

PERSEPSI KEMUDAHAN, KEBERMANFAATAN, DAN KEPERCAYAAN: DETERMINAN UTAMA ADOPSI QRIS DI KYU COFFEE AND EATERY, KOTA AMBON

Oleh

Edwin Ramadhan Ode¹, Erlinda Tehuayo^{2*}, Walter Tabelessy³, Anggrany Chaniago⁴

^{1,2,3,4}Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pattimura

E-mail: ¹edwinramdhanode@gmail.com, ^{2*}erlindateo6@gmail.com,

³wtabelessy@gmail.com, ⁴anggranianjas81@gmail.com

Article History:

Received: 04-05-2025

Revised: 26-05-2025

Accepted: 07-06-2025

Keywords:

Persepsi Kemudahan,
Persepsi Kebermanfaatan,
Kepercayaan, QRIS, Adopsi
Teknologi

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan teknologi QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) di KYU Coffee and Eatery, Kota Ambon. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini melibatkan 119 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk mengidentifikasi pengaruh antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Ketiga variabel tersebut terbukti menjadi faktor kunci yang mendorong pelanggan untuk memilih QRIS sebagai metode pembayaran. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi pelanggan terhadap kemudahan, manfaat, dan keamanan teknologi QRIS, semakin besar kemungkinan mereka untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi tersebut. Berdasarkan temuan ini, disarankan agar pihak KYU Coffee and Eatery meningkatkan edukasi kepada pelanggan mengenai manfaat dan kemudahan penggunaan QRIS, serta memperkuat aspek keamanan dan keandalan sistem pembayaran untuk mendorong adopsi yang lebih luas. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dan praktis terhadap pengembangan adopsi teknologi pembayaran digital di sektor UMKM.

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah merevolusi dunia bisnis dengan meningkatkan efisiensi operasional, memfasilitasi otomatisasi, dan membuka peluang baru melalui e-commerce (Tubalawony et al. 2025). TIK memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar secara global, mempercepat proses pembayaran, dan meningkatkan layanan pelanggan melalui platform digital (Tabelessy 2024). Digitalisasi

telah melatarbelakangi bahkan mendorong masyarakat untuk beralih dari metode pembayaran konvensional ke arah sistem pembayaran elektronik yang lebih efisien dan praktis (Dinh 2024). Pada era ini, kemajuan teknologi mendorong lahirnya inovasi dalam bidang keuangan yang dikenal dengan financial technology (FinTech), yang semakin menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern (Zeidy 2022; Iman 2020). FinTech memungkinkan terjadinya transaksi tanpa adanya kontak fisik, sehingga akan mengurangi ketergantungan pada pembayaran secara tunai dan interaksi langsung dengan konsumen (Daragmeh, Lentner, and Sági 2021). Dengan kata lain, perkembangan teknologi informasi mendorong pergeseran menuju sistem pembayaran elektronik yang lebih praktis dan melalui FinTech memungkinkan terjadinya transaksi tanpa melakukan interaksi langsung dan mengurangi penggunaan uang tunai.

Salah satu implementasi FinTech yang signifikan dalam sistem pembayaran di Indonesia adalah QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*), yang secara resmi diluncurkan oleh Bank Indonesia pada tahun 2019. QRIS merupakan standar nasional kode QR pembayaran yang dirancang untuk mempermudah, mempercepat, dan mengamankan transaksi digital lintas platform, baik perbankan maupun non-perbankan (World Bank Group 2021; Hamzah Muchtar et al. 2024). Tindakan ini merupakan bagian dari upaya strategis Bank Indonesia melalui Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) yang dimulai sejak 2014, dengan tujuan untuk meningkatkan inklusi keuangan dan mempercepat transisi sistem pembayaran ke era tanpa menggunakan uang tunai.

Sejak peluncurannya, penggunaan QRIS terus meningkat secara nasional. Pada Januari 2020, volume transaksi QRIS tercatat sebesar 5 juta kali dengan nilai transaksi Rp. 365 miliar. Jumlah ini naik drastis menjadi 91,7 juta transaksi dengan nilai Rp. 9,66 triliun pada Agustus 2022 (Hartutik et al. 2024; Wulandari and Adha 2024). Peningkatan yang serupa juga terjadi di wilayah timur Indonesia, termasuk Provinsi Maluku. Jumlah merchant QRIS di Maluku meningkat dari 3.357 menjadi 20.094 per Juli 2021, dengan dominasi penggunaan di Kota Ambon sebesar 77,81% (Gainau, Engko, and Gaspersz 2024). Data ini mencerminkan antusiasme yang tinggi terhadap digitalisasi sistem pembayaran.

Namun demikian, meskipun penggunaan QRIS mengalami pertumbuhan pesat secara nasional dan regional, tingkat penggunaan aktif QRIS pada kenyataannya masih menghadapi tantangan, terutama pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu contohnya adalah KYU Coffee and Eatery di Kota Ambon. Meskipun pengelola *coffeeshop* telah menyediakan fasilitas pembayaran QRIS, hanya sekitar 31,47% transaksi pada tahun 2023 dilakukan menggunakan QRIS, sementara 68,53% masih menggunakan uang tunai. Fenomena ini mengindikasikan adanya ketidaksesuaian antara ketersediaan infrastruktur digital dan perilaku konsumen dalam menggunakan sistem tersebut.

Berbagai studi sebelumnya menunjukkan bahwa adopsi teknologi, termasuk didalamnya sistem pembayaran digital, dipengaruhi oleh beberapa faktor psikologis dan teknis seperti persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, dan kepercayaan (Jain 2024; Ly and Ly 2024). Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*/PEOU) merujuk pada sejauh mana pengguna merasa bahwa teknologi mudah digunakan dan tidak membutuhkan usaha atau keterampilan teknis yang tinggi (Tahar et al. 2020). Persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*/PU) mencerminkan keyakinan bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan efisiensi aktivitas, seperti penghematan waktu dan peningkatan kenyamanan (Camilleri

2024). Sementara itu, kepercayaan (*trust*) sangat penting dalam konteks digital, karena berkaitan dengan keyakinan pengguna terhadap keamanan dan privasi data selama bertransaksi (Jafri et al. 2024).

Meskipun variabel-variabel tersebut telah banyak diteliti dalam konteks adopsi teknologi secara umum, namun penelitian secara khusus yang menganalisis keputusan penggunaan QRIS oleh konsumen UMKM di Provinsi Maluku, khususnya *coffeeshop* di Kota Ambon, masih sangat terbatas. Padahal, konteks geografis dan sosial-budaya dapat mempengaruhi cara konsumen menerima dan mengadopsi teknologi baru. Celah inilah yang menjadi dasar relevansi dari penelitian ini.

Penelitian ini secara khusus bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran QRIS pada KYU Coffee and Eatery di Kota Ambon. Dengan fokus pada konteks UMKM di wilayah Kota Ambon, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan literatur adopsi teknologi finansial serta kontribusi praktis bagi pelaku usaha dan penyedia layanan pembayaran digital dalam merancang strategi peningkatan adopsi QRIS yang lebih efektif dan kontekstual.

LANDASAN TEORI

Hubungan Antara Persepsi Kemudahan Dengan Keputusan Penggunaan

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use/PEOU*) merupakan faktor kunci dalam keputusan adopsi teknologi, yang pertama kali dijelaskan dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh (Davis 1989). Dalam model ini, PEOU merujuk pada sejauh mana pengguna merasa bahwa penggunaan teknologi tertentu tidak memerlukan usaha yang besar atau sulit (Tahar et al. 2020). Dengan kata lain, semakin pengguna merasa lebih mudah menggunakan teknologi tersebut, semakin tinggi tingkat PEOU yang dirasakan. Semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna untuk menerima dan mengadopsinya, dan pada akhirnya meningkatkan keputusan penggunaan teknologi. Keputusan penggunaan sendiri mengacu pada tindakan nyata pengguna untuk mengadopsi atau terus menggunakan teknologi setelah menilai kegunaan dan kemudahan pengaplikasiannya (Xue, Rashid, and Ouyang 2024).

Sejumlah penelitian yang dilakukan secara empiris mendukung hubungan antara PEOU dan keputusan penggunaan. (Alyoussef 2023) menunjukkan bahwa di sektor pendidikan, persepsi kemudahan penggunaan platform e-learning berhubungan langsung dengan keputusan siswa untuk menggunakan sistem tersebut. Begitu pula, (Nuralam et al. 2024) menemukan bahwa dalam konteks e-commerce, persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan individu untuk menggunakan platform tersebut. Studi lebih lanjut oleh (Alqudah et al. 2023) juga menggarisbawahi pentingnya persepsi kemudahan dalam mempengaruhi keputusan penggunaan teknologi, khususnya di bidang perbankan.

Hasil-hasil penelitian diatas menegaskan bahwa PEOU berfungsi sebagai prediktor kuat dalam keputusan penggunaan teknologi di berbagai sektor yang diteliti, karena semakin mudah suatu teknologi dipahami dan digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna untuk memutuskan untuk tetap menggunakannya. Hal ini akan lebih memperkuat PEOU bukan hanya sebagai faktor yang dapat mempengaruhi sikap dan niat pengguna, tetapi lebih jauh mempengaruhi keputusan penggunaan secara langsung. Berdasarkan tinjauan pustaka

di atas, dapat dirumuskan hipotesis pertama dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1: Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan teknologi.

Hubungan Antara Persepsi Kebermanfaatan Dengan Keputusan Penggunaan

Persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*/PU) merupakan salah satu elemen penting dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh (Davis 1989). PU mengacu pada keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi tertentu dapat meningkatkan kinerjanya (Camilleri 2024). Berbagai studi telah menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan memiliki dampak signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan teknologi, karena orang cenderung memilih teknologi yang mereka anggap memberikan manfaat nyata, seperti peningkatan efisiensi atau produktivitas. Misalnya oleh (Putro and Takahashi 2024) menemukan bahwa PU berpengaruh besar terhadap niat dan keputusan individu dalam mengadopsi teknologi.

Penelitian lebih lanjut juga mendukung pentingnya PU dalam pengambilan keputusan penggunaan. (Isma, Hudayah, and Indriastuti 2021) dalam studi mengenai aplikasi Bukalapak, menemukan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh langsung dengan keputusan pengguna untuk melakukan transaksi secara online. Hasil penelitian ini mengamati bahwa semakin tinggi persepsi kebermanfaatan yang dirasakan oleh pengguna terhadap suatu platform, semakin besar kemungkinan untuk terus menggunakannya. Dalam konteks layanan pendidikan tinggi, penelitian oleh (Padmawidjaja 2023) menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan dari sistem informasi manajemen penelitian memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan. Pengguna yang merasa bahwa layanan tersebut memberikan lebih banyak manfaat, cenderung lebih terbuka untuk mengadopsinya. Penelitian serupa oleh (Hidayat 2023) yang meneliti penggunaan pada lembaga perbankan juga menyimpulkan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk terus menggunakan platform tersebut. Dengan demikian, persepsi pengguna terhadap manfaat suatu sistem atau platform memiliki dampak besar pada keputusan untuk terus menggunakannya.

Secara keseluruhan, banyak penelitian yang mengindikasikan bahwa persepsi kebermanfaatan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan teknologi. Semakin tinggi persepsi kebermanfaatan yang dirasakan oleh pengguna, semakin besar kemungkinan untuk mengadopsi dan terus menggunakan teknologi tersebut. Berdasarkan tinjauan pustaka ini, hipotesis kedua dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2: Persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan teknologi.

Hubungan Antara Kepercayaan Dengan Keputusan Penggunaan

Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh (Davis 1989), menekankan dua komponen utama: persepsi kebermanfaatan (PU) dan persepsi kemudahan penggunaan (PEOU). Namun, kepercayaan juga muncul sebagai elemen penting yang dapat memoderasi hubungan antara PU dan PEOU terhadap keputusan penggunaan (Handoyo 2024). Menurut (Yao et al. 2024), kepercayaan terhadap teknologi, termasuk kepercayaan pada keamanan dan privasi, dapat meningkatkan niat pengguna untuk mengadopsi teknologi baru.

Penelitian yang dilakukan oleh (Belanche, Casaló, and Flavián 2012) mengungkapkan bahwa tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan *e-government* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan untuk memanfaatkan layanan tersebut. Temuan dari studi ini menunjukkan bahwa pengguna yang merasa percaya terhadap aspek keamanan dan keandalan layanan *e-government* lebih berpotensi untuk mengadopsi serta melanjutkan penggunaan layanan tersebut. Selain itu, penelitian oleh (Dhagarra, Goswami, and Kumar 2020) menyoroti pentingnya kepercayaan dalam bidang kesehatan. Hasil penelitian menemukan bahwa kepercayaan terhadap platform kesehatan di India berpengaruh positif terhadap konsumen untuk terus menggunakan platform tersebut.

Secara keseluruhan, banyak penelitian yang menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki dampak signifikan terhadap keputusan penggunaan teknologi dalam berbagai konteks. Dengan demikian, penting untuk mempertimbangkan kepercayaan sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan dalam model TAM. Berdasarkan tinjauan pustaka di atas, hipotesis ketiga dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3: Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan teknologi.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu fokus pada pengumpulan data numerik dan analisis statistik untuk menguji hubungan antar variabel (Nanere et al. 2025). Dalam penelitian ini, ada dua jenis variabel, yaitu variabel bebas (persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, dan kepercayaan) dan variabel terikat (keputusan penggunaan teknologi).

Populasi dan Sampel Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Ambon pada KYU Coffee and Eatery, dengan waktu penelitian antara bulan Juli-September 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna layanan QRIS yang ada di KYU Coffee and Eatery. Adapun sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan aplikasi G-Power yang merekomendasikan jumlah sebanyak 119 responden dan dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian ini.

Variabel-variabel Penelitian

Penelitian ini mengkaji beberapa variabel yang mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS. Variabel-variabel yang diteliti dan indikatornya didasarkan pada penelitian terdahulu, antara lain: persepsi kemudahan dan persepsi kebermanfaatan yang disesuaikan dari (Bancoro 2024), kepercayaan yang disesuaikan dari (B.U. et al. 2021), dan keputusan penggunaan teknologi disesuaikan dari (Kurniawan et al. 2024).

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari kuesioner dengan menggunakan Skala Likert 1-5, akan dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk mengidentifikasi hubungan dan pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti, yaitu persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, kepercayaan, dan keputusan penggunaan teknologi. Proses analisis data akan dilakukan dengan bantuan aplikasi Jamovi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Validitas dan Reliabilitas

Indikator	Nilai Korelasi	Ket.	Variabel	McDonald's ω	Ket.
PK1	0,704	Valid	PK	0,875	Reliabel
PK2	0,752				
PK3	0,731				
PK4	0,762				
PK5	0,339				
PKB1	0,878	Valid	PKB	0,917	Reliabel
PKB2	0,815				
PKB3	0,865				
PKB4	0,800				
PKB5	0,757				
PKB6	0,414				
KP1	0,593	Valid	KP	0,742	Reliabel
KP2	0,642				
KP3	0,344				
KPT1	0,742	Valid	KPT	0,861	Reliabel
KPT2	0,725				
KPT3	0,743				

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

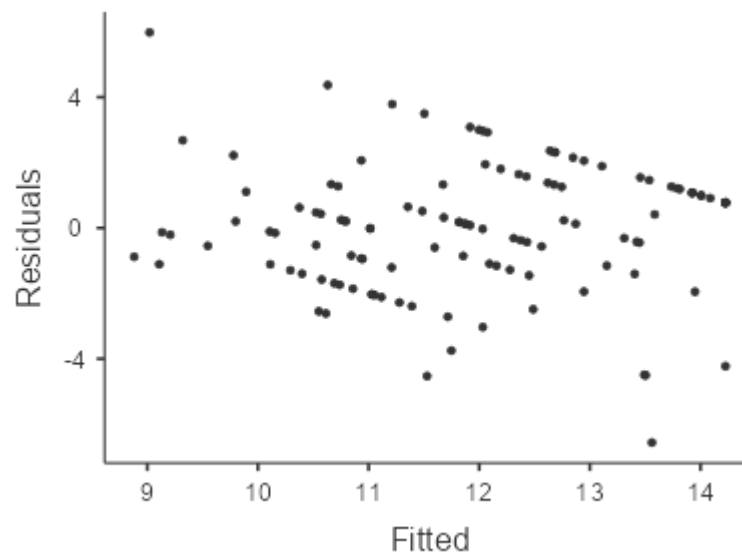
Hasil analisis validitas terhadap setiap indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1. Dengan melibatkan 119 responden dan menggunakan tingkat signifikansi 5%, seluruh indikator yang diuji menunjukkan nilai korelasi yang signifikan, yang mengindikasikan bahwa semua indikator tersebut valid. Selain itu, Tabel 1 juga memaparkan hasil pengukuran reliabilitas yang diperoleh dengan menggunakan aplikasi Jamovi, dengan mengacu pada nilai McDonald's ω . Berdasarkan standar yang dikemukakan oleh (Mokhtaryan-Gilani et al. 2021), instrumen dikategorikan sebagai reliabel jika nilai McDonald's ω melebihi 0,7. Hasil pengujian reliabilitas ini menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memenuhi kriteria tersebut, yang menyimpulkan bahwa instrumen yang digunakan memiliki tingkat reliabilitas yang memadai.

Tabel 2. Normalitas Data

Normality Test (Shapiro-Wilk)	
Statistic	p
0,986	0,250

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan uji Shapiro-Wilk pada tabel yang disajikan, diperoleh nilai statistik sebesar 0,986 dengan nilai probabilitas sebesar 0,250. Pada umumnya, untuk data yang berdistribusi normal, nilai probabilitas yang dihasilkan harus lebih besar dari 0,05 (Ghasemi and Zahediasl 2012). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data yang diuji dalam penelitian ini berdistribusi normal.



Gambar 1. Heterokedastisitas

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Gambar 1 memperlihatkan hasil uji heteroskedastisitas yang dilakukan dengan menggunakan grafik Residuals vs Predicted. Data dianggap bebas dari masalah heteroskedastisitas apabila residual terdistribusi secara acak dan merata di sekitar garis nol (Goss-Sampson 2020). Berdasarkan grafik yang ditampilkan, terlihat bahwa residual tidak menunjukkan pola yang sistematis dan tersebar baik di atas maupun di bawah garis nol. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa varians residual bersifat homogen, yang berarti data ini memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Tabel 3. Multikolinieritas

Collinearity Statistics		
	VIF	Tolerance
PK	1,06	0,942
PKB	1,07	0,935
KP	1,07	0,934

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Tabel 3 menyajikan hasil analisis multikolinearitas, yang mencakup nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Menurut (Goss-Sampson 2020) suatu data dianggap tidak terpengaruh oleh masalah multikolinearitas jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai Tolerance lebih besar dari 0,1. Berdasarkan hasil analisis, nilai VIF dan Tolerance untuk ketiga variabel dalam penelitian ini memenuhi kriteria tersebut. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan adanya gejala multikolinearitas dalam penelitian ini.

Tabel 4. Pengukuran Model Fit

				Overall Model Test			
Model	R	R ²	Adjusted R ²	F	df1	df1	p
1	0,584	0,341	0,324	19,9	3	115	<0,001

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Tabel 4 memperlihatkan hasil pengukuran kecocokan model (model fit). Nilai R sebesar 0,584 menunjukkan adanya hubungan positif yang cukup signifikan antara variabel persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan teknologi. Sementara itu, nilai Adjusted R² sebesar 0,324 mengindikasikan bahwa sekitar 32,4% variasi dalam keputusan penggunaan teknologi dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Tabel tersebut juga menunjukkan hasil analisis Uji Model Keseluruhan (*Overall Model Test*), di mana nilai F-hitung tercatat sebesar 19,9 dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,001$). Temuan ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan memiliki kemampuan prediktif yang signifikan secara keseluruhan, sehingga layak untuk digunakan dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 5. Hipotesis

Predictor	Estimate	SE	t	p
Intercept	0,8061	1,5969	0,505	0,615
PK	0,1378	0,0595	2,317	0,022
PKB	0,0815	0,0402	2,029	0,045
KP	0,5020	0,0854	5,877	<,001

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Tabel 5 menampilkan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel persepsi kemudahan (PK) menghasilkan nilai t-hitung sebesar 2,317 dengan tingkat signifikansi 0,022 ($p < 0,05$), yang memberikan bukti bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan teknologi. Oleh karena itu, hipotesis pertama (H1) dapat diterima.
2. Variabel persepsi kebermanfaatan (PKB) menunjukkan nilai t-hitung 2,029 dengan tingkat signifikansi 0,045 ($p < 0,05$). Hasil ini mendukung bahwa persepsi kebermanfaatan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan teknologi, sehingga hipotesis kedua (H2) diterima.
3. Variabel kepercayaan (KP) memperoleh nilai t-hitung sebesar 5,877 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,001 ($p < 0,05$), yang menunjukkan adanya pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan penggunaan teknologi. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) dapat diterima.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Teknologi

Persepsi kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan teknologi QRIS di KYU Coffee and Eatery, Kota Ambon. Pelanggan cenderung memilih QRIS karena faktor kemudahan dalam proses transaksi, seperti kecepatan, kenyamanan, dan kemudahan akses melalui aplikasi yang *user-friendly*. Infrastruktur yang mendukung dan desain aplikasi yang intuitif turut memperkuat persepsi ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan, semakin besar kemungkinan pelanggan untuk memilih QRIS sebagai metode pembayaran. Oleh karena itu, untuk mendorong adopsi lebih luas, KYU Coffee and Eatery perlu mengedukasi pelanggan dan meningkatkan kualitas layanan, seperti memperbaiki jaringan internet dan menyediakan panduan yang jelas tentang penggunaan QRIS. Secara keseluruhan, persepsi kemudahan terbukti menjadi faktor utama dalam keputusan penggunaan QRIS pada *coffeeshop* ini.

Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Teknologi

Persepsi kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS di KYU Coffee and Eatery, Kota Ambon. Pelanggan yang merasa bahwa QRIS menawarkan manfaat seperti kemudahan transaksi, keamanan pembayaran, dan efisiensi waktu lebih cenderung memilih metode ini dibandingkan dengan pembayaran tunai. Keamanan transaksi digital dan kemudahan pencatatan transaksi juga memperkuat persepsi positif terhadap QRIS. Meskipun adopsi teknologi di Kota Ambon mungkin lebih lambat, pemahaman tentang manfaat QRIS dapat mempercepat penerimaan teknologi ini. Oleh karena itu, penting bagi KYU Coffee and Eatery untuk meningkatkan edukasi kepada pelanggan mengenai manfaat QRIS agar dapat mendorong penggunaan yang lebih luas. Secara keseluruhan, persepsi kebermanfaatan terbukti menjadi faktor utama dalam keputusan penggunaan QRIS di *coffeeshop* ini.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Teknologi

Kepercayaan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS di KYU Coffee and Eatery, Kota Ambon. Pelanggan yang merasa yakin bahwa QRIS aman, dapat diandalkan, dan melindungi data pribadi mereka lebih cenderung memilih teknologi ini sebagai metode pembayaran. Faktor-faktor seperti keamanan data, keandalan sistem, serta dukungan dan edukasi yang diberikan oleh penyedia layanan berperan penting dalam membangun kepercayaan tersebut. Mengingat konteks lokal di Kota Ambon yang mungkin memiliki tingkat adopsi teknologi lebih rendah, penting bagi KYU Coffee and Eatery untuk menekankan aspek keamanan dan memberikan edukasi yang jelas mengenai QRIS. Secara keseluruhan, kepercayaan yang terjaga akan mendorong penggunaan QRIS secara lebih luas dan berkelanjutan di kalangan pelanggan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan teknologi QRIS pada KYU Coffee and Eatery di Kota Ambon. Hasil analisis mengonfirmasi bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan dan kebermanfaatan yang dirasakan oleh pelanggan, serta semakin besar tingkat kepercayaan terhadap sistem QRIS, semakin besar pula kemungkinan pelanggan untuk memilih QRIS sebagai metode pembayaran. Secara keseluruhan, ketiga faktor tersebut memainkan peran kunci dalam mempengaruhi keputusan adopsi teknologi pembayaran digital ini, dan penting untuk meningkatkan pemahaman serta kepercayaan konsumen terhadap QRIS agar penggunaannya dapat diperluas.

Untuk mendorong penggunaan QRIS yang lebih luas di KYU Coffee and Eatery, disarankan untuk meningkatkan edukasi dan sosialisasi kepada pelanggan mengenai kemudahan dan manfaat penggunaan QRIS, serta menekankan aspek keamanan dan keandalan sistem transaksi digital ini. Selain itu, perlu adanya perbaikan infrastruktur pendukung seperti jaringan internet yang stabil dan aplikasi yang user-friendly. Inovasi layanan dengan menyediakan alternatif metode pembayaran lainnya juga penting untuk memberi kenyamanan lebih bagi pelanggan, sambil secara bertahap mengedukasi mereka mengenai QRIS. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan adopsi QRIS dapat meningkat secara signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alqudah, Omar Mohammad Ali, Baker Akram Falah Jarah, Abdul Razzak Alshehadeh, Zeyad Al-Matarneh, Mohammed Zakaria Soda, and Haneen A. Al-Khawaja. 2023. "Data Processing Related to the Impact of Performance Expectation, Effort Expectation, and Perceived Usefulness on the Use of Electronic Banking Services for Customers of Jordanian Banks." *International Journal of Data and Network Science* 7, no. 2: 657–66. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.3.006>.
- [2] Alyoussef, Ibrahim Youssef. 2023. "Acceptance of E-Learning in Higher Education: The Role of Task-Technology Fit with the Information Systems Success Model." *Heliyon* 9, no. 3: e13751. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13751>.
- [3] B.U., Dickson, Oby B.O., Samuel N.N., and Udoka S.O. 2021. "Integrating Trust into Technology Acceptance Model (TAM), the Conceptual Framework for E-Payment Platform Acceptance." *British Journal of Management and Marketing Studies* 4, no. 4: 34–56. <https://doi.org/10.52589/bjmms-tb3xtkpi>.
- [4] Bancoro, Jaysone Christopher. 2024. "Exploring the Influence of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Technology Engagement of Business Administration Instructors." *International Journal of Asian Business and Management* 3, no. 2: 149–67. <https://doi.org/10.55927/ijabm.v3i2.8714>.
- [5] Belanche, Daniel, Luis V. Casaló, and Carlos Flavián. 2012. "Integrating Trust and Personal Values into the Technology Acceptance Model: The Case of e-Government Services Adoption." *Cuadernos de Economía y Dirección de La Empresa* 15, no. 4: 192–204. <https://doi.org/10.1016/j.cede.2012.04.004>.
- [6] Camilleri, Mark Anthony. 2024. "Factors Affecting Performance Expectancy and Intentions to Use ChatGPT: Using SmartPLS to Advance an Information Technology Acceptance Framework." *Technological Forecasting and Social Change* 201, no. February: 123247. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123247>.
- [7] Daragmeh, Ahmad, Csaba Lentner, and Judit Sági. 2021. "FinTech Payments in the Era of COVID-19: Factors Influencing Behavioral Intentions of 'Generation X' in Hungary to Use Mobile Payment." *Journal of Behavioral and Experimental Finance* 32: 100574. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100574>.
- [8] Davis, Fred D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3: 319–39. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- [9] Dhagarra, Devendra, Mohit Goswami, and Gopal Kumar. 2020. "Impact of Trust and Privacy Concerns on Technology Acceptance in Healthcare: An Indian Perspective." *International Journal of Medical Informatics*, no. January.
- [10] Dinh, Doan Van. 2024. "Digital Economy and the Electronic Payment Behavior: An Empirical Analysis." *Transnational Corporations Review* 16, no. 4: 200078. <https://doi.org/10.1016/j.tncr.2024.200078>.
- [11] Gainau, Paskanova Christi, Cecilia Engko, and Yesica Thelma Gaspersz. 2024. "Sistem Pembayaran QRIS Sebagai Upaya Pengembangan UMKM Di Kota Ambon." *Journal of Business & Banking* 13, no. 2: 177–91. <https://doi.org/10.14414/jbb.v13i2.3766>.
- [12] Ghasemi, Asghar, and Saleh Zahediasl. 2012. "Normality Tests for Statistical Analysis: A Guide for Non-Statisticians." *International Journal of Endocrinology and Metabolism* 10,

- no. 2: 486–89. <https://doi.org/10.5812/ijem.3505>.
- [13] Goss-Sampson, Mark A. 2020. *Statistical Analysis In JASP A Guide for Student*. 4th ed. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.9980744>.
- [14] Hamzah Muchtar, Evan, Budi Trianto, Irwan Maulana, Muhammad Nurul Alim, Ruslan Husen Marasabessy, Wahyu Hidayat, Edy Junaedi, and Masrizal. 2024. "Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) E-Payment Adoption: Customers Perspective." *Cogent Business and Management* 11, no. 1. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2316044>.
- [15] Handoyo, Sofik. 2024. "Purchasing in the Digital Age: A Meta-Analytical Perspective on Trust, Risk, Security, and e-WOM in e-Commerce." *Heliyon* 10, no. 8: e29714. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e29714>.
- [16] Hartutik, Hartutik, Dwi Nita Aryani, R. Melda Maesarach, Rosnia Masruki, and Ahmad Fauzan. 2024. "Exploring Intention in Using Quick Response Code Indonesian Standard: Technology Acceptance Model Approach." *Jurnal Organisasi Dan Manajemen* 20, no. 1: 36–50. <https://doi.org/10.33830/jom.v20i1.6805.2024>.
- [17] Hidayat, Farid. 2023. "The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Enjoyment on Customer Intentions to Move From Non-Digital Banks to Digital Banks." *Journal of Business Management and Islamic Banking* 2, no. 1: 51–64. <https://doi.org/10.14421/jbmib.2023.0201-04>.
- [18] Iman, Nofie. 2020. "The Rise and Rise of Financial Technology: The Good, the Bad, and the Verdict." *Cogent Business and Management* 7, no. 1. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1725309>.
- [19] Isma, R A, S Hudayah, and H Indriastuti. 2021. "The Influence Of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And Perceived Risk On Purchase Interestand Use Behavior Through Bukalapak Application In Samarinda." *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)* 5, no. 3: 1247–58.
- [20] Jafri, Johan Ariff, Syajarul Imna Mohd Amin, Aisyah Abdul Rahman, and Shifa Mohd Nor. 2024. "A Systematic Literature Review of the Role of Trust and Security on Fintech Adoption in Banking." *Heliyon* 10, no. 1: e22980. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e22980>.
- [21] Jain, Vishu. 2024. "From Cash to Clicks: A Systematic Review of Digital Payment Adoption Using the ADO Framework." *NMIMS Management Review* 32, no. 4: 277–91. <https://doi.org/10.1177/09711023241312523>.
- [22] Kurniawan, Sabda Aji, Nadya Nurlailya Ningsih, Walter Tabelessy, and Murna Arman. 2024. "What Makes Mobile Banking Widely Used ? The Effect Of Ewom Moderation On Usage Intention On Btn Mobile Banking." In *BICEMBA (Bengkulu International Conference on Economics, Management, Business, and Accounting)*, 1189–1204.
- [23] Ly, Romny, and Bora Ly. 2024. "Digital Payment Systems in an Emerging Economy." *Computers in Human Behavior Reports* 16, no. October: 100517. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2024.100517>.
- [24] Mokhtaryan-Gilani, Tahereh, Giti Ozgoli, Nourossadat Kariman, Hamid Sharif Nia, Mahbobeh Ahmadi Doulabi, and Malihe Nasiri. 2021. "Psychometric Properties of the Persian Translation of Maternal Postpartum Quality of Life Questionnaire (MAPP-QOL)." *Health and Quality of Life Outcomes* 19, no. 1: 1–9.

- <https://doi.org/10.1186/s12955-021-01781-1>.
- [25] Nanere, Marthin, Walter Tabelessy, Ferdy Leuhery, and Jacsy Tubalawony. 2025. "Global Trends in SPSS Training for Students: A Step Towards Improved Research Competence." *Asian Journal of Community Services (AJCS)* 4, no. 1: 73–80.
- [26] Nuralam, Inggang Perwangsa, Nur Yudiono, Muhamad Robith Alil Fahmi, Eliana Sandy Yuliaji, and Taufic Hidayat. 2024. "Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Customer Satisfaction as Driving Factors on Repurchase Intention: The Perspective of the e-Commerce Market in Indonesia." *Cogent Business and Management* 11, no. 1. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2413376>.
- [27] Padmawidjaja, Liesty. 2023. "Enrichment: Journal of Management The Influence of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Behavioral Intention with TAM Approach to Users of Research Management Information Systems." *Enrichment: Journal of Management* 13, no. 3.
- [28] Putro, Adin Kusumo, and Yoshi Takahashi. 2024. "Entrepreneurs' Creativity, Information Technology Adoption, and Continuance Intention: Mediation Effects of Perceived Usefulness and Ease of Use and the Moderation Effect of Entrepreneurial Orientation." *Heliyon* 10, no. 3: e25479. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25479>.
- [29] Tabelessy, Walter. 2024. "Integration Strategy to Improve Competitive Advantage and Marketing Performance of Culinary MSMEs in Ambon City." *International Journal of Applied Economics, Accounting and Management (IJAEAM)* 2, no. 5: 409–22.
- [30] Tahar, Afrizal, Hosam Alden Riyadh, Hafiez Sofyani, and Wahyu Eko Purnomo. 2020. "Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Security and Intention to Use e-Filing: The Role of Technology Readiness." *Journal of Asian Finance, Economics and Business* 7, no. 9: 537–47. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.537>.
- [31] Tubalawony, Jacsy, Siska Jeanete, Saununu, Feky, Reken, and Walter Tabelessy. 2025. "FoMO, Pemasaran Media Sosial, Dan Keputusan Pembelian: Analisis Konsumen F&B Di Kota Ambon." *INNOVATIVE: Journal Of Social Science* 5, no. 3: 2917–28.
- [32] World Bank Group. 2021. "THE USE OF QUICK-RESPONSE CODES IN PAYMENTS of the World Bank Fast Payments Toolkit," no. September: 2. www.worldbank.org.
- [33] Wulandari, Reza Nur, and Mufti Alam Adha. 2024. "Analysis of the Effectiveness of the Use of QRIS to Support Paperless in Indonesian Sharia Banks (Case Study of BSI KCP Gejayan , Yogyakarta)." *J-DBS: Journal of Darunnajah Business School* 1, no. 2: 64–73.
- [34] Xue, Liangyong, Abdullah Mat Rashid, and Sha Ouyang. 2024. "The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) in Higher Education: A Systematic Review." *SAGE Open* 14, no. 1: 1–22. <https://doi.org/10.1177/21582440241229570>.
- [35] Yao, Enjian, Dongbo Guo, Shasha Liu, and Junyi Zhang. 2024. "The Role of Technology Belief, Perceived Risk and Initial Trust in Users' Acceptance of Urban Air Mobility: An Empirical Case in China." *Multimodal Transportation* 3, no. 4: 100169. <https://doi.org/10.1016/j.multra.2024.100169>.
- [36] Zeidy, Ibrahim A. 2022. "The Role of Financial Technology (FINTECH) in Changing Financial Industry and Increasing Efficiency in the Economy." *COMESA Monetary Institute*, 1–20.