

PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTANCY*, *EFFORT EXPECTANCY* DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* PENGGUNAAN QRIS PADA UMKM DI KOTA BANDAR LAMPUNG DALAM PERSEPEKTIF BISNIS ISLAM

Clarissa Novianti Hartono *¹

A. Zuliansyah ²

Nurhayati ³

^{1,2,3} UIN Raden Intan Lampung

*e-mail : clarisanovianti99@gmail.com¹, azuliansyah@radenintan.ac.id², nurhayati@radenintan.ac.id³

Abstrak

Sistem pembayaran digital berbasis teknologi seperti QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) kini menjadi tren yang berkembang pesat di Indonesia, termasuk di kalangan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). QRIS diharapkan mampu mendorong inklusi keuangan dan efisiensi transaksi, namun pada praktiknya, masih banyak UMKM yang belum mengoptimalkan penggunaannya karena berbagai kendala, seperti kurangnya pemahaman teknologi, keterbatasan infrastruktur, dan faktor kebiasaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada responden yang dipilih dengan Teknik Quota Sampling. Teknik analisis data dilakukan dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap behavioral intention. Nilai t-hitung untuk performance expectancy, effort expectancy, dan social influence masing-masing lebih besar dari t-tabel dengan signifikansi < 0,05, menunjukkan pengaruh signifikan secara statistik dalam mendorong niat penggunaan QRIS.

Kata Kunci : Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Behavioral Intention

Abstract

Technology-based digital payment systems such as QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) are now a rapidly growing trend in Indonesia, including among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). QRIS is expected to promote financial inclusion and transaction efficiency, but in practice, many MSMEs have not yet optimized its use due to various obstacles, such as a lack of technological understanding, limited infrastructure, and habitual factors. This study used a quantitative approach with a survey of MSMEs in Bandar Lampung City, determined using the Slovin formula. Data were collected through questionnaires distributed to respondents selected using the Quota Sampling Technique. Data analysis was performed using SPSS version 26. The results showed that all three independent variables had a positive and significant influence on behavioral intention. The t-values for performance expectancy, effort expectancy, and social influence were each greater than the t-table with a significance level <0.05, indicating a statistically significant influence in driving QRIS usage intention.

Keywords: Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Behavioral Intention

PENDAHULUAN

Di Era ini, perkembangan teknologi dan informasi yang maju akan membantu pertumbuhan ekonomi digital dan percepatan inklusi keuangan suatu negara. Dalam beberapa tahun terakhir, teknologi finansial (*financial technology*) telah muncul sebagai salah satu inovasi paling signifikan dalam sektor keuangan global. Menurut laporan Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH), jumlah perusahaan fintech di Indonesia mencapai lebih dari 200 pada tahun 2023, mencakup berbagai layanan seperti pembayaran digital, pinjaman peer-to-peer (P2P), investasi online, dan asuransi berbasis teknologi. Implementasi uang elektronik yang telah digunakan dalam sistem pembayaran digital mampu mempermudah transaksi yang dilakukan para pedagang dan konsumen baik offline maupun online, khususnya pada UMKM. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peranannya yang krusial pada Indonesia khususnya di sektor perekonomian, di antaranya mereka dapat mengurangi pengangguran dengan membuka lapangan pekerjaan, memberikan peluang pekerjaan, maupun menambah tingkatan kesejahteraan masyarakat.

Berbagai Penyedia Jasa Pembayaran (PJP) uang elektronik menggunakan sistem pembayaran kode QR (Quick Response) dalam transaksi antara UMKM dan konsumen. Implementasi teknologi pembayaran berbasis QR-Code ini dinilai sangat efisien dalam berbagai aspek operasionalnya. Namun,

karena setiap PJP uang elektronik memiliki kode QR tersendiri, membuat proses transaksi pada merchant (UMKM) menjadi kurang efisien dan tentunya memerlukan biaya tambahan. Dengan memperhatikan permasalahan efisiensi dari penggunaan kode QR yang dihadapi UMKM tersebut, maka Bank Indonesia pada tanggal 1 Januari 2020 resmi merilis standar untuk penggunaan kode QR Indonesia dengan nama Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS).

Penggunaan QRIS menjadi trend positif belakangan ini bagi pelaku usaha dan juga konsumen. Mengingat manfaatnya dalam membantu proses transaksi non-tunai secara lebih efisien. Pemanfaatan QRIS banyak memberikan keuntungan bagi pelaku usaha, karena mereka dapat memperluas pangsa pasar dan mempertahankan keamanan serta kenyamanan dalam melakukan transaksi. Untuk UMKM atau pedagang, QRIS masih belum digunakan sepenuhnya karena banyak kendala, terutama dalam hal pemanfaatannya. Hal ini sejalan dengan perkembangan saat ini maupun sejalan dengan kebiasaan konsumen modern yang semakin mengadopsi teknologi, transaksi pembayaran kini telah beralih dari penggunaan uang tunai ke metode non-tunai. Di Kota Bandar Lampung, beberapa usaha kecil dan menengah (UMKM), terutama yang bergerak dalam industri makanan dan minuman, telah menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran. Karena QRIS adalah sistem pembayaran baru yang menggunakan teknologi informasi, akan ada perbedaan pendapat antar pengguna.

Menurut beberapa pengguna, menggunakan layanan QRIS akan menjadi lebih sulit dan tidak memiliki manfaat yang signifikan. Sebagian pengguna yang memperhatikan kemajuan transaksi di masa depan dan mementingkan efisiensi dan efektivitas pekerjaannya cenderung berpendapat bahwa pengguna QRIS akan membuat pekerjaan lebih mudah. Meskipun berbagai manfaat telah ditawarkan oleh QRIS, masih terdapat kendala dalam penerimaannya di kalangan UMKM, terutama di daerah Kota Bandar Lampung. Beberapa UMKM masih enggan beralih ke sistem digital karena faktor ketidaktahuan, kurangnya pemahaman teknologi, serta belum adanya keyakinan bahwa QRIS dapat meningkatkan kinerja usaha mereka.

Beberapa UMKM juga menghadapi kendala dalam infrastruktur digital, seperti keterbatasan akses internet dan perangkat pendukung yang memadai. Selain itu, faktor budaya dan kebiasaan masyarakat yang masih lebih nyaman menggunakan uang tunai turut menjadi hambatan dalam penerapan QRIS secara luas. Di sisi lain, meskipun ada pengaruh sosial yang mendorong penggunaan QRIS, beberapa UMKM masih skeptis terhadap keamanan transaksi digital serta biaya tambahan yang mungkin timbul. Kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital ini masih menjadi tantangan besar yang perlu diatasi dengan edukasi dan sosialisasi yang lebih masif.

Adapun teori yang mendasari penggunaan teknologi ini adalah UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*). Vanketesh menjelaskan, ada empat faktor yang dapat mempengaruhi minat menggunakan teknologi (*behavioral intention*) yaitu: ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi. Dalam penelitian ini *performance expectancy* terkait dengan harapan kemudahan dan manfaat system pembayaran QRIS pada UMKM. Selain variabel *Performance Expectancy* adapun *Effort Expectancy* yang mempengaruhi *behavioral intention*. *Effort Expectancy* adalah ukuran kemudahan yang dirasakan oleh individu dalam menggunakan suatu sistem. Dapat diartikan *Effort Expectancy* adalah ekspektasi konsumen ketika menggunakan sistem *mobile payment* untuk melakukan transaksi online, kemudahan dari penggunaan *mobile payment* yang tidak di butuhkan skill khusus untuk mengoperasikan sistem. Indikator yang digunakan adalah jelas dan mudah dimengerti, mudah dikembangkan dalam penggunaannya dan mudah digunakan.

Ketika dihadapkan pada sesuatu yang baru individu cenderung membutuhkan dukungan dari orang lain. *Social Influence* merupakan bagian yang membahas pandangan orang-orang berpengaruh dan penting di sekitar yang terkait dengan penelitian mengenai penggunaan dan pentingnya penggunaan teknologi. Lingkungan sosial memiliki dampak besar pada perilaku seseorang. *Social influence* adalah pengaruh yang dirasakan dari orang lain yang mendorong pengguna *mobile payment* untuk menggunakan sistem dari *mobile payment* dalam bertransaksi. *Social Influence* mengacu pada sejauh mana keputusan konsumen untuk menggunakan produk atau layanan dipengaruhi oleh pendapat keluarga, kerabat atau teman mereka. Indikator yang digunakan adalah orang lain berfikir, harus dan biasa membantu untuk menggunakan *mobile payment*. Apalagi, pemerintah juga telah mendorong penggunaan dompet elektronik untuk kegiatan transaksi.

LANDASAN TEORI

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) adalah sebuah teori penerimaan teknologi informasi (*IT acceptance*) yang dikembangkan oleh Venkatesh dkk. Secara teoritis dan praktis model UTAUT banyak digunakan untuk mengukur penerimaan penerapan sistem informasi akademik berdasarkan keinginan pengguna dalam menggunakan sistem informasi tersebut. UTAUT memiliki empat konstruk kunci *Performance Expectancy* (Ekspektasi Kinerja), *Effort Expectancy* (Ekspektasi Usaha) dan *Social Influence* (pengaruh sosial), *Facilitating Condition* (Kondisi Fasilitas) dimana ada moderat yaitu usia, jenis kelamin, pengalaman yang dianggap sebagai konstruk yang relevan dari model ini.

Teori Perilaku Konsumen

Definisi Perilaku konsumen adalah suatu perilaku atau tindakan individu maupun kelompok (konsumen) dalam membeli atau mempergunakan produk ataupun jasa yang melibatkan proses pengambilan keputusan sehingga mereka akan mendapatkan produk ataupun jasa yang diinginkan oleh seorang konsumen. Riset perilaku konsumen terdiri dari tiga perspektif, yaitu perspektif pengambilan keputusan, perspektif eksperiensial (pengalaman) dan perspektif pengaruh perilaku. Perilaku konsumen berkaitan dengan tindakan suatu individu terkait pengambilan keputusan dalam membelanjakan sumber daya yang dimilikinya untuk mendapatkan barang dan jasa yang akan dikonsumsi nantinya. Dalam menganalisis perilaku konsumen tidak hanya menyangkut faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam berbelanja tetapi proses pengambilan keputusan yang disertai dengan kegiatan pembelian suatu barang atau jasa.

Performance Expectancy

Performance expectancy didefinisikan tingkat kepercayaan pengguna bahwa dalam menggunakan sistem informasi akan dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Ekspektasi kinerja merupakan prediktor terkuat dari niat untuk menggunakan sistem informasi dan signifikan pada semua pengukuran dalam penggunaan sukarela maupun wajib. Menurut Venkatesh et al, *Performance expectancy* juga didefinisikan sebagai seberapa tinggi seseorang akan percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan membantu untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan kinerja di pekerjaannya.

Effort Expectancy

Effort expectancy merupakan sebagai tingkat kemudahan yang dihubungkan dengan penggunaan suatu sistem. Kalau sistem mudah digunakan, maka usaha yang dilakukan tidak akan terlalu tinggi dan sebaliknya jika suatu sistem sulit digunakan maka diperlukan usaha yang tinggi untuk menggunakannya. Dengan bantuan suatu sistem pekerjaan yang dilakukan akan lebih efektif dan efisien, dengan demikian seseorang akan lebih cepat menyelesaikan suatu pekerjaan.

Social Influence

Social influence didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individual mempersepsikan kepentingan yang dipercaya oleh orang-orang lain yang akan mempengaruhinya menggunakan sistem baru. Penggunaan teknologi dapat dipicu oleh faktor lingkungan seperti pendapat keluarga ataupun teman yang telah memakai teknologi sebelumnya, sehingga dengan adanya dukungan sosial maka individu tersebut berkeinginan untuk menggunakan teknologi tersebut.

Behavioral Intention

Behavioral intention adalah tingkah laku dari konsumen yang setia atau loyal terhadap perusahaan tersebut sehingga bersedia merekomendasikan kepada orang lain karena telah mendapatkan layanan yang baik dari perusahaan. *Behavioral intention* merupakan tujuan akhir. Apabila suatu produk mempunyai *behavioral intention* yang menguntungkan maka perusahaan tersebut akan dapat bertahan dan memenangkan persaingan. Salah satu dari *behavioral intention* yang menguntungkan adalah adanya sikap positif tentang suatu produk atau penyedia jasa. Artinya *Behavioral Intention* diasumsikan mempunyai akses mencari informasi yang berpengaruh pada minat seseorang atau kemauan agar dapat memakai sistem untuk seterusnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Data yang ada dalam penelitian ini merupakan data dari penyebaran kuesioner yang bersumber pada responden para pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung. Pengumpulan informasi dengan metode mencari sumber serta merkonstruksi dari bermacam sumber seperti buku-buku, literatur, artikel, jurnal yang berkaitan dengan *performance*

expectancy, effort expectancy dan social influence.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat ke validan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrument dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Penyusunan kuesioner, pertanyaan yang ingin diajukan perlu dipastikan. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, jika r hitung > dari r tabel maka butir pertanyaan tersebut adalah valid, tetapi jika r hitung < dari pada r tabel maka butir tersebut tidak valid. Dengan signifikan > 0,05 atau 5%. Jika nilai signifikannya < 0,05 atau 5%, dikatakan bahwa butir pertanyaannya tidak valid. Berikut hasil outer loading model maka di dapatkan uji validitas sebagai berikut:

Tabel 4.4

Simbol Variabel	Variabel	Indikator	r hitung	Sig	R tabel $\alpha = 5\%$	Status
Performanc e Expectancy (X1)	Kegunaan	KEG1	0,674	0.000	0,165	Valid
		KEG2	0,734	0.000	0,165	Valid
		KEG3	0,718	0.000	0,165	Valid
	Cepat	CEP1	0,616	0.000	0,165	Valid
		CEP2	0,613	0.000	0,165	Valid
		CEP3	0,707	0.000	0,165	Valid
	Meningkatkan Efektivitas	MEF1	0,704	0.000	0,165	Valid
		MEF2	0,688	0.000	0,165	Valid
		MEF3	0,628	0.000	0,165	Valid
	Memudahkan	MEM1	0,692	0.000	0,165	Valid
		MEM2	0,674	0.000	0,165	Valid
		MEM3	0,678	0.000	0,165	Valid
Perspektif Bisnis Islam	PBIP	0,665	0.000	0,165	Valid	
Effort Expectancy (X2)	Mudah dan Jelas	MJ1	0,774	0.000	0,165	Valid
		MJ2	0,797	0.000	0,165	Valid
		MJ3	0,662	0.000	0,165	Valid
	Mudah di Pelajari	MDP1	0,665	0.000	0,165	Valid
		MDP2	0,800	0.000	0,165	Valid
		MDP3	0,525	0.000	0,165	Valid
	Mudah di Lakukan	MDL1	0,735	0.000	0,165	Valid
		MDL2	0,613	0.000	0,165	Valid
		MDL3	0,739	0.000	0,165	Valid
	Mudah Untuk Menguasai	MUM1	0,684	0.000	0,165	Valid
		MUM2	0,674	0.000	0,165	Valid
		MUM3	0,734	0.000	0,165	Valid
Perspektif Bisnis Islam	PBIE	0,681	0.000	0,165	Valid	
Social Influence (X3)	Informasi dan Dorongan Dari Teman	IDT1	0,649	0.000	0,165	Valid
		IDT2	0,726	0.000	0,165	Valid
		IDT3	0,681	0.000	0,165	Valid
	Informasi dan Dorongan Dari Keluarga	IDK1	0,746	0.000	0,165	Valid
		IDK2	0,668	0.000	0,165	Valid
		IDK3	0,787	0.000	0,165	Valid
	Peran dan	PS1	0,737	0.000	0,165	Valid

	Status	PS2	0,728	0.000	0,165	Valid
		PS3	0,717	0.000	0,165	Valid
	Perspektif Bisnis Islam	PBIS	0,677	0.000	0,165	Valid
Behavioral Intention (Y)	Keinginan Menggunakan di Masa Mendatang	KMM1	0,643	0.000	0,165	Valid
		KMM2	0,562	0.000	0,165	Valid
	Keinginan Sering Menggunakan	KSM1	0,613	0.000	0,165	Valid
		KSM2	0,712	0.000	0,165	Valid
		KSM3	0,610	0.000	0,165	Valid
	Keinginan Penggunaan Dalam Keseharian	KPK1	0,588	0.000	0,165	Valid
		KPK2	0,694	0.000	0,165	Valid
		KPK3	0,716	0.000	0,165	Valid
	Keinginan Menggunakan nya Secara Rutin	KSR1	0,658	0.000	0,165	Valid
		KSR2	0,522	0.000	0,165	Valid
KSR3		0,624	0.000	0,165	Valid	
Perspektif Bisnis Islam	PBIB	0,624	0.000	0,165	Valid	

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Pengujian reliabilitas ini peneliti menggunakan metode statistik *Cronbach Alpha* dengan signifikansi yang digunakan sebesar 0,6 dimana jika nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel lebih besar dari 0,6 maka butir pertanyaan yang diajukan dalam pengukuran instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang memadai. Sebaliknya, jika nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel lebih kecil dari 0,6 maka butir pertanyaan tersebut tidak reliabel.

Tabel 4.5

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar	Status
1	<i>Performance Expectancy (X1)</i>	0,901	0.60	Reliabel
2	<i>Effort Expectancy (X2)</i>	0,912	0.60	Reliabel
3	<i>Social Influence (X3)</i>	0,891	0.60	Reliabel
4	<i>Behavioral Intention (Y)</i>	0,862	0.60	Reliabel

Uji T

Uji T dilakukan untuk mengetahui apakah secara individu (parsial) variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Teknik pengujian Uji t dilakukan dengan cara membandingkan nilai t-hitung dan t-tabel atau dapat juga dilihat tingkat signifikansi. Apabila hasil nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diajukan diterima atau terdukung dan sebaliknya. Hasil perhitungan output dari SPSS diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 4.10

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3,080	2,444		1,260	,211
	<i>Performance Expectancy (X1)</i>	,253	,085	,268	2,956	,004
	<i>Effort Expectancy (X2)</i>	,313	,097	,366	3,221	,002
	<i>Social Influence (X3)</i>	,335	,132	,284	2,531	,013

a. Dependent Variable: Behavioral Intention

Uji F Hitung

Uji F hitung ini dilakukan untuk mengetahui koefisien secara keseluruhan. Uji F hitung ini digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *social influence* terhadap *behavioral intention*.

Tabel 4.11

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3138,242	3	1046,081	94,516	,000 ^b
	Residual	1062,508	96	11,068		
	Total	4200,750	99			

a. Dependent Variable: *Behavioral Intention*
 b. Predictors: (Constant), *Social Influence*, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*

Dapat disimpulkan bahwa nilai F hitung sebesar 94,516 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi ini jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dibangun dalam penelitian ini layak digunakan.

Uji Koefisien Determinasi (R2)

Uji selanjutnya dalam penelitian ini yaitu pengujian koefisien determinasi (R square). Tujuan dari uji ini yaitu untuk mengetahui berapa besar kontribusi dari variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Adapun hasil pengolahannya adalah sebagai berikut:

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,864 ^a	,747	,739	3,327

a. Predictors: (Constant), *Social Influence*, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*
 b. Dependent Variable: *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi nilai R Square sebesar 0,747. Hal ini menunjukkan bahwa 74,7% variasi atau perubahan yang terjadi pada variabel dependen (*behavioral intention*) dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen, yaitu *performance expectancy* (X1), *effort expectancy* (X2), dan *social influence* (X3). Sementara itu, sisanya sebesar 25,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,739 menunjukkan hasil yang relatif sama dan menandakan bahwa model regresi ini cukup kuat dalam menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

KESIMPULAN

- 1) *Performance Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi harapan pelaku UMKM bahwa penggunaan QRIS dapat meningkatkan efisiensi dan kinerja usaha mereka, maka semakin besar pula niat mereka untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran.
- 2) *Effort Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Artinya, semakin mudah QRIS dipahami dan digunakan, maka semakin tinggi pula keinginan pelaku UMKM untuk mengadopsinya dalam aktivitas bisnis sehari-hari. Hal ini penting terutama bagi pelaku usaha mikro dan kecil yang belum sepenuhnya akrab dengan teknologi digital.
- 3) *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Ini berarti bahwa dukungan dan dorongan dari lingkungan sekitar, seperti keluarga, teman, rekan bisnis, maupun institusi, dapat memengaruhi niat pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS.
- 4) Secara simultan, ketiga variabel independen yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence* terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Hal ini menandakan bahwa keberhasilan adopsi QRIS dipengaruhi oleh persepsi terhadap manfaat teknologi, kemudahan dalam penggunaan, serta dukungan dari lingkungan sosial. Hal ini membuktikan bahwa model UTAUT relevan digunakan dalam memahami perilaku adopsi teknologi pembayaran digital di kalangan pelaku usaha mikro dan kecil.
- 5) Dari sudut pandang bisnis Islam, penggunaan QRIS oleh UMKM mencerminkan prinsip keadilan, kemudahan, dan kebermanfaatannya. QRIS membantu menciptakan transaksi yang transparan ('adalah), mudah digunakan (*taysir*), dan memberikan manfaat ekonomi bagi pelaku usaha (*maslahah*). Selama penggunaannya sesuai dengan syariat, bebas dari unsur riba, *gharar*, dan penipuan, maka QRIS dapat menjadi bagian dari praktik bisnis yang Islami dan berkah.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdillah, Pius, dan Danu Prasetya. Kamus Lengkap Bahasa Indonesia. Surabaya: Arloka, t.t., hlm. 256
- Boardman, R., Blazquez, M., Henninger, C. E., & Ryding, D. (Eds.). (2019). *Social commerce: Consumer behaviour in online environments*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-03617-1>
- Departemen Agama Republik Indonesia. (2001). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: Yayasan Penerjemah dan Penerbit Al-Qur'an.
- Ibnu Katsir. (2003). *Tafsir Ibnu Katsir* (Jilid 1, M. Abdul Ghoffar, Trans.). Pustaka Imam Asy-Syafi'i. (Karya asli diterbitkan oleh Mu'assasah Dār al-Hilāl, Kairo).
- Indrawati, I., Murali Raman, M., Chew K. W., Maya Ariyanti, M., Mansur, D. M., Marhaeni, G. A. M., Tohir, L. M., Gaffar, M. R., Has, M. N., & Yuliansyah, S. (2017). *Perilaku konsumen individu dalam mengadopsi layanan berbasis teknologi informasi dan komunikasi*. PT Refika Aditama.
- Nugraha, J. P., A. Santosa, and R. Widodo. *Teori Perilaku Konsumen*. Penerbit Nem, 2021, p. 3.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Edisi Revisi, Prenamedia Group, 2003, hlm. 2.
- Siregar, S. (2017). *Metode penelitian kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, H. "Analisis perkembangan sistem pembayaran nontunai di Indonesia." *Jurnal Teknologi Informasi dan Komputer*, Mega Makmur Sentosa, Bandung, 2018, pp. 34– 36.
- Yusanto, Muhammad Ismail, dan Muhammad Karebet Widjajakusuma. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta:

Gema Insani Press, 2002.

Jurnal

- Adji, Yovie Bramantyo, Wildan Abineri Muhammad, Abdurrachman Nurwira Lucky Akrobi, and Noerlina Noerlina. "Perkembangan Inovasi Fintech Di Indonesia." *Business Economic, Communication, and Social Sciences Journal (BECOSS)* 5, no. 1 (2023): 47–58.
- Agustina, N. (2017). Mengukur kualitas layanan sistem informasi akademik pada SMP Uswatun Hasanah Jakarta. *Paradigma*, 19(1), 1–10. (Maret 2017)
- Akbar, Ricky, Meza Silvana, and Fikiri Aulia Alizar. "Perancangan Aplikasi Pembayaran Non Tunai Untuk Pengelolaan Bisnis Pencucian Mobil Dengan Memanfaatkan Teknologi QR Code (Studi Kasus : Oto Pro Car Wash & Detailing Padang)." *Seminar Nasional Sains dan Teknologi* 1, no. 1 (2019): 1–13. jurnal.umj.ac.id/index.php/semnastek.
- Amin, Amirudin M., and Dinda Rezki Harahap. "Brand Equity, Product Variation, Social Influence, and Halal Labeling on the Interest in Buying Wardah Lipstick Cosmetics Among Women in Pekanbaru City." *Interconnection: An Economic Perspective Horizon* 2, no. 1 (2024): 1–17.
- Anwar, Resa Nurlaela, and Tuti Alviayaton. "The Effect of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions on Mobile Wallet Adoption." *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* 4, no. 5 (2022): 2211–2223. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>.
- Arta Setiawan W, and Luh Putu Mahyuni. "Qris Di Mata Umkm Eksplorasi Persepsi Dan Intensi Umkm Menggunakan Qris." *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 9, no. 10 (2020): 921–946.
- Asmita, Asmita, and Rahmad Solling Hamid. "Peran Effort Expectancy Facilitating Conditions Price Value Dalam Menentukan Behavioural Intentions Pada Nasabah Pengguna Mobile Banking." *Owner* 7, no. 1 (December 26, 2022): 322–332.
- Audina, Mia, Isnri Andriana, Fakultas Ekonomi, and Universitas Sriwijaya. "Faktor Yang Mempengaruhi Behavioral Intention Transaksi Keuangan Digital (E-Waller) Pada Generasi Milenial Di Kota Palembang" (2021).
- Farhan, Ahmad, and Aishwari Wardani Shifa. "Penggunaan Metode Pembayaran QRIS Pada Setiap UMKM Di Era Digital." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 2 (2023): 1198–1206.
- Flawrencia, Cindy, Gunawan Program, Manajemen Bisnis, Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, and Dan Ekonomi. "Pengaruh Performance Expectancy Dan Social Influence Terhadap Behavioral Intention Di Aplikasi Hijabenka." Vol. 7, 2019.
- Hapsari, Leona Febi. "Pengaruh Endorsement Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Skincare Lokal Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Generasi Millennial Di Kota Bandar Lampung) Skripsi Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat. Ayoq." Vol. 6, 2022.
- Della Irona, Vitra, and Marissa Triyani. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen: Kualitas Produk, Harga Dan Promosi (Literature Review Smm)." *Jurnal Ilmu Multidisiplin* 1, no. 1 (2022): 174–185.
- Haryono, S., & Brahmana, R. K. M. R. (2015). Pengaruh shopping orientation, social influence, dan system terhadap customer attitude melalui perceived ease of use (studi pada Apple Store). *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 3(1), 1–10.
- Jessica, S. P. (2018). Evaluasi implementasi Binusmaya menggunakan model UTAUT2 & TRUST [Tugas akhir, BINUS University].
- Junadi, and Sfenrianto. "A Model of Factors Influencing Consumer's Intention to Use E- Payment System in Indonesia." *Procedia Computer Science* 59, no. Iccsci (2015): 214–220. <http://dx.doi.org/10.1016/j.procs.2015.07.557>.
- Kumala, Suhardi. "Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence Dan Experiences Terhadap Behavioral Intention Pada Game Mobile Player Unknown's Battleground (Pugb)." *Agora* 7, no. 2 (2019): 1–6.
- Kurniati. "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam." *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 6, no. 1 (2016): 45–52. <http://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/view/387>.
- Laksono, Tegar Bangun, and Liana Mangifera. "Manajemen Dan Bisnis Peran Social Influence Dalam Memoderasi Mobile Self Efficacy, Performance Expectancy Effort Expectancy Terhadap Behavior

- Intention E-Wallet Pada UMKM Di Daerah Wisata Telaga Sarangan. *Manajemen Dan Bisnis*. Vol. 6, 2024. <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/MdB>.
- Lee, K. (2008). Opportunities for green marketing: Young consumers. *International Journal of Marketing Intelligence & Planning*, 26(6), 573–586. <https://doi.org/10.1108/02634500810902839>
- Louis, L. M., & rekan-rekan. (2022). Analisis penerapan model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) terhadap minat beli pada Sayurbox. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 8(2), 80–91.
- Matondang, Z. (2009). Validitas dan reliabilitas suatu instrumen penelitian. *Jurnal Tabularasa*, 6(1), 87–97.
- Mellani, Annisa, and Nina Eka Putri. "Sistem Pembayaran Nontunai Berbasis Digital Di" 2, no. 1 (2024): 32–44.
- Naufaldi, I. (2020). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, dan trust terhadap intention to use. *Jurnal Ilmiah XYZ*, 2(3), 715–722.
- Nurhayati. (2024). Pengaruh impulsive buying dan online customer rating terhadap minat pembelian kosmetik dalam perspektif bisnis Islam (Studi pada konsumen Topshop Bandar Lampung). *Business and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 33–42. <https://jurnal.umitra.ac.id/index.php/bej/article/view/2159>
- Nurhayati, P., Sari, E. W., Pratiwi, D. N., & Shabira, A. R. (2022). Peran profitabilitas dalam hubungan good corporate governance dan efisiensi biaya terhadap Islamic social reporting. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, 8(2), 422–432. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.3987>
- Pangestu, Mira Gustiana. "Behavior Intention Penggunaan Digital Payment QRIS Berdasarkan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) (Studi Pada UMKM Sektor Industri Makanan & Minuman Di Kota Jambi)." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)* 1, no. 1 (2022): 29–37.
- Permana, Sony Hendra. "Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Indonesia." *Aspirasi: Jurnal Masalah-masalah Sosial* 8, no. 1 (2017): 93–103.
- Pratama, A., et al. (2022). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) pada penggunaan aplikasi PLN Daily (Studi empiris pada pegawai PLN UP3 Tegal). *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 5(3).
- Purwianti, L., & Tio, K. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi behavioural intention. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 15–32. <https://doi.org/10.28932/jmm.v17i1.415>
- Rachmawati, Ike Kusdyah, Mohammad Bukhori, Yuniz Majidah, Syarif Hidayatullah, and Abdul Waris. "Analysis Of Use Of Mobile Banking With Acceptance And Use Of Technology (Utaut)." *Ijstr* 9, no. 8 (2020): 534–540. www.ijstr.org.
- S., Andi Bahri. "Etika Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *HUNAFa: Jurnal Studia Islamika* 11, no. 2 (2014): 347–370. <http://www.jurnalhunafa.org/index.php/hunafa/article/view/360/346>.
- Sihaloho, Josef Evan, Atifah Ramadani, and Suci Rahmayanti. "Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3)." *Jurnal Manajemen Bisnis* 17, no. 2 (2020): 287–297. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>.
- Sujarweni, V. W. (2015). SPSS untuk penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Pers.
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage: A test of competing models. *Information Systems Research*, 6(2), 144–176. <https://doi.org/10.1287/isre.6.2.144>
- Venkatesh, V, and F Davis. "A Theoretical Extension of the Tecgnology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies University of Maryland at College Park." *Management Science* 46, no. 2 (2000): 186–204.
- Venkatesh, Viswanath, Michael G Morris, Gordon B Davis, and Fred D Davis. "User Acceptance of Information: Towar a Unified View." *MIS Quarterly* 27, no. 3 (2003): 425–478. <https://www.jstor.org/stable/30036540>.
- Widanengsih, E. (2021). Penerapan unified theory of acceptance and use of technology model untuk mengukur perilaku pengguna aplikasi akuntansi pada usaha kecil dan menengah. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(3), 149–157. <https://doi.org/10.7777/jiemr.v2i3.XXX>
- Wibowo, Adelwin Hilman, Yusi Tyroni Mursityo, and Admaja Dwi Herlambang. Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy Dan Social Influence Terhadap Behavioral Intention Dalam Implementasi Aplikasi SIMPG PT Perkebunan Nusantara XI Surabaya. Vol. 3, 2019. <http://j->

ptiikub.ac.id.

- Zakiy Anugrah, Lilis Suhaebah, Tiara Raras Pramudita, and Ramayani Yusuf. "Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence Pada Behavioral Intention Aplikasi Gojek Di Kabupaten Garut." *Journal of Accounting, Management, Economics, and Business (ANALYSIS)* 2, no. 1 (January 16, 2024): 31–42. <https://journals.eduped.org/index.php/analysis/article/view/908>.
- Zuliansyah, A., Dimas Pratomo, and Okta Supriyaningsih. "The Role of Financial Technology (Fintech) in ZIS Management to Overcome Poverty." *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)* 5, no. 1 (2022): 203–224.

Skripsi

- Agrippina, D. R. (2016). *Behavior intention konsumen dalam menilai kualitas pelayanan penyedia jasa perawatan diri: Studi kasus pada konsumen industri jasa salon di Kota Bandar Lampung*. Universitas Lampung.
- Indri Setianingrum. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standar (QRIS) Dan Promosi Cashback Dompot Digital Terhadap Fenomena Cashless Society Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Masyarakat Pengguna QRIS dan Dompot Digital Kota Bandar Lampung)". 2024
- Rival, M. B. (2014). *Penerapan model The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) untuk memahami tingkat penerimaan dan penggunaan e- learning (Be Smart) di Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.

Website

- Bank Indonesia. "Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)." Bank Indonesia <https://www.bi.go.id/id/layanan/moneter/infrastruktur-pembayaran/Contents/Quick-Response-Code-Indonesian-Standard-QRIS.aspx>
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Fatwa No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah. 2017. Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, <https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/page/5/>.
- Redaksi Dinamik. (2024, Oktober 18). Pemkot Bandar Lampung terbitkan 44 ribu NIB, sektor UMKM paling banyak. <https://dinamik.id/2024/10/18/pemkot-bandar-lampung-terbitkan-44-ribu-nib-sektor-umkm-paling-banyak/>
- Wahyudi, S. E. (2022, Desember 20). Uji normalitas dan penelitian kuantitatif. *Informatika Universitas Ciputra*. <https://informatika.uc.ac.id/2022/12/uji-normalitas-dan-penelitian-kuantitatif>