

Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Risiko terhadap Intensitas Perilaku Nasabah dalam Menggunakan Qris BCA

The Effect of Usability and Risk Perception on Customer Behavior Intensity in Using Qris BCA

Muhammad Adib¹, Tetra Hidayati²

¹Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

²Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

✉ *Corresponding author:* tetra.hidayati@feb.unmul.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk melihat sejauh mana persepsi kegunaan dan persepsi risiko berpengaruh terhadap intensitas perilaku penggunaan QRIS BCA. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability sampling melalui pendekatan purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, yakni mahasiswa Universitas Mulawarman yang menggunakan QRIS BCA. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Hair et al., sehingga diperoleh 105 responden. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan regresi linear berganda melalui Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas perilaku dalam menggunakan QRIS BCA. Artinya, semakin besar manfaat yang dirasakan konsumen, semakin. Dengan demikian, temuan penelitian ini menegaskan bahwa baik persepsi kegunaan maupun persepsi risiko sama-sama berperan penting dalam mendorong peningkatan intensitas perilaku penggunaan QRIS BCA di kalangan mahasiswa Universitas Mulawarman.

Abstract

This study was conducted to see the extent to which the perception of usability and perception of risk affect the intensity of BCA QRIS usage behavior. The sampling technique was carried out using the non-probability sampling method through the purposive sampling approach, which is the selection of respondents based on certain criteria, namely Mulawarman University students who use QRIS BCA. The number of samples in this study was determined using a formula proposed by Hair et al., so that 105 respondents were obtained. The collected data was then analyzed using multiple linear regression through the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). The results showed that the usability perception variable had a positive and significant effect on the intensity of behavior in using BCA QRIS. This means that the greater the benefits felt by consumers, the better. Thus, the findings of this study confirm that both the perception of usefulness and the perception of risk play an important role in encouraging an increase in the intensity of BCA QRIS usage behavior among Mulawarman University students.

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



Copyright © 2026 Muhammad Adib, Tetra Hidayati.

Article history

Received 2025-12-10

Accepted 2026-01-05

Published 2026-01-31

Kata kunci

Persepsi Kegunaan;
Persepsi Risiko;
Intensitas Perilaku.

Keywords

*Usability Perception;
Risk Perception;
Behavioral Intensity.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah sistem pembayaran di Indonesia secara signifikan. Salah satu inovasi yang kini banyak digunakan masyarakat adalah *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), sistem pembayaran berbasis kode QR yang distandarisasi oleh Bank Indonesia. Melalui QRIS, transaksi dapat dilakukan secara cepat, aman, dan efisien hanya dengan satu kode yang dapat digunakan lintas aplikasi dan penyedia layanan (Nasution, 2020).

Salah satu bank yang berperan aktif dalam penerapan teknologi ini adalah Bank Central Asia (BCA) melalui layanan QRIS BCA. Namun, meskipun penggunaannya semakin luas, tingkat pemanfaatan QRIS belum sepenuhnya optimal. Sebagian nasabah, khususnya dari kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), masih menghadapi kendala baik dalam pemahaman, kepercayaan, maupun persepsi risiko terhadap penggunaan QRIS (Endita, 2023).

Transformasi digital yang diinisiasi oleh Bank Indonesia bertujuan mendorong masyarakat menuju ekosistem pembayaran nontunai. Literasi keuangan digital masyarakat juga terus meningkat seiring dengan masifnya sosialisasi dan kolaborasi antara Bank Indonesia, perbankan, serta berbagai lembaga keuangan (Aringga, 2023). Meskipun demikian, masih banyak pengguna yang memiliki kekhawatiran mengenai keamanan transaksi, kemudahan penggunaan, serta efektivitas teknologi baru ini (Salimah, 2024).

Dalam era industri 4.0, kemajuan teknologi telah memberikan peluang bagi masyarakat untuk melakukan aktivitas ekonomi secara lebih efisien dan global. Akses terhadap internet dan teknologi memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, bertransaksi, serta mengakses informasi secara real-time dengan biaya yang lebih rendah (Augusto, 2023). Hal ini mendorong perubahan perilaku masyarakat menuju sistem pembayaran digital yang lebih praktis dan modern (Pertwi & Irwansyah, 2020).

Namun demikian, penerapan QRIS tidak selalu berjalan tanpa hambatan. Masih terdapat tantangan bagi pedagang pasar dan pelaku UMKM dalam memahami serta mengoptimalkan fungsi QRIS dalam aktivitas bisnis mereka. Beberapa di antaranya belum memahami cara kerja QRIS atau masih meragukan keamanan sistem tersebut, yang pada akhirnya memengaruhi tingkat penggunaan teknologi ini di lapangan (Sartini et al., 2023).

Selain itu, persepsi pengguna terhadap kegunaan dan risiko menjadi faktor penting dalam menentukan intensitas penggunaan QRIS. Persepsi kegunaan berkaitan dengan sejauh mana pengguna merasa bahwa penggunaan QRIS dapat meningkatkan efisiensi transaksi mereka, sedangkan persepsi risiko berkaitan dengan potensi kerugian atau kesalahan yang mungkin terjadi saat menggunakan sistem tersebut (Srikaningsih, 2020). Oleh karena itu, memahami kedua faktor ini penting untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi perilaku nasabah dalam menggunakan QRIS BCA.

Persepsi Kegunaan

Shun Wang *et al.* (2003) mendefinisikan persepsi kegunaan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa memanfaatkan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Kegunaan yang dirasakan, menurut Davis (1989), diukur berdasarkan faktor-faktor termasuk peningkatan produktivitas, kemudahan tenaga kerja, dan persepsi umum tentang penggunaan teknologi yang digunakan. Adapun indikator persepsi kegunaan meliputi kinerja, efisiensi dan manfaat (Davis, 1989).

Persepsi Risiko

Menurut (Fernando *et al.*, 2018) persepsi risiko (*perceived risk*) adalah sebuah harapan yang akhirnya menjadi kerugian yang terjadi ketika seseorang memutuskan untuk mengambil tindakan. Persepsi risiko merupakan tanggapan konsumen dengan keyakinan barang atau jasa yang digunakannya berisiko atau tidak. Tingginya risiko akan menyebabkan kurangnya kepercayaan pengguna terhadap teknologi yang mereka gunakan (Cania, 2018). Adapun indikator persepsi risiko menurut Kotler *et al.* (2016) meliputi keamanan, gangguan, dan penipuan (*fraud*).

Intensitas Perilaku

Intensitas perilaku konsumen adalah ukuran sejauh mana konsumen bersedia membayar atau melakukan pembelian atas suatu produk atau jasa. Teori Atribusi (*Attribution Theory*), merupakan proses pembentukan kesan yang menjelaskan bagaimana individu menafsirkan penyebab suatu perilaku, baik pada dirinya sendiri maupun orang lain. Teori ini memandang individu sebagai psikolog amatir yang berusaha memahami sebab-sebab di balik peristiwa yang dihadapinya. Yang pada dasarnya, perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal (Robbins, 2014 dalam Nurhayati, 2013). Adapun indikator intensitas perilaku menurut Nuraini (2011) meliputi durasi, frekuensi, dan prioritas.

Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Intensitas Perilaku

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) adalah keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja mereka. Menurut Wibowo (2008), persepsi kegunaan mencerminkan sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi memberi manfaat nyata. Davis (1989) mengukur kegunaan melalui lima indikator: bekerja lebih cepat, bermanfaat, meningkatkan produktivitas, efektivitas, dan kinerja. Penelitian terdahulu (Pavlou, 2003; Rendragraha, 2011; Lui & Jamieson, 2003; Al-Maghrabi et al., 2011) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat individu menggunakan layanan digital.

H1: Persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas perilaku dalam menggunakan QRIS BCA.

Pengaruh Risiko terhadap Intensitas Perilaku

Persepsi risiko adalah ekspektasi subjektif konsumen terhadap potensi kerugian dalam mencapai hasil yang diinginkan (Mahardika & Soetomo, 2019). Keputusan merupakan proses yang digunakan sebagai kombinasi pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih untuk memilih salah satunya (Peter & Olson, 2014). Penelitian Natalia & Tesniwati (2021) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan mobile banking.

H2: Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas perilaku dalam menggunakan QRIS BCA.

METODE

Dalam penelitian ini dibedakan berdasarkan jenis dan sumber data. Jenis data yang digunakan data kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini berupa data primer dengan metode pengumpulan menggunakan kuisioner. Adapun populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pengguna QRIS BCA di Universitas Mulawarman. Pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2019). Adapun kriteria sampel adalah pengguna QRIS BCA di Universitas Mulawarman. Untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi, peneliti menggunakan rumus Hair *et al.*, (2019) dengan mengalikan jumlah kuisioner sebanyak $15 \times 7 = 105$. Dari hasil perhitungan menggunakan rumus Hair, dapat diperoleh jumlah sampel sebanyak 105 responden. Adapun alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan *software Statistical Package for the Social Science* (SPSS). Dalam analisis menggunakan SPSS terdapat empat langkah pengujian, yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 1. terlihat bahwa masing-masing butir pertanyaan yang mewakili variabel penelitian persepsi kegunaan (X1) dan risiko (X2), dan intensitas perilaku (Y) memiliki nilai koefisien korelasi (r) yang melebihi kriteria > 0.3 (Ghozali, 2018). Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan adalah valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r	Keterangan
Persepsi Kegunaan (X1)	X1.1	0.789	Valid
	X1.2	0.722	Valid
	X1.3	0.637	Valid
	X1.4	0.728	Valid
	X1.5	0.780	Valid
Risiko (X2)	X2.1	0.700	Valid
	X2.2	0.626	Valid
	X2.3	0.652	Valid
	X2.4	0.674	Valid
	X2.5	0.674	Valid
Intensitas Perilaku (Y)	Y.1	0.778	Valid
	Y.2	0.782	Valid
	Y.3	0.776	Valid
	Y.4	0.690	Valid
	Y.5	0.769	Valid

Uji Reabilitas

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 2. terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel penelitian persepsi kegunaan (X1) sebesar 0.785 pada variabel risiko (X2) sebesar 0.685, dan variabel intensitas perilaku (Y) sebesar 0.813. Ini menunjukkan bahwa semua variabel adalah reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha* memiliki kriteria > 0.6 (Ghozali, 2018).

Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Nilai Ketepatan	Keterangan
Persepsi Kegunaan (X1)	0.785	0,6	Reliabel
Risiko (X2)	0.685	0,6	Reliabel
Intensitas Perilaku (Y)	0.813	0,6	Reliabel

Uji Normalitas

Uji *Kolmogorov Smirnov* (K-S) dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai tersebut $\geq 0,05$ (Ghozali, 2018). Tabel 3. menunjukkan bahwa nilai *p-value asymp. Sig (2-tailed)* yaitu $0.200 \geq 0.05$. maka, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Model	<i>Asymp.Sig. (2-tailed)</i>	Kriteria Keterangan
<i>Unstandardized Residual</i>	0,200	$\geq 0,05$ Berdistribusi normal

Uji Linieritas

Suatu hubungan dikatakan linear apabila nilai signifikansi *Deviation from Linearity* > dari 0,05 atau nilai F hitung < dari F tabel (Ghozali, 2018). Tabel 4. menunjukkan bahwa nilai *signifikansi* variabel persepsi kegunaan (X1) sebesar 0,402 > 0,05 dan Fhitung 1,056 < 1,981 (Ftabel) yang berarti variabel persepsi kegunaan (X1) dan intensitas perilaku (Y) memiliki hubungan yang linear. Nilai signifikansi variabel risiko (X2) sebesar 0,316 > 0,05 dan Fhitung 1,186 < 2,037 (Ftabel) yang berarti variabel risiko (X2) dan intensitas perilaku (Y) memiliki hubungan yang linear.

Tabel 4. Hasil Uji Linearitas

Variabel	df	F		Taraf Signifikan	Keterangan
		Fhitung	Ftabel		
X1.Y	9/94	1,056	1,981	0,402	Linear
X2.Y	8/95	1,186	2,037	0,316	Linear

Uji Multikolinearitas

Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai toleransi. Jika nilai VIF < 10 dan nilai toleransi > 0,10, maka model regresi dianggap baik dan tidak mengalami multikolinearitas (Ghozali, 2018). Pada tabel 5. nilai *tolerance* untuk variabel persepsi kegunaan (X1) dan risiko (X2) adalah 0,908 > 0,10 dan nilai VIF adalah 1,101 < 10. Berdasarkan hal tersebut, disimpulkan bahwa kedua variabel independen dalam penelitian ini memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 artinya model regresi tidak menunjukkan adanya multikolinearitas.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai <i>tolerance</i>	Nilai VIF	Keterangan
Persepsi Kegunaan (X1)	0,908	1,101	Tidak terjadi multikolinearitas
Risiko (X2)	0,908	1,101	Tidak terjadi multikolinearitas

Analisis Regresi Linier Berganda

Rumus untuk regresi linear berganda dinyatakan dalam bentuk formula sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	23824	1.793		13.284	0.000
1 Total X1	0.238	0.070	0,211	3.366	0.001
Total X2	-0.853	0,075	-0,712	-11,447	0,000

Tabel 6. merupakan hasil uji regresi linear berganda, dapat dilihat pada nilai kolom B sehingga persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y=23824+0,238X^1+ -0.853X_2+e$$

Dari hasil uji regresi linear berganda diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 23824 menunjukkan keadaan ketika variabel intensitas perilaku (Y) tidak dipengaruhi oleh variabel independen, yaitu persepsi kegunaan (X1) dan risiko (X2). Artinya, jika kedua variabel bebas tersebut tidak dipertimbangkan dalam model, maka variabel intensitas perilaku (Y) tidak mengalami perubahan.
- Koefisien regresi untuk persepsi kegunaan (X1) sebesar 0,238 menunjukkan adanya hubungan positif antara persepsi kegunaan dan intensitas perilaku. Ini berarti

bahwa setiap peningkatan satu satuan pada persepsi kegunaan akan meningkatkan intensitas perilaku sebesar 0,238, dengan asumsi variabel lain dalam model tetap konstan.

- Diperoleh koefisien regresi untuk risiko (X2) sebesar -0,853 juga menunjukkan pengaruh negatif terhadap intensitas perilaku. Dengan kata lain, setiap peningkatan satu satuan pada risiko akan meningkatkan intensitas perilaku sebesar -0,853, dengan asumsi tidak ada pengaruh dari variabel lain.

Uji Korelasi

Tabel 7. Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment

Variabel	Pearson Correlation	Keterangan
Persepsi kegunaan (X1) terhadap intensitas perilaku (Y)	0,426	Positif dan sedang
Risiko (X2) terhadap intensitas perilaku (Y)	-0,776	Negatif dan kuat

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 7. diketahui bahwa nilai korelasi antara persepsi kegunaan (X1) dan intensitas perilaku (Y) sebesar 0,426. Mengacu pada pedoman interpretasi koefisien korelasi, nilai tersebut berada dalam kisaran "0,40– 0,59", yang menunjukkan adanya hubungan positif dengan tingkat kekuatan sedang.

Nilai korelasi antara risiko (X2) dan intensitas perilaku (Y) sebesar -0,776. Berdasarkan pedoman yang sama, nilai ini masuk dalam kategori hubungan yang kuat, karena berada dalam rentang 0,60–0,799. Hubungan ini bersifat negatif, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi persepsi risiko, maka semakin rendah pula intensitas perilaku, dengan arah hubungan yang berlawanan.

Uji Determinan (R²)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.8, diperoleh nilai R Square sebesar 0,642 atau 64,2%. Ini berarti bahwa variabel persepsi kegunaan (X1) dan risiko (X2) memiliki pengaruh terhadap variabel intensitas perilaku (Y) sebesar 64,2%, sedangkan sisanya, yaitu 35,8%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

Tabel 8. Hasil Uji Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,801	0,642	0.635

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Uji hipotesis diterima jika nilai Fhitung > dari Ftabel, dengan kriteria Ftabel = (k; n – k) dan nilai Signifikansi < 0,05.

Diketahui Ftabel= (k; n – k) atau Ftabel = (2; 105 – 2) = (2; 103). Didapat Ftabel adalah 3,085. Berdasarkan hasil pada tabel 4.17, dapat dilihat nilai Fhitung sebesar 91,359 > 3,085 (Ftabel) dan nilai signifikansinya 0,000 < 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kegunaan (X1) dan risiko (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap intensitas perilaku (Y).

Tabel 9. Hasil Uji F

Model	Fhitung	Ftabel	Signifikan	Taraf Signifikan
1	91,359	3,085	0,000	0,05

Uji t

Jika $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel independen dianggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara individual. Nilai t tabel dapat dihitung dengan rumus $t_{tabel} = (t_{\alpha/2; n - k - 1})$ atau $t_{tabel} = (0,05/2; 105 - 2 - 1) = 0,025; 102$, yang menghasilkan nilai t tabel sebesar 1,983.

Tabel 10. Hasil Uji t

Hipotesis	t_{hitung}	t_{tabel}	Signifikan Hasil
H1: Diduga persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap intensitas perilaku	3,388	1,983	0,001 Diterima
H2: Diduga risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap intensitas perilaku	-11,447	1,983	0,000 Diterima

Adapun hubungan antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

- Berdasarkan hipotesis pertama, diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel persepsi kegunaan adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,388 > 1,983$. Maka, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap intensitas perilaku dalam menggunakan QRIS BCA.
- Berdasarkan hipotesis kedua, diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel risiko adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} -11,447 > 1,983$. Maka, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima, yang berarti variabel risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap intensitas perilaku dalam menggunakan QRIS BCA.

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Intensitas Perilaku Pengguna QRIS BCA

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan QRIS BCA (sig. $0,001 < 0,05$; $t_{hitung} 3,388 > 1,983$). Artinya semakin besar manfaat yang dirasakan konsumen, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk meningkatkan intensitas penggunaan QRIS BCA.

Hal ini menegaskan bahwa persepsi kegunaan menjadi salah satu faktor dalam mendorong perilaku penggunaan layanan pembayaran digital. Konsumen yang merasakan kinerja, efisiensi, dan manfaat dalam bertransaksi dengan QRIS BCA cenderung lebih loyal terhadap layanan tersebut. Temuan ini konsisten dengan penelitian Anam et al. (2020) dan Latifah (2023) yang juga menemukan pengaruh signifikan persepsi kegunaan terhadap perilaku penggunaan *e-commerce*.

Pengaruh Risiko terhadap Intensitas Perilaku Pengguna QRIS BCA

Hasil uji T menunjukkan bahwa variabel risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan QRIS BCA (sig. $0,000 < 0,05$; $t_{hitung} -11,447 > 1,983$). Artinya, semakin tinggi persepsi konsumen terhadap risiko yang

terkait dengan penggunaan QRIS BCA, semakin rendah intensitas perilaku mereka dalam menggunakannya.

Hal ini menegaskan bahwa persepsi risiko merupakan faktor psikologis penting yang memengaruhi perilaku penggunaan layanan digital. Ketika risiko dapat diminimalisasi melalui peningkatan keamanan, transparansi informasi, dan edukasi pengguna, konsumen cenderung menggunakan layanan secara berkelanjutan.

Hasil ini konsisten dengan penelitian Eni Wijaya dan Riauli Susilawati (2021) yang menunjukkan pengaruh negatif persepsi risiko terhadap penggunaan *e-commerce*, namun berbeda dengan temuan Latifah (2023) yang menemukan pengaruh positif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dan pembahasan yang telah disampaikan di bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas perilaku dalam menggunakan QRIS BCA. Artinya, semakin besar manfaat yang dirasakan konsumen, semakin tinggi pula mereka untuk meningkatkan intensitas penggunaan QRIS BCA.
- Variabel risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap intensitas perilaku dalam menggunakan QRIS BCA. Artinya, semakin tinggi persepsi konsumen terhadap risiko yang terkait dengan penggunaan QRIS BCA, semakin rendah intensitas perilaku mereka dalam menggunakannya.
- Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar perusahaan terus berinovasi dalam fitur dan keamanan QRIS BCA serta meningkatkan edukasi pengguna untuk memperkuat persepsi kegunaan dan menurunkan persepsi risiko. Peneliti selanjutnya disarankan menambah variabel dan membandingkan dengan platform lain agar hasil penelitian lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Qorny, U., & Setyobudi, S. (2023). Efektivitas Financial Technology Pada Pengguna Aplikasi Dana Pada Masyarakat. *Jurnal Akuntansi dan Teknologi Keuangan*, 2(1), 121-129.
- Ali, S. I. (2017). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Niat Pembelian Ulang dengan Sikap sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Traveloka di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(2).
- Alrosid, S. (2023). Studi Efektivitas Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019 Tentang Implementasi Standar Nasional Quick Response Code Untuk Pembayaran Pada Pedagang Di Pasar Yosomulyo Pelangi (PAYUNGI) (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Amarullah, A., Amaryllis, C., Kuslita, P., & Sundjaja, A. M. (2021). Consumers' Intention to Use Mobile Payment based on QR Code. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 12(6).
- Anam, H., Nurhayati, N., & Manalu, R. V. B. (2020). Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, keamanan dan kerahasiaan, kesiapan teknologi informasi terhadap intensitas perilaku dalam penggunaan e-filing. *Jurnal GeoEkonomi*, 11(1), 1-15.
- Azkiyah, k. Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kemudahan Prosedur, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Digital Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating.
- Chaerani, C. (2024). Pengaruh Persepsi Religiusitas, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Mahasiswa IAIN Metro Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Kredit Shopee Paylater (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Endita, N. K. C., & Wirsa, I. N. (2023). Peningkatan Pemahaman QRIS Sebagai Pembayaran Digital Bagi Nasabah UMKM Bank BPD Bali Cabang Renon. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 3551-3557.
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen Edisi ke 5. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Husin, J., Cordelia, S., Christophilus, V. D., & Limantara, N. (2023, March). Analysis of Factors Influencing The Use of QRIS Through Mobile Banking in Jakarta and Tangerang. In 2023 6th International Conference on Information Systems and Computer Networks (ISCON) (pp. 1-6). IEEE.
- Iqbal, m., muharram, r. S., & sei, m. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan platform crowdfunding berbasis qr kode (studi kasus pada generasi millennial di solo raya) (doctoral dissertation, iain surakarta).
- Karniawati, N. P. A., Darma, G. S., Mahyuni, L. P., & Sanica, I. G. (2021). Community Perception of Using QR Code Payment in Era New Normal. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(1), 3986-3999.

- Kasilingam, D. L., & Soundararaj, A. (2020, December). Are Chatbots Going to Replace Mobile Shopping Applications? Understanding the Attitude and Intention to Use Chatbots for Shopping Using Smartphones. In *Understanding the Attitude and Intention to Use Chatbots for Shopping Using Smartphones* (December 23, 2020). e-journal-First Pan IIT International Management Conference–2018.
- Latifah. (2023). Intensi pengguna QRIS berdasarkan Technology Acceptance Model pada UMKM Kota Pontianak. *Jurnal Swabumi*, 11(2), 196–202. <https://doi.org/10.31294/swabumi.v11i2.20106>
- Lestari, P. A., Rianto, M. R., & Bukhari, E. (2023). The Effect of Financial Knowledge, Income, Social Influence, Perception of Ease And Perception of Usefulness on The Decisions of Shopee Paylater Users in East Bekasi. *Ijesm Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 1(02), 67-81.
- Novitayanti, R. (2022). Pengaruh Penggunaan Wokee Mobile Banking Untuk Generasi Milenial Pada Pt Bank Kb Bukopin Tbk (Doctoral Dissertation, Universitas Lampung).
- Nurhasanah, l., & widyaningsih, m. (2023). Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater (Studi Pada Masyarakat Surakarta) (doctoral dissertation, uin surakarta).
- Ometa, F., Augusto, P. D., Lie, K. G., Gui, A., Shaharudin, M. S., & Ganesan, Y. (2023, November). Analysis of Factors that Affect Users of Quick Response Indonesia Standard. In *2023 International Conference of Computer Science and Information Technology (ICOSNIKOM)* (pp. 1-6). IEEE.
- Rahmawati, i. D., & nasih, m. (2022). Pengaruh Lifestyle, Computer Self Efficacy, Persepsi Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Sia Berbasis E- Commerce. *Ekuitas (jurnal ekonomi dan keuangan)*, 6(3), 417-435.
- Restit i, D., & Amalia, R. (2021). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengetahuan Tentang Quick Response Code Indonesian Standard (Qris). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(2), 157-173.
- Salimah, I. S. (2024). Analisis Penggunaan QRIS Pada Peningkatan Penjualan Produk UMKM Di Kelurahan Iringmulyo Kecamatan Metro Timur Kota Metro (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Sartini, P., Yudharta, I. P. D., & Purnamaningsih, P. E. (2023). Efektivitas Program SIAP (Sehat, Inovatif, Aman, Pakai) Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) untuk Mendukung Inklusi Keuangan Digital di Pasar Badung, Kota Denpasar. *Business and Investment Review*, 1(3), 195-210.
- Shomad, A. C., & Purnomosidhi, B. (2012). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Shomad, A. C., & Purnomosidhi, B. (2012). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Susanti, f., & wijaya, t. (2022). Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Bsi Mobile Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Mahasiswa Bidikmisi Uin Raden Mas Said Surakarta) (doctoral dissertation, febi/pbs).
- Urnika, a., & khasanah, i. (2023). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Di Lazada Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro journal of management*, 12(2).
- Wijaya, e., & susilawati, r. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko Dan Kepercayaan (Trust) Pada Adopsi Layanan Fintech (studi kasus pada layanan pembayaran digital gopay). *Indonesian accounting literacy journal*, 2(1), 202-209.
- Wijaya, J. P., & Sri, D. (2023). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada UMKM di Kota Palembang. *Jurnal Informasi Akuntansi (JIA)*, 2(1).