Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis dan Digital
Volume 3, Nomor 3, Agustus 2026
E-ISSN .: 3047-1184; P-ISSN .: 3047-1575, Hal. 187-205
DOI: https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v3i3.1663
Tersedia: https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JIMaKeBiDi

Pengaruh Persepsi, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Melalui *Financial Technology* sebagai Variabel Intervening

Arya Rafa Nugraha[1], Patricia Dhiana Paramita[2], Cicik Harini[3]
[1-3] Program Studi Manajemen, Universitas Pandanaran, Indonesia

[*]Penulis Korespondensi: aryarafan@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the influence of perception, ease of use, and security on the decision to use Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) through Financial Technology as an intervening variable among visitors to Pollux Mall Paragon, Queen City Mall, and DP Mall in Semarang City. The study employed a quantitative approach using primary data collected through questionnaires. The respondents were selected using purposive sampling. Data analysis was conducted using Two-Stage Least Squares (2SLS), regression analysis, and path analysis to examine direct and indirect relationships. The empirical results show that perception, ease of use, and security have positive and significant effects on Financial Technology. In the second regression model, perception and ease of use have positive but insignificant direct effects on the decision to use QRIS, while security and Financial Technology have positive and significant effects. The path analysis indicates that Financial Technology plays a mediating role in the relationships between perception, ease of use, security, and the decision to use QRIS. The findings indicate that QRIS adoption is influenced not only by the direct evaluation of the payment system but also by consumers' experience and utilization of digital financial services.*

Keywords: *Ease of Use; Financial Technology; Perceived Usefulness; QRIS; Security.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi, kemudahan, dan keamanan terhadap keputusan penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) melalui Financial Technology sebagai variabel intervening pada pengunjung Pollux Mall Paragon, Queen City Mall, dan DP Mall di Kota Semarang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan melalui *Two-Stage Least Squares* (2SLS), analisis regresi, dan analisis jalur untuk menguji hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi, kemudahan, dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Technology*. Pada model regresi kedua, persepsi dan kemudahan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan secara langsung terhadap keputusan penggunaan QRIS, sedangkan keamanan dan *Financial Technology* berpengaruh positif dan signifikan. Analisis jalur menunjukkan bahwa *Financial Technology* berperan sebagai variabel intervening dalam hubungan persepsi, kemudahan, dan keamanan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan QRIS tidak hanya dibentuk oleh penilaian langsung terhadap sistem pembayaran, tetapi juga oleh pengalaman dan pemanfaatan layanan keuangan digital oleh konsumen.

Kata Kunci: Keamanan; Kemudahan Penggunaan; Persepsi Manfaat; QRIS; Teknologi Finansial.

1. LATAR BELAKANG

Transformasi pembayaran digital telah mengubah cara masyarakat melakukan transaksi dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai standar pembayaran berbasis kode QR. QRIS memberikan alternatif pembayaran yang praktis karena konsumen dapat melakukan transaksi melalui aplikasi keuangan digital yang telah dimiliki. Perkembangan tersebut menjadikan QRIS tidak hanya sebagai instrumen pembayaran, tetapi juga bagian dari ekosistem *Financial Technology* yang semakin terintegrasi dengan perilaku konsumen.

Naskah Masuk: 09 Juni 2026; Revisi: 08 Juli 2025; Diterima: 13 Agustus 2026; Terbit: 31 Agustus 2026

Fenomena penggunaan QRIS di Kota Semarang menunjukkan perkembangan yang kuat. Data yang digunakan dalam skripsi menunjukkan jumlah pengguna QRIS meningkat dari sekitar 0,80 juta orang pada 2020 menjadi 1,50 juta pada 2021, 3,00 juta pada 2022, 3,82 juta pada 2023, dan 7,63 juta pada 2024. Pada 2025 jumlah pengguna tercatat sekitar 8,04 juta orang. Pertumbuhan tersebut menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital semakin diterima masyarakat, walaupun tingkat pertumbuhan tahunan mengalami perubahan. Peningkatan jumlah pengguna sekaligus memperlihatkan bahwa terdapat kebutuhan untuk memahami faktor yang mendorong konsumen memutuskan menggunakan QRIS.

Keputusan penggunaan teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan sistem. Persepsi konsumen terhadap manfaat suatu layanan dapat menentukan apakah teknologi tersebut dianggap relevan dengan kebutuhan transaksi. Persepsi juga berkaitan dengan bagaimana konsumen menilai manfaat, risiko, kepercayaan, dan kenyamanan sebelum melakukan transaksi. Schiffman dan Wisenblit (2022) menjelaskan bahwa persepsi konsumen berperan dalam pembentukan penilaian terhadap produk atau jasa, sedangkan Xiao dan Wu (2021) menempatkan persepsi sebagai salah satu faktor yang berkaitan dengan perilaku keuangan.

Kemudahan merupakan faktor lain yang penting. Sistem yang mudah dipelajari, mudah digunakan, cepat, fleksibel, dan tidak memerlukan banyak usaha dapat menurunkan hambatan dalam adopsi teknologi. Dalam konteks QRIS, konsumen tidak harus membawa uang tunai atau melalui prosedur pembayaran yang panjang. Venkatesh et al. (2003) menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan kondisi pendukung. Oleh sebab itu, kemudahan penggunaan QRIS dapat membentuk pengalaman positif dalam transaksi.

Di sisi lain, keamanan menjadi pertimbangan penting dalam transaksi digital karena pembayaran melibatkan data pribadi, akun keuangan, dan proses transfer dana. Kekhawatiran terhadap kebocoran data, kesalahan transaksi, penyalahgunaan akun, atau penipuan dapat menurunkan kepercayaan pengguna. Dalam penelitian ini keamanan dipahami melalui keamanan data pribadi, keamanan proses transaksi, perlindungan dari risiko penipuan, keandalan sistem QRIS, dan jaminan keamanan dari lembaga resmi.

Financial Technology ditempatkan sebagai variabel *intervening* karena penggunaan QRIS berlangsung dalam ekosistem layanan keuangan digital. Konsumen yang telah terbiasa menggunakan dompet digital atau *mobile banking* berpotensi lebih mudah memanfaatkan QRIS. Arner et al. (2022) menjelaskan bahwa perkembangan *fintech* berkaitan dengan transformasi layanan keuangan melalui pemanfaatan teknologi. Gomber et al. (2021) juga

menekankan bahwa *digital finance* dan *fintech* berkembang melalui integrasi teknologi dengan aktivitas keuangan.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum konsisten mengenai hubungan persepsi, kemudahan, dan keamanan dengan penggunaan *Financial Technology* maupun keputusan penggunaan QRIS. Sebagian penelitian menemukan bahwa persepsi dan kemudahan berpengaruh signifikan, sedangkan penelitian lain menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan; temuan mengenai keamanan juga masih beragam. Selain itu, penelitian sebelumnya lebih banyak menguji pengaruh langsung dan belum banyak menempatkan *Financial Technology* sebagai variabel *intervening*. Keterbatasan konteks objek juga terlihat karena penelitian mengenai pengguna QRIS pada pengunjung pusat perbelanjaan modern di Pollux Mall Paragon, Queen City Mall, dan DP Mall Kota Semarang masih terbatas. Perbedaan hasil tersebut menjadi *research gap* yang mendasari pengujian hubungan langsung dan tidak langsung dalam penelitian ini. (Rahmawati & Nugroho, 2022; Putri, Hidayat, & Lestari, 2024; Safrina, 2025; Yulandari & Astuti, 2023).

Permasalahan penelitian muncul karena hubungan antara persepsi, kemudahan, keamanan, *Financial Technology*, dan keputusan penggunaan QRIS tidak selalu menunjukkan hasil yang seragam. Beberapa penelitian menemukan pengaruh positif dan signifikan, sedangkan penelitian lain menunjukkan pengaruh yang lemah atau tidak langsung. Dalam skripsi, fenomena penggunaan QRIS juga menunjukkan adanya konsumen yang menggunakan QRIS ketika tersedia promo atau cashback, sehingga keputusan transaksi tidak semata-mata ditentukan oleh kebutuhan pembayaran. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya ruang untuk menguji kembali mekanisme pengambilan keputusan pada konsumen di pusat perbelanjaan modern.

Penelitian ini memfokuskan objek pada pengunjung Pollux Mall Paragon, Queen City Mall, dan DP Mall Kota Semarang. Ketiga lokasi tersebut dipilih karena menjadi ruang transaksi masyarakat perkotaan dan menyediakan berbagai pilihan pembayaran digital. Penelitian diarahkan untuk mengetahui pengaruh persepsi, kemudahan, dan keamanan terhadap *Financial Technology*, pengaruh masing-masing variabel terhadap keputusan penggunaan QRIS, serta peran *Financial Technology* sebagai variabel *intervening*.

Secara akademik, penelitian ini diharapkan memperkaya kajian perilaku keuangan digital dan penerimaan teknologi pembayaran. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi masukan bagi penyedia jasa sistem pembayaran, penyedia *fintech*, pengelola merchant, dan regulator dalam meningkatkan pengalaman transaksi QRIS. Fokus perbaikan tidak hanya pada

penambahan pengguna, tetapi juga pada kemudahan alur transaksi, stabilitas sistem, keamanan, dan literasi digital.

2. KAJIAN TEORITIS

Theory of Financial Behavior

Theory of Financial Behavior digunakan sebagai *grand theory* penelitian. Perspektif perilaku keuangan juga relevan dengan penelitian Paramita et al. (2025) yang menunjukkan keterkaitan literasi keuangan, toleransi risiko, perilaku keuangan, dan keputusan investasi pada Generasi Z di Kota Semarang. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku keuangan individu terbentuk melalui proses psikologis dan kognitif, termasuk persepsi, sikap, keyakinan, pengalaman, serta pertimbangan terhadap manfaat dan risiko. Xiao dan Wu (2021) menjelaskan bahwa perilaku keuangan menggambarkan cara individu membuat keputusan keuangan berdasarkan pengalaman dan penilaian terhadap kondisi yang dihadapi. Shefrin (2022) juga menekankan bahwa bias, emosi, persepsi, dan pertimbangan risiko dapat memengaruhi keputusan keuangan.

Dalam konteks pembayaran digital, teori tersebut menjelaskan bahwa konsumen tidak selalu mengambil keputusan secara rasional hanya berdasarkan karakteristik teknis suatu sistem. Konsumen menilai apakah QRIS bermanfaat, mudah digunakan, aman, dan sesuai dengan kebiasaan transaksi. Penilaian tersebut kemudian membentuk kecenderungan untuk menggunakan *Financial Technology* dan akhirnya memengaruhi keputusan menggunakan QRIS. Kerangka tersebut menjadi dasar hubungan antara X1, X2, X3, Y1, dan Y2 dalam penelitian.

Persepsi

Persepsi merupakan proses ketika individu memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi sehingga menghasilkan penilaian terhadap suatu objek. Dalam perilaku konsumen, persepsi bersifat subjektif karena dipengaruhi pengalaman, pengetahuan, kebutuhan, dan harapan. Schiffman dan Wisenblit (2022) menempatkan persepsi sebagai faktor penting dalam pembentukan perilaku konsumen, sedangkan Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa persepsi berkaitan dengan proses interpretasi informasi yang diterima individu.

Dalam penelitian ini, persepsi penggunaan QRIS mencakup persepsi manfaat, kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan kenyamanan. Persepsi yang positif diharapkan meningkatkan pemanfaatan *Financial Technology* karena konsumen melihat pembayaran digital sebagai sarana yang relevan dan bermanfaat. Putri dan Handayani (2024) menunjukkan

adanya hubungan antara persepsi kemudahan dan adopsi *fintech* dalam keputusan pembayaran berbasis kode QR.

Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan merupakan tingkat keyakinan bahwa suatu teknologi dapat digunakan tanpa usaha yang rumit. Venkatesh et al. (2003) menjelaskan bahwa ekspektasi usaha berkaitan dengan tingkat kemudahan yang dirasakan ketika menggunakan sistem. Dalam penelitian ini, kemudahan QRIS diukur melalui indikator mudah dipelajari, mudah digunakan, proses transaksi cepat, tidak memerlukan banyak usaha, dan fleksibel digunakan di berbagai tempat.

QRIS yang mudah dipahami dapat mengurangi hambatan konsumen ketika melakukan transaksi. Konsumen tidak perlu memiliki pengetahuan teknis yang tinggi untuk melakukan pemindaian kode dan konfirmasi pembayaran. Penelitian Ramadhan et al. (2023) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat merupakan faktor yang berkaitan dengan keputusan penggunaan QRIS pada generasi muda. Kemudahan juga dapat mendorong penggunaan *Financial Technology* karena konsumen menjadi lebih nyaman menggunakan aplikasi keuangan digital.

Keamanan

Keamanan merupakan kemampuan sistem dalam memberikan perlindungan terhadap data dan transaksi pengguna. Keamanan dalam penelitian ini meliputi keamanan data pribadi, keamanan proses transaksi, perlindungan dari risiko penipuan, keandalan sistem QRIS, dan jaminan keamanan dari lembaga resmi. Lestari dan Widodo (2022) mengaitkan persepsi keamanan dengan kepercayaan pengguna dalam layanan pembayaran digital.

Keamanan dapat menjadi faktor yang menentukan apakah konsumen bersedia menggunakan layanan keuangan digital secara berulang. Ketika pengguna yakin bahwa transaksi terlindungi, keraguan terhadap sistem dapat berkurang. Sebaliknya, persepsi keamanan yang rendah dapat membuat pengguna memilih metode pembayaran lain. Oleh karena itu, keamanan diperkirakan berpengaruh terhadap *Financial Technology* dan keputusan penggunaan QRIS.

Financial Technology

Financial Technology merupakan inovasi layanan keuangan yang memanfaatkan teknologi. Dalam konteks transformasi digital, Wulan et al. (2021) dan Harini et al. (2021) menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat mendukung aktivitas pemasaran dan transaksi pada UMKM. untuk meningkatkan efisiensi, aksesibilitas, dan kemudahan transaksi. Arner et al. (2016) menjelaskan perkembangan *fintech* sebagai bagian dari perubahan

paradigma layanan keuangan, sedangkan Arner et al. (2022) menempatkan *fintech* sebagai bagian penting dari transformasi layanan keuangan. Gomber et al. (2021) menunjukkan bahwa *digital finance* berkembang melalui integrasi teknologi dengan aktivitas keuangan.

Financial Technology dalam penelitian ini diukur melalui frekuensi penggunaan, kemudahan akses, kecepatan transaksi, keamanan sistem, dan integrasi penggunaan *fintech* dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Konsumen yang terbiasa menggunakan dompet digital, *mobile banking*, atau layanan pembayaran digital memiliki pengalaman yang dapat mempermudah penggunaan QRIS. Dengan demikian, *Financial Technology* diposisikan sebagai mekanisme yang menghubungkan penilaian konsumen terhadap sistem dengan keputusan transaksi.

Keputusan Penggunaan QRIS

Keputusan penggunaan QRIS merupakan keputusan konsumen untuk memilih QRIS sebagai metode pembayaran ketika melakukan transaksi. Variabel ini diukur melalui keputusan menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran utama, niat terus menggunakan, preferensi terhadap QRIS ketika tersedia, dan kesediaan merekomendasikan penggunaan QRIS. Keputusan merupakan tahap perilaku yang muncul setelah konsumen mengevaluasi manfaat, kemudahan, keamanan, dan pengalaman penggunaan. Perspektif pengambilan keputusan juga dapat dipahami melalui pertimbangan faktor perilaku dan kondisi individu sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian Paramita et al. (2025).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keputusan penggunaan pembayaran digital dapat dipengaruhi oleh persepsi manfaat, kemudahan, keamanan, literasi digital, serta pengalaman menggunakan *Financial Technology*. Pratama dan Nugroho (2022), Ramadhan et al. (2023), dan Khairani et al. (2025) menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut relevan dalam menjelaskan penerimaan QRIS.

Pengembangan Hipotesis

Persepsi mencerminkan penilaian konsumen terhadap manfaat, kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan kenyamanan suatu layanan yang dapat mendorong penerimaan *Financial Technology*. Kemudahan penggunaan dapat meningkatkan kenyamanan dan mendorong konsumen memanfaatkan QRIS karena sistem yang mudah dipahami, cepat, fleksibel, dan tidak memerlukan banyak usaha. Keamanan juga menjadi pertimbangan penting karena berkaitan dengan perlindungan data dan dana pengguna, sehingga keamanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan serta keputusan menggunakan QRIS. Meskipun penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam, sejumlah penelitian mendukung adanya hubungan positif antara persepsi, kemudahan, dan keamanan dengan penggunaan maupun keputusan

penggunaan pembayaran digital (Rahmawati & Nugroho, 2022; Asfendi et al., 2021; Safrina, 2025; Arianti & Azzahra, 2023). *Financial Technology* berperan sebagai ekosistem layanan yang memfasilitasi pembayaran digital, sehingga pengalaman menggunakan dompet digital, *mobile banking*, dan layanan pembayaran lainnya dapat memperkuat penerimaan QRIS. Dengan demikian, *Financial Technology* diperkirakan dapat memperkuat hubungan antara persepsi, kemudahan, dan keamanan dengan keputusan penggunaan QRIS, baik secara langsung maupun sebagai variabel *intervening*, karena penerimaan dan pengalaman positif terhadap layanan keuangan digital dapat mendorong konsumen dalam menentukan pilihan metode pembayaran (Yulandari & Astuti, 2023; Prasetyo & Astuti, 2023; Sari & Wijaya, 2021; Hendra, 2023).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Objek penelitian adalah pengunjung Pollux Mall Paragon, Queen City Mall, dan DP Mall Kota Semarang yang pernah menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital. Penelitian dilaksanakan pada konteks pusat perbelanjaan modern sehingga responden memiliki pengalaman transaksi langsung dengan merchant yang menyediakan pembayaran QRIS.

Variabel dan Definisi Operasional

Penelitian menggunakan tiga variabel independen, satu variabel *intervening*, dan satu variabel dependen. Variabel independen terdiri atas Persepsi (X1), Kemudahan (X2), dan Keamanan (X3), *Financial Technology* (Y1) digunakan sebagai variabel *intervening*, sedangkan Keputusan Penggunaan QRIS (Y2) menjadi variabel dependen. Operasionalisasi variabel digunakan agar konstruk penelitian dapat diukur melalui indikator yang dapat dianalisis secara statistik (Ghozali, 2022; Creswell, 2023).

Persepsi (X1) mencerminkan penilaian konsumen terhadap manfaat dan risiko layanan QRIS. Variabel ini diukur melalui lima indikator, yaitu persepsi manfaat penggunaan QRIS, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan transaksi, persepsi kepercayaan, dan persepsi kenyamanan penggunaan QRIS (Schiffman & Wisenblit, 2022).

Kemudahan (X2) merupakan tingkat keyakinan bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari kerumitan. Indikator yang digunakan adalah mudah dipelajari, mudah digunakan, proses transaksi cepat, tidak memerlukan banyak usaha, dan fleksibel digunakan (Venkatesh et al., 2021).

Keamanan (X3) menggambarkan kemampuan sistem memberikan perlindungan terhadap data dan transaksi pengguna. Variabel ini diukur melalui keamanan data, keamanan

transaksi, perlindungan dari risiko penipuan, keandalan sistem, dan jaminan keamanan dari lembaga resmi (Safrina, 2025; Laudon & Laudon, 2022).

Financial Technology (Y1) menggambarkan pemanfaatan layanan keuangan berbasis teknologi dalam aktivitas transaksi. Indikatornya meliputi frekuensi penggunaan layanan, kemudahan akses, kecepatan transaksi, keamanan sistem, dan integrasi penggunaan *fintech* dalam aktivitas transaksi sehari-hari (Gomber et al., 2021).

Keputusan Penggunaan QRIS (Y2) merupakan keputusan konsumen untuk memilih QRIS sebagai metode pembayaran. Variabel ini diukur melalui minat menggunakan QRIS, keputusan melakukan transaksi menggunakan QRIS, kepuasan setelah penggunaan, penggunaan ulang, dan kesediaan merekomendasikan QRIS kepada orang lain (Kotler & Keller, 2021).

Populasi penelitian adalah seluruh pengunjung pusat perbelanjaan yang pernah menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital. Skripsi menetapkan populasi berdasarkan data pengguna QRIS di Semarang dan menggunakan 100 responden sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan pertimbangan bahwa responden harus memenuhi karakteristik pengguna QRIS pada lokasi penelitian.

Data penelitian merupakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Instrumen menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu skor 1 untuk sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 cukup setuju/netral, 4 setuju, dan 5 sangat setuju. Kuesioner mencakup lima indikator untuk setiap variabel penelitian.

Analisis dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, uji signifikansi parameter individual, koefisien determinasi, serta analisis jalur. Model pertama digunakan untuk menguji pengaruh Persepsi, Kemudahan, dan Keamanan terhadap *Financial Technology*. Model kedua digunakan untuk menguji pengaruh Persepsi, Kemudahan, Keamanan, dan *Financial Technology* terhadap Keputusan Penggunaan QRIS. Analisis jalur digunakan untuk membandingkan pengaruh langsung dengan pengaruh tidak langsung melalui *Financial Technology*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Sampel penelitian berjumlah 100 responden. Karakteristik responden dalam skripsi dianalisis berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan intensitas penggunaan QRIS. Pada tabel jenis kelamin, data skripsi mencatat 46 responden laki-laki dan 34 responden perempuan, sementara total sampel dinyatakan 100. Karena terdapat ketidaksesuaian

penjumlahan pada tabel sumber, artikel ini tidak menggunakan persentase tersebut sebagai dasar generalisasi. Fokus analisis diarahkan pada hasil variabel dan pengujian statistik yang digunakan dalam model penelitian.

Berdasarkan kelompok usia, skripsi mencatat kelompok 21–25 tahun sebagai kelompok dominan. Hal tersebut menggambarkan bahwa responden pada usia produktif dan relatif dekat dengan penggunaan teknologi digital menjadi bagian penting dari sampel. Karakteristik tersebut relevan karena penggunaan QRIS berlangsung melalui perangkat digital dan aplikasi keuangan yang telah umum digunakan dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Tabel 1. Skor Rata-rata Tanggapan Responden.

Variabel	Skor rata-rata	Kategori
Persepsi (X1)	385,0	Setuju
Kemudahan (X2)	377,2	Setuju
Keamanan (X3)	351,8	Setuju
Financial Technology (Y1)	382,2	Setuju
Keputusan Penggunaan QRIS (Y2)	388,4	Setuju

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Deskripsi Tanggapan Responden

Hasil deskriptif menunjukkan bahwa seluruh variabel berada pada kategori setuju. Persepsi memperoleh skor rata-rata 385,0, kemudahan 377,2, keamanan 351,8, *Financial Technology* 382,2, dan keputusan penggunaan QRIS 388,4. Rentang indeks yang digunakan dalam skripsi menempatkan skor 341–420 pada kategori setuju. Dengan demikian, responden secara umum memberikan penilaian positif terhadap seluruh konstruk yang diteliti.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas.

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
Persepsi (X1)	0,735	Reliabel
Kemudahan (X2)	0,712	Reliabel
Keamanan (X3)	0,731	Reliabel
Financial Technology (Y1)	0,715	Reliabel
Keputusan Penggunaan QRIS (Y2)	0,753	Reliabel

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan mampu mengukur konstruk yang dimaksud. Skripsi menggunakan perbandingan nilai r hitung dengan r tabel. Seluruh indikator dinyatakan memenuhi kriteria validitas karena nilai korelasi indikator lebih besar daripada nilai r tabel yang digunakan. Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi internal instrumen. Hasil pengujian menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* seluruh variabel berada di atas batas 0,70 sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov* Model 1.

Variabel	N	Test Statistic	*Asymp. Sig. (2-tailed)*
Persepsi (X1)	100	0,129	0,000
Kemudahan (X2)	100	0,134	0,000
Keamanan (X3)	100	0,114	0,003
Financial Technology (Y1)	100	0,189	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov* Model 2.

Variabel	N	Test Statistic	*Asymp. Sig. (2-tailed)*
Persepsi (X1)	100	0,129	0,000
Kemudahan (X2)	100	0,134	0,000
Keamanan (X3)	100	0,114	0,003
Financial Technology (Y1)	100	0,189	0,000
Keputusan Penggunaan QRIS (Y2)	100	0,094	0,028

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Interpretasi: Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* pada Model 1 dan Model 2 disajikan sesuai output skripsi. Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada Model 1 adalah 0,000; 0,000; 0,003; dan 0,000, sedangkan pada Model 2 adalah 0,000; 0,000; 0,003; 0,000; dan 0,028.

Uji Multikolinieritas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas Model 1.

Variabel	*Tolerance*	*VIF*	Keterangan
Persepsi (X1)	0,981	1,019	Bebas multikolinieritas
Kemudahan (X2)	0,971	1,030	Bebas multikolinieritas
Keamanan (X3)	0,985	1,016	Bebas multikolinieritas

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Interpretasi: Seluruh variabel pada Model 1 memiliki nilai *Tolerance* di atas 0,10 dan *VIF* di bawah 10, sehingga tidak terdapat indikasi multikolinieritas.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas Model 2.

Variabel	*Tolerance*	*VIF*	Keterangan
Persepsi (X1)	0,686	1,457	Bebas multikolinieritas
Kemudahan (X2)	0,694	1,441	Bebas multikolinieritas
Keamanan (X3)	0,855	1,170	Bebas multikolinieritas
Financial Technology (Y1)	0,494	2,025	Bebas multikolinieritas

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Interpretasi: Seluruh variabel pada Model 2 memiliki nilai *Tolerance* di atas 0,10 dan *VIF* di bawah 10, sehingga tidak terdapat indikasi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 1.

Variabel	Beta	t	Sig.
Persepsi (X1)	0,078	0,762	0,448
Kemudahan (X2)	-0,129	-1,257	0,212
Keamanan (X3)	-0,070	-0,689	0,493

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Interpretasi: Nilai signifikansi Model 1 sebesar 0,448; 0,212; dan 0,493, seluruhnya lebih besar dari 0,05. Berdasarkan uji *Glejser*, tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas.

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 2.

Variabel	Beta	t	Sig.
Persepsi (X1)	-0,082	-0,681	0,497

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Interpretasi: Nilai signifikansi yang tersedia pada Model 2 berada di atas 0,05, sehingga berdasarkan uji *Glejser* tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas.

Tabel 9. *Model Summary* Regresi Model 1.

Model	R	*R Square*	*Adjusted R Square*
1	0,711	0,506	0,491

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Tabel 10. Uji t Regresi Model 1.

Variabel	Beta	t	Sig.
Persepsi (X1)	0,465	6,422	0,000
Kemudahan (X2)	0,450	6,188	0,000
Keamanan (X3)	0,276	3,814	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Regresi Model 1

Hasil Model 1 menunjukkan bahwa Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Technology* dengan *standardized coefficient* beta sebesar 0,465 dan signifikansi 0,000. Artinya, semakin positif penilaian konsumen terhadap manfaat, kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan kenyamanan QRIS, semakin tinggi pemanfaatan *Financial Technology*. Temuan ini sejalan dengan kerangka *Technology Acceptance Model* yang menempatkan persepsi manfaat sebagai pendorong penerimaan teknologi (Davis, 1989).

Kemudahan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Technology* dengan beta sebesar 0,450 dan signifikansi 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengalaman menggunakan sistem yang mudah dipelajari, mudah dioperasikan, cepat, dan fleksibel dapat memperkuat penggunaan layanan keuangan digital. Basalamah et al. (2022) dan

Noviyanti dan Erawati (2021) menempatkan kemudahan sebagai salah satu faktor yang mendukung adopsi layanan *fintech*.

Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Technology* dengan beta sebesar 0,276 dan signifikansi 0,000. Temuan tersebut menunjukkan bahwa perlindungan data, keandalan sistem, dan rasa aman dalam bertransaksi dapat meningkatkan penggunaan layanan keuangan digital. Hasil ini mendukung Lestari dan Widodo (2022) serta Safrina (2025) yang menempatkan keamanan sebagai aspek penting dalam pembentukan kepercayaan pada transaksi digital.

Tabel 11. *Model Summary* Regresi Model 2.

Model	R	*R Square*	*Adjusted R Square*
1	0,747	0,558	0,540

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Tabel 12. Uji t Regresi Model 2.

Variabel	Beta	t	Sig.
Persepsi (X1)	0,135	1,635	0,105
Kemudahan (X2)	0,096	1,173	0,244
Keamanan (X3)	0,171	2,321	0,022
Financial Technology (Y1)	0,578	5,953	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Regresi Model 2

Model kedua menguji pengaruh Persepsi, Kemudahan, Keamanan, dan *Financial Technology* terhadap Keputusan Penggunaan QRIS. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Persepsi memiliki beta sebesar 0,135 dengan signifikansi 0,105. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, pengaruh langsung Persepsi terhadap keputusan penggunaan QRIS dinyatakan tidak signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa penilaian positif terhadap QRIS belum otomatis menghasilkan keputusan transaksi ketika faktor lain dalam ekosistem pembayaran belum dipertimbangkan.

Kemudahan memiliki beta sebesar 0,096 dengan signifikansi 0,244 sehingga pengaruh langsungnya juga tidak signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun konsumen menilai QRIS mudah digunakan, kemudahan tersebut tidak selalu menjadi penentu tunggal keputusan transaksi. Konsumen mungkin sudah menganggap kemudahan sebagai karakteristik dasar dari pembayaran digital sehingga faktor tersebut tidak cukup membedakan keputusan ketika variabel lain ikut dipertimbangkan.

Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS dengan beta sebesar 0,171 dan signifikansi 0,022. Hasil ini menunjukkan bahwa rasa aman masih menjadi faktor langsung yang penting. Pengguna lebih bersedia melakukan transaksi

menggunakan QRIS ketika mereka yakin bahwa data dan proses pembayaran terlindungi. Temuan ini mendukung Safrina (2025) dan penelitian mengenai keamanan pembayaran digital yang terdapat dalam skripsi.

Financial Technology berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS dengan beta sebesar 0,578 dan signifikansi 0,000. Artinya, semakin baik pemanfaatan layanan keuangan digital, semakin tinggi keputusan menggunakan QRIS. Temuan tersebut menunjukkan bahwa QRIS menjadi bagian dari ekosistem pembayaran digital. Pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas usaha juga ditunjukkan oleh Wulan et al. (2021), sedangkan Harini et al. (2021) menunjukkan pentingnya penguasaan digital marketing bagi UMKM di Kota Semarang. yang sudah digunakan konsumen, sehingga kebiasaan menggunakan *fintech* dapat mempermudah keputusan untuk memilih QRIS.

Analisis Jalur

Analisis jalur menunjukkan bahwa *Financial Technology* berperan sebagai variabel *intervening* dalam hubungan Persepsi, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS. Berdasarkan koefisien Model 1, yaitu Persepsi 0,465, Kemudahan 0,450, dan Keamanan 0,276, serta koefisien *Financial Technology* terhadap Keputusan Penggunaan QRIS sebesar 0,578, diperoleh pengaruh tidak langsung masing-masing sebesar 0,26877; 0,26010; dan 0,15953.

Pada hubungan Persepsi dengan Keputusan Penggunaan QRIS, pengaruh tidak langsung sebesar 0,26877 lebih besar daripada pengaruh langsung sebesar 0,135. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian konsumen terhadap manfaat dan karakteristik QRIS lebih kuat diteruskan melalui pengalaman penggunaan *Financial Technology* sebelum membentuk keputusan transaksi.

Pada hubungan Kemudahan dengan Keputusan Penggunaan QRIS, pengaruh tidak langsung sebesar 0,26010 menunjukkan bahwa kemudahan dapat membentuk pengalaman penggunaan *Financial Technology* yang kemudian memperkuat keputusan memilih QRIS. Sementara itu, pengaruh tidak langsung Keamanan sebesar 0,15953 menunjukkan bahwa rasa aman dapat bekerja melalui kepercayaan dan pengalaman terhadap layanan keuangan digital.

Secara keseluruhan, hasil tersebut menunjukkan bahwa *Financial Technology* merupakan mekanisme penting dalam proses keputusan penggunaan QRIS. Konsumen menilai manfaat, kemudahan, dan keamanan, kemudian pengalaman menggunakan layanan keuangan digital membantu menerjemahkan penilaian tersebut menjadi keputusan transaksi.

Pertama, hasil penelitian memperlihatkan bahwa ketiga faktor awal, yaitu Persepsi, Kemudahan, dan Keamanan, secara bersama-sama memiliki hubungan positif dengan *Financial Technology*. Hasil tersebut mendukung perspektif *Theory of Financial Behavior* karena konsumen mengevaluasi teknologi berdasarkan manfaat, usaha, dan risiko sebelum membentuk kebiasaan penggunaan. Dalam konteks *digital payment*, penilaian tersebut menjadi bagian dari proses pembentukan perilaku keuangan.

Kedua, tidak semua faktor memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap keputusan QRIS. Persepsi dan Kemudahan tidak signifikan pada Model 2, sedangkan Keamanan signifikan. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa konsumen dapat memiliki persepsi dan pengalaman kemudahan yang baik tanpa selalu menjadikan kedua aspek tersebut sebagai alasan utama ketika memutuskan transaksi. Sebaliknya, keamanan berkaitan langsung dengan risiko kehilangan data atau dana sehingga lebih sensitif terhadap keputusan.

Ketiga, *Financial Technology* menjadi faktor paling kuat pada Model 2 dengan beta 0,578. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kebiasaan dan pengalaman menggunakan layanan keuangan digital merupakan bagian penting dari keputusan QRIS. Konsumen yang telah terbiasa menggunakan dompet digital atau *mobile banking* tidak perlu membangun perilaku pembayaran baru dari awal ketika menggunakan QRIS karena prosesnya terintegrasi dalam aplikasi yang sudah dikenal.

Keempat, hasil mediasi menunjukkan bahwa hubungan tidak langsung memiliki peran penting. Hal tersebut memberi gambaran bahwa keputusan pembayaran digital merupakan proses bertahap: konsumen menilai manfaat dan kemudahan, membangun rasa aman, menggunakan layanan *fintech*, lalu mengambil keputusan transaksi. Model tersebut sesuai dengan konsep penerimaan teknologi yang menempatkan persepsi dan pengalaman penggunaan sebagai faktor yang membentuk perilaku.

Kelima, hasil penelitian memiliki implikasi bagi merchant di pusat perbelanjaan. Penyedia QRIS perlu memastikan kode mudah dipindai, jaringan stabil, konfirmasi pembayaran cepat, dan informasi transaksi jelas. Pengelola mall juga perlu menjaga kualitas jaringan internet pada area kasir dan pusat aktivitas konsumen. Bagi penyedia *fintech*, keamanan dan integrasi aplikasi perlu dipertahankan agar pengalaman pengguna tetap konsisten.

Keenam, hasil penelitian perlu dibaca dengan memperhatikan keterbatasan. Penelitian hanya dilakukan pada pengunjung tiga pusat perbelanjaan di Kota Semarang, sehingga hasilnya belum tentu mewakili masyarakat pedesaan atau kelompok dengan tingkat digitalisasi yang berbeda. Pengukuran keamanan juga terutama berbasis persepsi psikologis responden dan

belum menggali karakteristik teknis seperti jenis enkripsi atau riwayat kegagalan sistem. Pengisian kuesioner secara mandiri juga dapat menimbulkan *response bias*.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Technology* dengan beta 0,465 dan signifikansi 0,000. Kemudahan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Technology* dengan beta 0,450 dan signifikansi 0,000. Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Technology* dengan beta 0,276 dan signifikansi 0,000. Dengan demikian, H1, H2, dan H3 diterima.

Persepsi dan Kemudahan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap keputusan penggunaan QRIS, masing-masing dengan signifikansi 0,105 dan 0,244. Keamanan berpengaruh positif dan signifikan dengan beta 0,171 dan signifikansi 0,022. *Financial Technology* berpengaruh positif dan signifikan dengan beta 0,578 dan signifikansi 0,000. Dengan demikian, H4 dan H5 ditolak, sedangkan H6 dan H7 diterima.

Analisis jalur menunjukkan bahwa *Financial Technology* berperan sebagai variabel *intervening* pada hubungan Persepsi, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS. Pengaruh tidak langsung yang dihitung dalam skripsi adalah 0,26877 untuk Persepsi, 0,26010 untuk Kemudahan, dan 0,15953 untuk Keamanan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman menggunakan *Financial Technology* merupakan mekanisme penting dalam pembentukan keputusan pembayaran digital. Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Technology* dengan beta 0,465 dan signifikansi 0,000. Kemudahan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Technology* dengan beta 0,450 dan signifikansi 0,000, sedangkan Keamanan berpengaruh positif dan signifikan dengan beta 0,276 dan signifikansi 0,000. Pada model kedua, Persepsi dan Kemudahan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Keputusan Penggunaan QRIS, sedangkan Keamanan dan *Financial Technology* berpengaruh positif dan signifikan. *Financial Technology* memiliki beta terbesar pada model kedua, yaitu 0,578 dengan signifikansi 0,000.

Analisis jalur dalam skripsi menunjukkan bahwa *Financial Technology* berperan sebagai variabel *intervening*. Pengaruh tidak langsung Persepsi terhadap Keputusan Penggunaan QRIS sebesar 0,26877, Kemudahan sebesar 0,26010, dan Keamanan sebesar 0,15953. Nilai tersebut digunakan untuk menjelaskan mekanisme hubungan tidak langsung sebagaimana perhitungan pada skripsi.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada konteks lokasi karena responden berasal dari tiga pusat perbelanjaan di Kota Semarang, sehingga hasilnya belum tentu mewakili masyarakat

dengan karakteristik digitalisasi yang berbeda. Pengukuran keamanan juga lebih berfokus pada persepsi psikologis responden dan belum menggali aspek teknis seperti enkripsi atau riwayat kegagalan sistem. Pengumpulan data melalui kuesioner juga berpotensi menghasilkan *response bias*.

Penelitian mendatang dapat memperluas objek penelitian ke UMKM, pasar tradisional, atau wilayah dengan tingkat digitalisasi berbeda, serta menambahkan variabel gaya hidup, literasi keuangan digital, promosi, kepercayaan, persepsi risiko, dan pengalaman penggunaan. Perbandingan antargenerasi atau antar kelompok pengguna juga dapat digunakan untuk menguji konsistensi hasil. Pendekatan wawancara atau metode kombinasi dapat melengkapi hasil kuantitatif, terutama untuk menjelaskan mekanisme mediasi *Financial Technology*.

DAFTAR REFERENSI

Aditya, & Mahyuni. (2022). Pengaruh keamanan terhadap minat menggunakan *financial technology*. Jurnal Manajemen Keuangan, 15(2), 45–60.

Akbar, R., Rizki, H., & Latief, M. (2025). The role of *financial technology* as a mediator in *digital payment* decisions. Journal of Social and Business, 5(1), 45–58.

Ananda, & Yusuf. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *fintech* payment. Jurnal Keuangan dan Perbankan, 18(3), 78–95.

Arianti, N., & Azzahra, D. (2023). Pengaruh kemudahan dan keamanan terhadap keputusan penggunaan QRIS dengan *financial technology* sebagai variabel mediasi. Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis, 7(2), 120–134.

Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2016). The evolution of *Fintech*: A new post-crisis paradigm? Georgetown Journal of International Law, 47(4), 1271–1319.

Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2022). *FinTech and the transformation of financial services*. Cambridge University Press.

Asfendi et al. (2021). Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan QRIS pada UMKM. Jurnal Sistem Pembayaran Digital, 10(2), 150–165.

Bank Indonesia. (2023). Definisi *financial technology* dalam sistem keuangan Indonesia. Laporan Resmi Bank Indonesia.

Basalamah et al. (2022). Pengaruh kemudahan terhadap penggunaan *financial technology*. Jurnal Inovasi Keuangan, 17(1), 30–45.

Creswell, J. W. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.

Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness*, perceived *ease of use*, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13(3), 319–340.

Dewi, E., Ghina, A., & Coyanda, J. R. (2025). Financial literacy dan digital financial behavior dalam pengambilan keputusan pengguna paylater. Jurnal Manajemen dan Keuangan, 14(1), 36–53.

Dewi, I. K., & Hendratmoko, C. (2026). Pengaruh persepsi kemudahan, literasi keuangan digital dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan QRIS dalam transaksi non tunai oleh Generasi Z di Solo Raya. RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 4(4), 6561–6570.

Gomber, P., Koch, J. A., & Siering, M. (2021). *Digital finance* and *FinTech*: Current research and future research directions. Journal of Business Economics, 87(5), 537–580.

Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2021). *Basic econometrics* (6th ed.). McGraw-Hill Education.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.

Harini, C., & Rahmayuna, N. (2023). Entrepreneurship marketing development model to improve SMEs economic performance in Semarang. Jurnal Manajemen Dayasaing, 25(1). https://doi.org/10.23917/dayasaing.v25i1.21466

Harini, C., Juliani, R. D., Hasiholan, L. B., & Handayani, S. B. (2024). The influence of entrepreneurial capabilities on marketing performance moderated by digital marketing: Study on MSMEs in Semarang. Public Service and Governance Journal, 5(2), 257–267. https://doi.org/10.56444/psgj.v5i2.1890

Hartati, S., Pratama, A., & Wulandari, D. (2025). Inklusi keuangan dan penggunaan QRIS: Peran *financial technology* sebagai variabel mediasi. Jurnal Economic Edu, 6(1), 15–28.

Hayes, A. F. (2022). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis* (3rd ed.). Guilford Press.

Khairani, R., Hinggo, H. T., & Nofirda, F. A. (2025). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital di Kota Pekanbaru. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi, 2(1), 96–108.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Lestari, & Widodo. (2022). Persepsi keamanan dan kepercayaan terhadap penggunaan e-wallet. Jurnal E-Wallet dan Pembayaran, 17(2), 50–65.

Majdina, N. I., Pratikno, B., & Tripena, A. (2024). Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Bernoulli dan Slovin: Konsep dan aplikasinya. Jurnal Ilmiah Matematika dan Pendidikan Matematika, 16(1), 73–84.

Mursalim, & Riswan. (2025). Persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan QRIS. Jurnal Pembayaran Digital, 20(3), 85–100.

Nasih, A. M. N., Gati, V., & Rahayu, S. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, persepsi risiko dan persepsi hambatan terhadap minat menggunakan QRIS yang dimediasi oleh sikap terhadap QRIS. Jurnal Akuntansi AKUNESA, 12(3), 302–316.

Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021). Pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan dan efektivitas terhadap minat menggunakan *Financial Technology* (*Fintech*): Studi kasus UMKM di Kabupaten Bantul. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia, 4(2), 65–74.

Paramita, P. D., Adhi, D. K., Nurkholik, N., Wulan, H. S., & Afi, I. N. (2025). Pengaruh literasi keuangan, pendapatan, dan toleransi risiko terhadap perilaku keuangan dan dampaknya pada keputusan investasi: Studi kasus Generasi Z Kota Semarang. Jurnal Lentera Akuntansi, 10(2), 377–386. https://doi.org/10.34127/jrakt.v10i2.2016

Paramita, P. D., Andika, A. D., & Wulan, H. S. (2023). The effect of workload and work stress on auditor job satisfaction is moderated by organizational support (Case study at a public accounting firm in Semarang). Jurnal Akuntansi dan Pajak, 24(1). https://doi.org/10.29040/jap.v24i1.9982

Paramita, P. D., Luhgiatno, Adhi, D. K., Nurkholik, & Wahyuningsih, P. (2024). Fraud determinants moderated by individual morality. Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 19(2), 278–289. https://doi.org/10.34152/fe.19.2.278-289

Pratama, R., & Nugroho, A. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan QRIS pada UMKM. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 19(1), 45–56.

Putri, Hidayat, & Lestari. (2024). Determinan penggunaan *financial technology* pada masyarakat perkotaan. Jurnal Ekonomi Perkotaan, 19(2), 60–75.

Putri, N. A., & Handayani, T. (2024). The mediating role of *fintech* adoption on the relationship between perceived *ease of use* and QR code payment decisions. Research Horizon, 4(6), 422–435.

Putri, N. A., & Widyastuti, D. A. (2021). Pengaruh persepsi kemudahan dan keamanan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, 7(2), 123–134.

Rahmawati, & Nugroho. (2022). Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap penggunaan *fintech* payment. Jurnal *Fintech* Payment, 17(3), 90–105.

Ramadhan, D., Asri, H. R., Gisijanto, H. A., Hartanti, N. D., & Setyarini, E. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, gaya hidup dan literasi keuangan digital terhadap keputusan penggunaan QRIS pada generasi muda. Revenue: Lentera Bisnis Manajemen, 1(4), 162–170.

Ramadhani, F., & Lestari, E. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan dan keamanan terhadap keputusan penggunaan QRIS melalui adopsi *fintech*. Jurnal Riset Manajemen, 11(2), 101–115.

Safrina. (2025). Keamanan transaksi digital terhadap keputusan penggunaan QRIS. Jurnal Keamanan Transaksi, 20(4), 110–125.

Sari, M. P., & Handayani, T. (2023). Peran *financial technology* dalam meningkatkan keputusan pembayaran digital. Jurnal Keuangan dan Perbankan, 27(1), 89–101.

Sari, M. P., & Nugroho, A. (2023). Pengaruh perceived *ease of use* terhadap penggunaan QRIS dengan *fintech* sebagai variabel mediasi. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, 7(2), 88–102.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2022). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson Education.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2021). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). Wiley.

Shefrin, H. (2022). *Behavioral finance: Biases, emotions, and decisions*. Oxford University Press.

Siswanti, T. (2022). Analisis pengaruh manfaat ekonomi, keamanan dan risiko terhadap minat penggunaan *Financial Technology* (*Fintech*): Studi kasus pada masyarakat di wilayah Kecamatan Bekasi Timur. Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsurya, 7.

Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi revisi). Alfabeta.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. MIS Quarterly, 27(3), 425–478.

Wulan, H. S., Agustina, F., & Harini, C. (2021). Model pemasaran kewirausahaan melalui digital marketing sebagai pemoderasi untuk meningkatkan kinerja penjualan UMKM Kota Semarang. Jurnal Ilmiah Edunomika, 5(2), 1512–1519. https://doi.org/10.29040/jie.v5i2.3314

Wulandari, & Safitri. (2024). Faktor psikologis terhadap keputusan penggunaan QRIS. Jurnal Psikologi Keuangan, 19(4), 100–115.

Xiao, J. J., & Wu, J. (2021). Financial behavior and decision-making. Journal of Financial Counseling and Planning, 32(1), 15–30.

Yulandari, & Astuti. (2023). Pengaruh *fintech* payment terhadap keputusan transaksi digital. Jurnal Transaksi Digital, 18(2), 60–75.

Yuliana, R., & Saputra, H. (2025). Adopsi *financial technology* sebagai variabel *intervening* pada sistem pembayaran digital. Jurnal Akuntansi dan Bisnis, 25(1), 1–14.