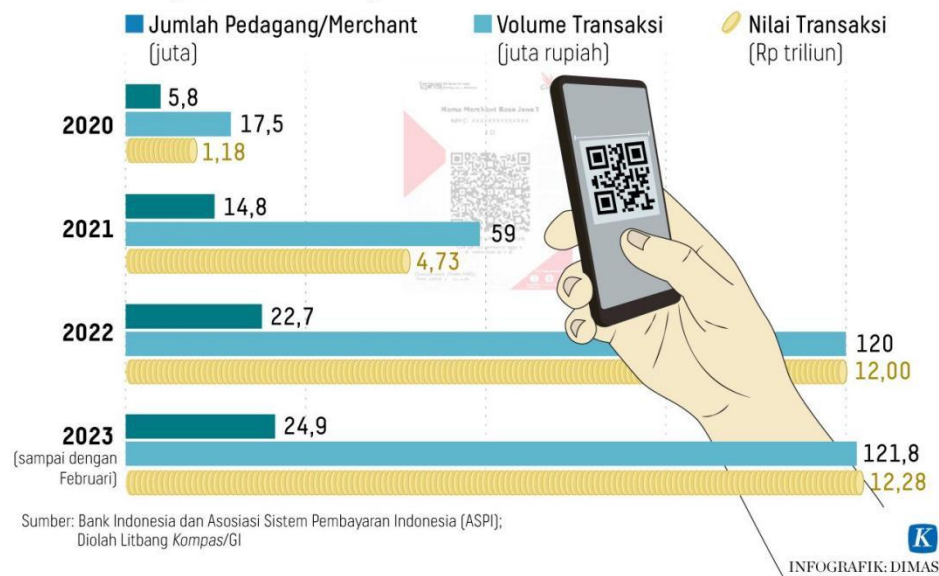


Gambar 1. 1 Pengguna QRIS di Indonesia Tahun 2022

Sumber: databoks.katadata.co.id.2022

Menurut data Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), pada Desember 2022 QRIS sudah dimanfaatkan oleh sekitar 28,76 juta pengguna (*user*). Jumlahnya meningkat 4,6% dibanding November 2022 (*month-on-month/mom*), serta tumbuh 92,5% dibanding awal tahun lalu (*year-to-date/ytd*). Pertumbuhan tersebut juga diiringi dengan semakin banyaknya *merchant* QRIS. ASPI mencatat, pada Desember 2022 ada sekitar 23,97 juta pedagang yang melayani transaksi via QRIS, meningkat sekitar 5% secara bulanan (*mom*), serta tumbuh 58,2% dibanding posisi awal tahun (*ytd*). Namun, volume dan nilai transaksi QRIS di setiap merchant secara rata-rata masih cenderung rendah. Menurut ASPI, hal tersebut dipengaruhi oleh banyaknya merchant yang kurang aktif atau tidak menjadikan QRIS sebagai pilihan utama dalam melakukan transaksi. Menurut ASPI, hal tersebut dipengaruhi oleh banyaknya *merchant* yang kurang aktif atau tidak menjadikan QRIS sebagai pilihan utama dalam melakukan transaksi (databoks.katadata.co.id, 2022)

Perkembangan Transaksi QRIS

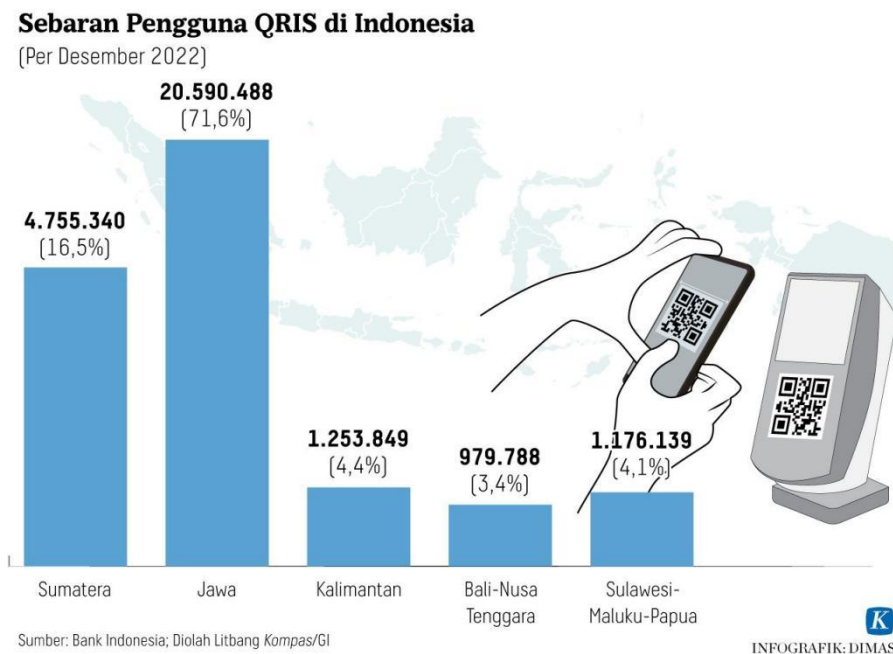


Gambar 1.2 Perkembangan jumlah QRIS di Indonesia

Sumber: Bank Indonesia (BI)

Menurut data dari Bank Indonesia (BI) bahwa pada bulan Desember 2022, jumlah *merchant* QRIS di Indonesia mencapai 22,7 juta, menandai peningkatan sebanyak 7,7 juta pengguna dibandingkan dengan akhir tahun sebelumnya. Sedangkan akhir bulan Februari 2023 jumlah *merchant* QRIS di Indonesia mencapai 24,9 juta, menandai peningkatan sebanyak 2,2 juta pengguna dibandingkan dengan akhir tahun sebelumnya. Dari angka tersebut, sebagian besar pengguna QRIS terkonsentrasi di Pulau Jawa, dengan jumlah mencapai 20,59 juta. Sumatera menduduki peringkat kedua dengan 4,75 juta pengguna QRIS pada Desember 2022. Sebanyak 1,25 juta pengguna QRIS berada di Kalimantan, sementara 1,18 juta pengguna QRIS berlokasi di wilayah Sulawesi, Maluku, dan Papua. Sedangkan sebanyak 979 pengguna QRIS berlokasi di

wilayah Bali- Nusa Tenggara. Selain itu, total pedagang (*merchant*) yang telah mengadopsi QRIS mencapai 22,7 juta pedagang. Menurut Bank Indonesia, QRIS telah menjadi pintu masuk utama bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) ke dalam ranah ekosistem digital, dengan tujuan untuk mendukung inklusi



ekonomi dan keuangan.

Gambar 1.3 Sebaran pengguna QRIS di Indonesia tahun 2022

Sumber: Bank Indonesia (BI)

Perceived Usefulness terhadap penggunaan QRIS saat ini sangat penting dalam mendorong adopsi teknologi finansial ini. Ketika pengguna merasa bahwa QRIS mudah digunakan, efisien, dan aman mereka lebih cenderung mengadopsi sistem ini dalam transaksi mereka sehari-hari. QRIS juga dapat mengurangi

ketergantungan pada uang tunai, meningkatkan efisiensi, dan memberikan akses yang lebih baik ke berbagai layanan keuangan. Dengan membangun persepsi positif tentang QRIS, dapat merangsang minat pengguna untuk memanfaatkan teknologi ini. Pentingnya *Perceived Usefulness* juga berdampak langsung pada kemampuan penyedia layanan finansial untuk menarik lebih banyak pengguna. Mereka dapat menggunakan persepsi positif tentang QRIS untuk menawarkan layanan-layanan baru dan inovatif yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna, dan pada akhirnya akan menguntungkan ekosistem finansial secara keseluruhan. Dengan demikian, persepsi positif tentang QRIS tidak hanya menguntungkan pengguna, tetapi juga berpotensi mendorong pertumbuhan industri FinTech dan meningkatkan akses masyarakat terhadap layanan keuangan yang lebih baik.

Pentingnya *Percived Easy to Use* terhadap QRIS saat ini sangat signifikan dalam memotivasi seseorang untuk mengadopsi teknologi ini. Ketika pengguna merasa bahwa QRIS mudah digunakan, mereka lebih cenderung tertarik untuk memanfaatkannya dalam transaksi keuangan mereka sehari-hari (Nadia & Wiryawan, 2022) . Kemudahan penggunaan QRIS menciptakan pengalaman yang lebih positif dan efisien, yang dapat mengubah perilaku pengguna dari metode pembayaran tradisional ke QRIS yang lebih modern. Dalam dunia yang semakin terhubung dan bergerak cepat, *Perceived Easy of Use* adalah kunci untuk meningkatkan minat pengguna terhadap QRIS.

Pentingnya *Trust* dalam menggunakan QRIS saat ini tidak bisa diabaikan. *Trust* adalah pondasi utama dalam mengadopsi *financial technology* , terutama ketika melibatkan transaksi keuangan dan data pribadi. Ketika pengguna memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap QRIS, mereka lebih cenderung untuk

menggunakan layanan ini secara rutin. Dengan membangun *Trust* yang kuat di antara pengguna, dapat mendorong minat dan keyakinan mereka untuk mengadopsi *financial technology* ini , yang pada gilirannya akan membantu mengubah cara transaksi keuangan dan memperkuat ekosistem finansial digital.

Implementasi QRIS di Indonesia tidak hanya berlaku pada para pedagang yang sudah memiliki skala usaha besar saja, namun mahasiswa juga memiliki minat menggunakan QRIS ini sebagai metode pembayaran. Hal tersebut yang mendasari penelitian ini untuk mengetahui tentang mahasiswa yang menggunakan QRIS sebagai teknologi untuk melakukan transaksi pembayaran sehari-hari, serta untuk mengetahui terlaksananya tujuan perilsan QRIS sebagai teknologi pembayaran non-tunai.

Karena keterbatasan pemahaman dalam mengadopsi QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) di kalangan masyarakat Indonesia dapat dikaitkan dengan ketersediaan berbagai opsi metode pembayaran yang sudah menjadi standar dalam kehidupan sehari-hari. Pilihan seperti kartu kredit atau debit, transfer bank, serta pembayaran tunai telah lama menjadi bagian dari aktivitas ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, banyak orang merasa nyaman dengan metode pembayaran yang sudah dikenal dan terbukti, sehingga kurang tertarik untuk menggunakan alternatif baru seperti QRIS (Azzahroo & Estiningrum, 2020). Mahasiswa jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang merupakan generasi milenial diharapkan dapat memahami pembayaran digital dengan menggunakan kode QR pembayaran yang terstandarisasi, sekaligus turut menjadi *endorser* dalam menyuarakan QRIS kepada masyarakat luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalahnya yaitu:

1. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* QRIS di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin?
2. Apakah *Perceived Easy of Use* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* QRIS di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin?
3. Apakah *Trust* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* QRIS di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin?
4. Apakah *Perceived Usefulness*, *Perceived Easy of Use*, dan *Trust* berpengaruh secara simultan terhadap *Behavioral Intention* QRIS di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention* QRIS di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin
2. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Easy of Use* terhadap *Behavioral Intention* QRIS di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin
3. Untuk mengetahui pengaruh *Trust* terhadap *Behavioral Intention* QRIS

di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin

4. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Easy of Use*, dan *Trust* secara simultan terhadap *Behavioral Intention* QRIS di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Menambah pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan QRIS, seperti *Perceived Usefulness*, *Perceived Easy of Use*, dan *Trust*, serta berkontribusi pada perkembangan teori-teori terkait adopsi teknologi keuangan.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh penyedia layanan QRIS untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dalam produk atau layanan mereka, serta merancang solusi yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mahasiswa, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mendapatkan keunggulan kompetitif di pasar.

3. Kegunaan Kebijakan

Penelitian ini dapat memberikan dasar bagi pemerintah atau lembaga pengatur untuk merancang regulasi yang mendorong perguruan tinggi dan institusi pendidikan lainnya untuk mengadopsi QRIS dalam sistem keuangannya, sehingga mendorong perkembangan teknologi keuangan yang lebih luas di masyarakat.

1.5 Sistematika Penelitian

Adapun sistematika penulisan ini, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari landasan teori dan tinjauan empirik

BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

Bab ini terdiri dari kerangka konseptual dan pengembangan hipotesis

BAB IV METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari rancangan penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel dan definisi operasional, teknik analisis data dan pengujian hipotesis

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian, gambaran umum responden, analisis dan interpretasi hasil

BAB VI PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran peneliti

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Financial Technology*

2.1.1 Definisi *Financial Technology*

Menurut penjelasan yang diberikan oleh *National Digital Research Centre* (NDRC) (2021) teknologi keuangan adalah sebuah istilah yang merujuk pada inovasi di sektor keuangan, yang mencakup penggunaan teknologi modern dan bersumber dari kata-kata "*financial*" dan "*technology*" (Noviyanti, 2021). FinTech, merupakan suatu layanan yang berbentuk teknologi yang berupa perangkat, layanan keuangan dan stabilitas keuangan serta penggabungan antara teknologi dan jasa keuangan (Tutik, 2022). Menurut (Rahayu, 2022) FinTech dapat didefinisikan sebagai jenis layanan perbankan dan keuangan yang mengandalkan perangkat lunak untuk memberikan jasa keuangan, menggunakan program komputer dan teknologi lainnya.

Berdasarkan penjelasan dari *National Digital Research Centre* (NDRC) (2021), FinTech adalah istilah yang mengacu pada inovasi di sektor keuangan yang menggunakan teknologi modern, berasal dari kata "*financial*" dan "*technology*". Definisi ini mencakup layanan perbankan dan keuangan yang berbasis perangkat lunak, dengan penggunaan program komputer dan teknologi lainnya (Wibowo, 2015). Jadi, dapat disimpulkan bahwa FinTech adalah konsep yang menggabungkan

teknologi dengan layanan keuangan untuk meningkatkan stabilitas dan efisiensi di sektor keuangan.

2.1.2 Jenis-Jenis *Financial Technology*

Seiring dengan perkembangan teknologi yang terus berkembang dengan saat pesat, memunculkan inovasi-inovasi baru dalam FinTech agar dapat memberikan layanan yang lebih cepat, murah dan nyaman bagi penggunanya. Dikutip dari cnbcindonesia.com (2018), berdasarkan *Financial Stability Board* (FSB) terdapat 4 kategori *Financial Technology* berdasarkan inovasi yaitu:

1. *Payments, Clearing, dan Settlements*

Payments, Clearing, dan Settlements merupakan kategori FinTech yang memberikan layanan sistem pembayaran dan diselenggarakan oleh industry perbankan.

2. *Peer-to-Peer Lending*

FinTech dengan kategori *Peer-to-Peer Lending* merupakan kategori yang mempertemukan pemberi pinjaman dan pencari pinjaman dalam satu platform.

3. *E-Agrigator*

E-Agrigator adalah kategori FinTech yang digunakan untuk mengelolah dan mengumpulkan data yang kemudian bisa dimanfaatkan oleh konsumen untuk membantu konsumen dalam pengambilan keputusan. Kategori FinTech ini memberikan

perbandingan produk kepada konsumen mulai dari fitur, harga hingga manfaat produk.

4. *Investment dan Risk Management*

Kategori *Investment dan Risk Management* merupakan kategori yang memberikan layanan perencanaan keuangan, *platform e-trading*, dan *e- insurance*.

2.1.3 Peran *Financial Technology*

Dengan munculnya inovasi-inovasi baru dalam FinTech membawa banyak manfaat. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2016), manfaat FinTech di Indonesia, yaitu:

- 1) Mendorong distribusi pembiayaan Nasional masih belum merata di 17.000 pulau
- 2) Mendorong kemampuan ekspor UMKM yang saat ini masih rendah
- 3) Meningkatkan Inklusi keuangan nasional
- 4) Mendorong pemerataan tingkat kesejahteraan penduduk
- 5) Membantu pemenuhan kebutuhan pembiayaan dalam negeri yang masih sangat besar.

2.2 Kode QR

Kode QR adalah jenis kode matriks atau kode batang dua dimensi yang diperkenalkan oleh Denso Wave, sebuah bagian dari perusahaan Jepang, Denso

Corporation, pada tahun 1994. Kode ini dirancang untuk kemudahan pembacaan oleh perangkat pemindai, dan singkatan "QR" sendiri merujuk pada "*Quick Response*" atau "respons cepat," yang mencerminkan tujuannya untuk menyampaikan dan merespons informasi dengan cepat. Kode QR berbeda dari kode batang konvensional karena mampu menyimpan informasi baik secara horizontal maupun vertikal, sehingga mampu mengakomodasi lebih banyak data. Dalam konteks transaksi pembayaran, kode QR digunakan untuk mengemas sejumlah informasi, termasuk data pengguna, jumlah pembayaran, dan mata uang, yang dapat dibaca oleh perangkat khusus (Mulyana, 2018).

2.3 QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*)

QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) adalah standar pembayaran QR Code yang telah diperkenalkan oleh Bank Indonesia bersama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) untuk digunakan dalam sistem pembayaran di Indonesia www.bi.go.id (2020). Sebelum QRIS diterapkan, pedagang harus menyediakan beberapa aplikasi pembayaran yang berbeda di toko mereka. Ketika konsumen ingin melakukan pembayaran tanpa uang tunai, mereka harus memastikan bahwa aplikasi pembayaran yang mereka gunakan tersedia di pedagang tersebut. Namun, dengan diberlakukannya QRIS *merchant* tidak perlu mempersiapkan banyak aplikasi pembayaran, hanya menyediakan satu QR Code di toko dan QR Code dapat di-scan oleh konsumen dengan berbagai aplikasi pembayaran di *smartphone* (Sihaloho, 2020).

Bank Indonesia mengusung tema “UNGGUL” dari adanya QRIS ini. Maksud dari “UNGGUL” ini ialah:

1. Universal. Universal di sini memiliki makna bahwa QRIS bisa digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat dan dapat digunakan di dalam negeri maupun luar negeri.
2. Gampang. Transaksi dapat dilakukan dengan mudah dan aman dalam satu genggam.
3. Untung. QRIS sangat efisien, hanya dengan satu kode QR dapat digunakan

2.4 *Technology Acceptance Model*

Menurut (Davis et al, 1989) salah satu teori yang dapat menjelaskan penerimaan individu dalam menggunakan teknologi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1989. Model ini dirancang untuk memprediksi penerimaan atau penggunaan teknologi oleh pengguna beserta manfaatnya dalam pekerjaan. Teori yang dikembangkan Davis, 1989 menjadikan variabel persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived Easy of use*) sebagai alat ukur untuk menganalisis penerimaan individu terhadap penggunaan suatu teknologi. Menurut (Baumassepe et al., 2021) *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah sebuah model yang dibangun untuk menganalisa dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan teknologi. Terdapat lima hal yang mendasari teori TAM (Jogiyanto, 2007) yaitu kegunaan persepsian (*perceived usefulness*), kemudahan persepsian (*perceived Easy of use*), sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) atau sikap menggunakan teknologi (*attitude*

towards using technology), minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*), penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*). TAM mempercayai bahwa pemanfaatan sebuah system dipengaruhi oleh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived Easy of use*).

2.4.1 Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Menurut (Davis, 1989) kegunaan sistem informasi (*Perceived usefulness*) merupakan sejauh mana seorang individu percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Seseorang akan menggunakan sistem atau produk tertentu jika sistem teknologi atau produk tersebut memberikan manfaat bagi penggunanya sedangkan apabila teknologinya tidak berguna atau kurang berguna maka teknologi tersebut tidak digunakan. Menurut (Moris, 2000) dalam jurnal "*Exploring Trust and Responsiveness as Antecedents for Intention to Use FinTech Services*" bahwa kegunaan yang dirasakan menjadi salah satu aspek penting dalam menentukan adopsi teknologi dan Jika pengguna merasa bahwa layanan FinTech dapat berguna untuk mempermudah aktivitas mereka ataupun dapat membantu pekerjaan mereka, pengguna akan tetap menggunakan layanan FinTech. Menurut (Prasetya & Putra, 2020) Ketika informasi dapat menyelesaikan kebutuhan, maka informasi tersebut berguna. Menurut (Jogiyanto, 2007) persepsi kegunaan adalah suatu keyakinan bahwa dengan menggunakan

teknologi akan meningkatkan kinerja individu sehingga mempengaruhi proses pengambilan keputusan untuk menggunakan teknologi tersebut.

Menurut (Davis, 1989)) membagi dimensi persepsi kegunaan menjadi berikut:

1. *Work More Quickly*

Work More Quickly mengacu pada waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan serta tingkat kecepatan dalam menyelesaikannya.

2. *Job Performance*

Job Performance mengacu pada perilaku yang dilakukan individu dalam menjaga dan mengembangkan kemampuan mereka untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan secara efektif dan efisien.

3. *Increase Productivity*

Increase Productivity adalah peningkatan produktivitas yang dapat diartikan sebagai hasil dari kinerja yang lebih efisien dan efektif dalam menyelesaikan tugas atau pekerjaan.

4. *Effectiveness*

Effectiveness mengacu pada sejauh mana tujuan yang ditetapkan dapat dicapai dengan hasil yang optimal.

5. *Makes Job Easier*

Makes Job Easier dapat diartikan sebagai kemampuan sebuah sistem untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan menjadi lebih

efisien dan efektif, sehingga pekerjaan terasa lebih mudah untuk dilakukan.

6. *Usefulness*

Usefulness mengacu pada sejauh mana hasil dari tugas atau pekerjaan dapat memberikan manfaat yang signifikan.

2.4.2 Persepsi Kemudahan Menggunakan (*Perceived Easy of Use*)

Menurut (Jogiyanto, 2007) persepsi Kemudahan Menggunakan adalah kepercayaan individu terhadap penggunaan teknologi akan memudahkan aktivitasnya. Teknologi yang digunakan jelas penggunaannya dan mudah digunakan.. Adapun (Davis, 1989) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah tingkatan kepercayaan individu tentang kemudahan memahami teknologi. Persepsi penggunaan sistem teknologi merupakan proses pengambilan keputusan. Menurut (Baumassepe et al., 2021) *Perceived Easy of Use* adalah suatu keadaan dimana seseorang atau individu menggunakan suatu sistem teknologi informasi yang tidak akan membutuhkan usaha yang besar dan juga tidak merepotkan pada saat penggunaannya.

Artinya apabila seseorang percaya bahwa sistem teknologi mudah digunakan, dipahami, dimengerti dan dipelajari serta jelas penggunaannya maka orang tersebut akan memutuskan untuk menggunakannya. Sebaliknya apabila hal-hal tersebut tidak terpenuhi maka orang tersebut tidak akan berminat untuk menggunakannya.

Menurut (Davis, 1989) membagi dimensi persepsi kemudahan penggunaan menjadi berikut:

1. *Easy to Learn*

Easy to learn adalah tingkat sejauh mana sebuah sistem mudah untuk dipelajari dan diadopsi oleh seorang individu. Dalam ruang lingkup *e-commerce*, dimensi ini mengacu pada sejauh mana sebuah website dapat dipelajari untuk nantinya digunakan sebagai media yang diakses sehari-hari

2. *Controllable*

Controllable mengacu pada kemampuan sebuah sistem untuk mengendalikan atau mengontrol pengguna teknologi atau sistem dalam konteks pekerjaan.

3. *Clear and understandable*

Clear and understandable adalah tingkat sejauh mana sebuah sistem memiliki kejelasan dan mudah dimengerti. Dalam ruang lingkup *e-commerce*, *clear and understandable* mengacu pada sebuah website yang memiliki content yang mudah dipahami.

4. *Flexible*

Flexible mengacu pada kemampuan teknologi atau sistem untuk disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi pengguna.

5. *Easy to Become Skillful*

Easy to Become Skillful mengacu pada kemampuan sebuah sistem untuk menjadi berharga dalam menggunakan teknologi atau sistem.

6. *Easy to Use*

Easy to Use mengacu pada kemampuan sebuah sistem untuk menggunakan teknologi atau sistem dengan mudah dan *without much effort*.

2.5 Kepercayaan (*Trust*)

Menurut (Kim et al, 2016:88 dalam ratna, 2020) bahwa kepercayaan pada sistem pembayaran elektronik didefinisikan sebagai kepercayaan konsumen bahwa transaksi pembayaran elektronik akan diproses sesuai dengan harapan konsumen. Literatur yang ada menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan pengguna dan kepercayaan yang tinggi terhadap sistem pembayaran elektronik merupakan faktor pendukung keberhasilan penerapan sistem pembayaran elektronik (Lim et 2017:233 dalam ratna, 2020). Temuan ini didukung oleh survey yang dilakukan oleh (Abrazhevich 2014:4 dalam ratna, 2020), yang menemukan bahwa konsumen cenderung tidak mempercayai sistem dengan sejarah penipuan, penyalahgunaan, atau keandalan yang rendah, serta sistem baru tanpa reputasi positif yang mapan.

Indikator kepercayaan menurut (Chuang, et.al., 2016) yaitu:

1. Keyakinan pada layanan

Dimensi ini terkait dengan tingkat keyakinan individu terhadap kualitas layanan teknologi informasi yang diberikan oleh suatu perusahaan. Apabila individu memiliki keyakinan atau kepercayaan yang kuat terhadap perusahaan yang menyediakan layanan tersebut, maka tingkat keyakinan

individu dalam menggunakan layanan teknologi informasi tersebut akan semakin meningkat.

2. Kualitas pelayanan

Dimensi ini terkait dengan keyakinan individu terhadap kualitas layanan teknologi informasi yang disediakan. Layanan teknologi informasi memiliki berbagai tingkat kualitas operasional yang berbeda. Jika seseorang merasa puas dengan kualitas transaksi yang disediakan oleh layanan teknologi informasi, maka tingkat keyakinan individu dalam menggunakan layanan tersebut akan semakin meningkat.

3. Keamanan layanan

Dimensi ini terkait dengan keyakinan individu terhadap tingkat keamanan yang diberikan oleh layanan teknologi informasi. Tingkat keamanan layanan teknologi informasi dapat dilihat dari aspek kerahasiaan data dan kelancaran aktivitas selama penggunaan layanan tersebut. Apabila seseorang merasa puas dengan tingkat keamanan transaksi yang disediakan oleh layanan teknologi informasi, maka keyakinan individu dalam menggunakan layanan tersebut akan semakin meningkat

2.6 Niat Berperilaku (*Behavioral Intention*)

Menurut (Aldenny, 2019) *Behavioral Intention* (BI) adalah minat atau keinginan untuk melakukan perilaku. Minat perilaku (BI) bukan berupa perilaku, karena perilaku itu sendiri dilakukan karena individu memiliki minat atau keinginan untuk melakukannya dan Akhirnya, sikap terhadap penggunaan teknologi

menentukan niat perilaku untuk menggunakan teknologi. Menurut (Alharby, 2014)

Behavioral Intention didefinisikan sebagai kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan teknologi di masa depan. Menurut (Engel et al, 2021) Niat perilaku (*behavior intention*) merupakan kecenderungan individu untuk bersedia melakukan suatu aktivitas terhadap suatu produk maupun perusahaan. Menurut (Jang, 2021) *Behavioral Intention* merupakan tingkah laku seseorang yang setia atau loyal terhadap suatu perusahaan sehingga bersedia merekomendasikannya kepada orang lain karena telah mendapatkan layanan yang baik dari perusahaan tersebut .

Indikator *Behavioral Intention* menurut (Michaela, 2021) terdiri dari empat indikator. Dari ketiga indikator tersebut yaitu:

1. *Motivation to Use*

Adanya dorongan dari dalam diri individu untuk menggunakan *Financial Technology*.

2. *Repeat to Use*

Individu bersedia untuk menggunakan *Financial Technology* untuk bertransaksi secara berulang kali.

3. *Recommend to Other*

Individu bersedia dan memiliki keinginan untuk merekomendasikan orang lain untuk menggunakan *Financial Technology*.

4. *Positive Remaks*

Individu memberikan komentar serta reaksi yang positif terhadap *Financial Technology*.

2.7 Tinjauan Empirik

Tabel 2.1 Tinjauan Empirik

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Annisa Vania Syahbany Wairooy (2022)	Analisa Penggunaan FinTech Di Kalangan Pelaku UMKM Di Kota Makassar	Metode Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel <i>perceived Easy of use</i> dan <i>trust</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> pelaku UMKM di Kota Makassar yang menggunakan layanan FinTech, sedangkan variabel <i>perceived usefulness</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> pelaku UMKM di Kota Makassar.

2	Tutik Siswanti (2022)	Analisis Pengaruh Manfaat Ekonomi, Keamanan Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan <i>Financial Technology</i> (FinTech) (Studi Kasus pada Masyarakat di Wilayah Kecamatan Bekasi Timur)	Metode Kualitatif	Hasil penelitian menyimpulkan, manfaat ekonomi penggunaan fintech secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan FinTech, Keamanan penggunaan FinTech secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan FinTech, dan Sedangkan risiko penggunaan FinTech berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan FinTech.
3	Parminder Varma and Shivinder Nijjer (2022)	<i>Thematic Analysis of Financial Technology (FinTech) Influence on the Banking</i>	<i>Qualitative and Quantitative Methods</i>	<i>The use of emerging technology and collaboration between Fintech</i>

		<i>Industry</i>		<i>firms and banks can improve system-wide financial stability while minimising the negative externalities of disruption and competition</i>
4	Yen. H.Huang, dan Dung T.T Nguyen (2021)	<i>Customers' adoption of financial services offered by banks and fintechs partnerships: evidence of a transitional economy</i>	<i>customer survey</i>	<i>The findings indicate that perceived usefulness, brand image, user innovativeness and trust have positive effects on customers' attitude and consequently on their intention to use. However, there is no evidence regarding the impact of perceived Easy of use and perceived risks on behavior and intention to use of customers.</i>

5	Shubhangi Sigh and Marshal M. Sahni (2021)	<i>Exploring trust and responsiveness as antecedents for intention to use FinTech services</i>	<i>Quantitative Methods</i>	<i>The analysis shows that usefulness and Easy of use have direct effect on intention to use. Trust and responsiveness have indirect effect on intention to use and is mediated by usefulness and Easy of use.</i>
6	Risma Harun Azzahro dan Sri Dewi (2021)	Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan <i>Quick Response Code</i> Indonesia <i>Standard</i> (QRIS) sebagai Teknologi Pembayaran	Metode Kuantitatif Asosiatif	Hasil penelitian ini menunjukkan ekspektasi kinerja dan kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan QRIS sebagai teknologi pembayaran. Ekspektasi usaha dan pengaruh sosial bukanlah prediktor signifikan yang mempengaruhi minat menggunakan QRIS.
7	Hutami, dkk	Pengaruh Persepsi	Pendekatan	Berdasarkan hasil

	(2021)	Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa	kuantitatif dengan metode penelitian studi kausal (<i>Causal Study</i>)	penelitian dan pengujian secara statistik, variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi resiko baik secara sendiri-sendiri (parsial) maupun secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS pada mahasiswa UPI Y.A.I. Jakarta.
8	Noviyanti dan Erawati (2021)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan <i>Financial Technology</i> (FinTech) (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul)	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>financial technology</i> (FinTech) sebesar 29,2%. Pengaruh kepercayaan berpengaruh

				negatif terhadap minat menggunakan <i>financial technology</i> (FinTech) sebesar 11,8% dan efektivitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>financial technology</i> (FinTech) sebesar 58,7%.
9	Ratna Asri Saras Sati (2020)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money</i> (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan <i>Metland Card</i>)	Metode Kuantitatif	Persepsi manfaat dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>e-Money</i> pada konsumen pengguna <i>Metland Card</i> . Persepsi kemudahan penggunaan dan risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-Money</i> pada konsumen pengguna <i>Metland Card</i> . Secara simultan terdapat

				pengaruh yang signifikan antara persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan e-Money yaitu sebesar 73,1%.
10	Fred. D. Davis (1989)	<i>Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use, and User Acceptance of Information Technology</i>	<i>Quantitative methods</i>	<i>In both studies, usefulness had a significantly greater correlation with usage behavior than did Easy of use.</i>

Sumber: Telaah literatur 2023