Pengaruh *Perceived Benefits and Trust* Terhadap Minat dalam Menggunakan QRIS dengan *Financial Literacy* sebagai Variabel Moderasi pada Gen X dan Generasi Milenial di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Timur

Mahardika Wicaksono Putra
Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang
E-mail: mahardikawp@gmail.com

Article History:
Received: 10 November 2024
Revised: 27 November 2024
Accepted: 29 November 2024

Keywords: *Perceived Benefits, Trust, Financial Literacy, Intention, QRIS.*

Abstract: *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Perceived Benefits dan Trust terhadap minat penggunaan QRIS, dengan Financial Literacy sebagai variabel moderasi. Populasi penelitian ini terdiri dari 128 pengguna QRIS dari Gen X dan Generasi Milenial di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Timur. Teknik pengambilan data dilakukan dengan metode sensus, dan analisis data menggunakan metode Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS versi 4.1.0.2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perceived Benefits memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan QRIS, menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak cukup untuk mendorong minat. Sebaliknya, Trust memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Selain itu, Financial Literacy tidak secara signifikan memoderasi hubungan antara Perceived Benefits dan minat, tetapi memoderasi secara negatif dan signifikan hubungan antara Trust dan minat. Temuan ini juga menunjukkan bahwa Financial Literacy memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS.*

PENDAHULUAN

Sistem pembayaran di Indonesia terus mengalami perkembangan yang signifikan seiring dengan munculnya inovasi-inovasi baru yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna akan transaksi yang lebih cepat, aman, dan efisien. Bank Indonesia, sebagai otoritas moneter di Indonesia, telah meluncurkan Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) sebagai bagian dari upaya untuk menciptakan ekosistem pembayaran yang aman, efisien, dan lancar. Inisiatif ini bertujuan mendukung sistem keuangan nasional dan mendorong terciptanya masyarakat tanpa uang tunai atau *cashless society*.

Salah satu elemen kunci dari GNNT adalah elektronifikasi, yaitu transformasi dari metode pembayaran tunai menjadi non-tunai yang mencakup berbagai bentuk pembayaran digital. Bank Indonesia, bekerja sama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), meluncurkan

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada 17 Agustus 2019. QRIS merupakan standar *QR Code* nasional yang menyatukan berbagai jenis *QR Code* dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) ke dalam satu *QR Code* yang dapat digunakan di seluruh Indonesia. Inovasi ini dirancang untuk mempermudah, mempercepat, dan meningkatkan keamanan dalam proses transaksi.

Pembayaran menggunakan *QR Code* telah menjadi semakin populer di kalangan masyarakat karena kemudahan dan kecepatannya. Dengan hanya memindai *QR Code* menggunakan aplikasi pembayaran pada smartphone, transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan aman. Sistem ini tidak hanya menguntungkan konsumen tetapi juga memberikan manfaat bagi pedagang dengan mengurangi ketergantungan pada uang tunai fisik dan mempercepat proses transaksi (Suryatenggara & Dahlan, 2022).

Implementasi QRIS juga diharapkan dapat mendorong inklusi keuangan di Indonesia. Dengan akses yang mudah dan penggunaan yang praktis, QRIS diharapkan mampu menarik lebih banyak masyarakat untuk beralih ke pembayaran non-tunai dan memanfaatkan layanan keuangan digital. Selain itu, penggunaan QRIS membantu dalam pencatatan transaksi secara digital, yang dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam transaksi keuangan.

Pada akhirnya, inovasi dalam sistem pembayaran ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan kemudahan dalam bertransaksi, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Dengan infrastruktur pembayaran yang semakin canggih dan terintegrasi, diharapkan Indonesia dapat terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan menjadi bagian dari ekosistem ekonomi global yang semakin digital. Bank Indonesia terus mengembangkan kebijakan dan regulasi yang mendukung pertumbuhan ini, sambil memastikan bahwa sistem pembayaran tetap aman, efisien, dan inklusif bagi seluruh lapisan masyarakat. Dalam konteks adopsi teknologi, terdapat tiga unsur utama yang berperan penting, yaitu persepsi manfaat (*perceived benefits*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), dan kepercayaan (*trust*).

Persepsi manfaat mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Seseorang cenderung akan menggunakan teknologi jika merasa bahwa teknologi tersebut memberikan manfaat yang signifikan. Jika seseorang merasa bahwa teknologi tersebut berguna, maka ia akan lebih mungkin untuk menggunakannya. Sebaliknya, jika manfaatnya dianggap kurang, maka teknologi tersebut cenderung diabaikan. Oleh karena itu, kehadiran teknologi yang dapat memberikan manfaat yang jelas dan positif kepada penggunanya akan meningkatkan adopsi dan penggunaan teknologi tersebut.

Kepercayaan adalah keyakinan seseorang terhadap pihak lain dalam hubungan yang didasarkan pada keyakinan bahwa pihak tersebut dapat memenuhi kewajibannya sebagaimana yang diharapkan. Kepercayaan ini dibangun melalui proses yang melibatkan pengumpulan informasi dan pengalaman. Menurut Jogiyanto (2019), kepercayaan individu terhadap teknologi informasi dibentuk oleh tiga faktor utama: faktor institusional, sosial, dan individu. Penting bagi perusahaan untuk membangun dan memelihara kepercayaan ini untuk memastikan adopsi yang sukses dan keberlanjutan penggunaan teknologi oleh konsumen (Jogiyanto, 2019). Literasi Keuangan merupakan konsep pemahaman mengenai produk dan konsep keuangan dengan bantuan informasi dan saran, sebagai kemampuan untuk mengidentifikasi dan memahami risiko keuangan agar dapat membuat keputusan keuangan dengan tepat (Vidovicova, pada penelitian Wicaksono, 2015). Literasi keuangan dapat diartikan sebagai pengetahuan keuangan, dengan tujuan mencapai kesejahteraan (Lusardi & Mitchell, 2014).

Literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami produk dan konsep keuangan, serta kemampuan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat dengan bantuan informasi dan saran yang tersedia. Menurut Vidovicova dalam penelitian Wicaksono (2023), literasi keuangan mencakup pemahaman tentang risiko keuangan dan bagaimana mengelolanya untuk mencapai kesejahteraan finansial. Dengan literasi keuangan yang baik, individu dapat membuat keputusan yang lebih baik dalam mengelola keuangan pribadi mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan stabilitas finansial dan kesejahteraan secara keseluruhan (Wicaksono, 2023).

Dengan adanya teknologi dan inovasi dalam sistem pembayaran, literasi keuangan menjadi semakin penting. Masyarakat perlu dibekali dengan pengetahuan yang cukup tentang cara kerja teknologi ini dan bagaimana memanfaatkannya secara optimal. Literasi keuangan yang baik juga memungkinkan masyarakat untuk memahami risiko yang terkait dengan penggunaan teknologi keuangan dan bagaimana cara mengelolanya dengan bijak. Dengan demikian, literasi keuangan tidak hanya meningkatkan adopsi teknologi tetapi juga mendukung inklusi keuangan yang lebih luas di masyarakat.

Tabel 1. Tabel QRIS Wilayah Kalimantan Timur

Tahun	Jumlah Penduduk Produktif (Usia 15-64)	Jumlah Pengguna QRIS	Jumlah Pengguna Baru QRIS	Volume Transaksi	Total Nominal Transaksi	Jumlah Merchant
2024	2.721.350	766.577	40.700	5.313.688	812.764.502.513	543.081
2023	2.756.840	725.877	333.004	3.050.125	523.058.081.692	478.415

Sumber: Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Timur, 2024

Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Timur, dengan wilayah kerja mencakup Kota Samarinda, Kota Bontang, Kabupaten Kutai Timur, Kabupaten Kutai Barat, Kabupaten Kutai Kartanegara, Kabupaten Mahakam Ulu, dan Kabupaten Berau, telah menunjukkan respons positif terhadap adopsi teknologi pembayaran non-tunai, khususnya Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Dengan populasi sekitar 4 juta jiwa dan lebih dari 2,72 juta orang dalam usia produktif (15-64 tahun), QRIS menjadi salah satu inovasi keuangan digital yang didorong penggunaannya oleh Bank Indonesia.

Penggunaan QRIS di Kalimantan Timur terus mengalami peningkatan yang signifikan. Pada tahun 2023, jumlah pengguna QRIS tercatat sebanyak 725.877 orang, dengan total volume transaksi mencapai 3,05 juta dan nominal transaksi sebesar Rp 523,06 miliar. Hingga pertengahan 2024, jumlah pengguna QRIS meningkat menjadi 766.577 orang, dengan total volume transaksi 5,31 juta. Peningkatan volume transaksi ini sebesar 249% (year-over-year/yoy). Dari sisi nominal transaksi, peningkatan tercatat sebesar 231%, dengan total transaksi mencapai Rp 812,76 miliar. Selain itu, jumlah merchant yang menerima QRIS juga mengalami peningkatan, dari 478.415 pada 2023 menjadi 543.081 pada 2024.

Meskipun ada peningkatan yang signifikan, pencapaian ini masih belum sepenuhnya memenuhi target Bank Indonesia. Hingga Juli 2024, penambahan pengguna baru QRIS mencapai 40.700 orang dari target 65.888 pengguna baru, atau hanya sekitar 61,8% dari target yang telah ditetapkan. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat potensi besar untuk meningkatkan adopsi QRIS di wilayah ini, terutama dalam mencapai target pengguna baru.

Beberapa faktor yang menghambat adopsi QRIS di Kalimantan Timur termasuk preferensi masyarakat yang masih kuat terhadap uang tunai, rendahnya tingkat literasi keuangan, terutama di wilayah terpencil, dan keterbatasan jaringan seluler di beberapa daerah. Faktor-faktor ini

menghambat penetrasi QRIS meskipun berbagai upaya telah dilakukan oleh Bank Indonesia dalam mengedukasi dan mempromosikan penggunaan QRIS di seluruh wilayah Kalimantan Timur.

Berdasarkan gap penelitian sebelumnya, variabel *perceived benefits* dan *trust* menjadi penting untuk memahami minat masyarakat dalam mengadopsi teknologi keuangan digital seperti QRIS. Penelitian yang dilakukan oleh Sati, Ramaditya, & Muhammad (2020) mengungkapkan bahwa *perceived benefits* dan *trust* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-money. Sebaliknya, penelitian oleh Amamilah, Mulyadi, & Sandi (2024) menunjukkan bahwa *perceived benefits* secara signifikan mempengaruhi minat penggunaan QRIS, meskipun tidak berhubungan dengan literasi keuangan. Pengguna mungkin merasa QRIS mudah digunakan, namun hal ini tidak selalu meningkatkan pemahaman mereka tentang konsep keuangan yang mendasar.

Penelitian oleh Ningsih, Sasmita, & Sari (2021) menunjukkan bahwa *perceived benefits* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan QRIS, terutama karena kemudahan dan kecepatan transaksi yang dirasakan pengguna. Pada saat yang sama, penelitian Falah (2021) menegaskan bahwa trust memainkan peran penting dalam mendorong minat menggunakan kembali ShopeePay di Kota Malang selama pandemi Covid-19, menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap keamanan sistem pembayaran digital sangat penting bagi pengguna.

Selain itu, literasi keuangan menjadi faktor penting dalam keputusan masyarakat untuk menggunakan QRIS. Penelitian oleh Marhamah (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan yang lebih baik mendorong penggunaan QRIS di kalangan wirausaha muslim di Kota Surakarta. Pengguna yang memiliki literasi keuangan lebih tinggi cenderung memahami manfaat QRIS secara lebih baik, meningkatkan kepercayaan mereka terhadap sistem, dan mendorong adopsi teknologi tersebut.

Dalam konteks ini, literasi keuangan dijadikan variabel moderasi karena kemampuannya memengaruhi hubungan antara *perceived benefits* dan *trust* dengan minat menggunakan QRIS. Pengguna dengan literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memahami manfaat dan risiko QRIS dengan lebih baik, serta memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap keamanannya, yang pada akhirnya meningkatkan minat mereka dalam mengadopsi teknologi ini.

Pegawai Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Timur, khususnya Gen X dan Generasi Milenial, dipilih sebagai sampel dalam penelitian ini karena mereka dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan terkait inovasi keuangan digital, termasuk QRIS. Kedua kelompok ini berperan penting dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat menggunakan QRIS, serta bagaimana literasi keuangan mereka dapat memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut. Pemilihan kelompok ini memberikan gambaran yang komprehensif tentang penerimaan teknologi di berbagai kelompok usia.

Berdasarkan latar belakang, *research gap*, dan fenomena yang telah diuraikan di atas, penulis melihat perlunya dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai hubungan antara *perceived benefits*, *trust*, dan *financial literacy* terhadap minat menggunakan QRIS. Oleh karena itu, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul: **"Pengaruh *Perceived Benefits and Trust* Terhadap Minat Menggunakan QRIS dengan *Financial Literacy* sebagai Variabel Moderasi pada Gen X dan Generasi Milenial di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Timur."**

TINJAUAN PUSTAKA

Minat

Menurut Hanif & Lallie (2021), minat dalam menggunakan teknologi pembayaran seperti QRIS dipengaruhi oleh faktor keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan pengguna terhadap sistem tersebut. Semakin aman pengguna merasa, semakin tinggi minat mereka untuk menggunakan dan mengadopsi teknologi tersebut secara berkelanjutan .

Perceived Benefits

Perceived benefits atau persepsi kemanfaatan didefinisikan sebagai tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya (Jogiyanto, dalam Triani, 2016). Kehadiran QRIS memberikan manfaat besar bagi penggunanya dalam kegiatan sehari-hari, seperti peningkatan efisiensi waktu dan kemampuan untuk melakukan aktivitas lainnya secara lebih cepat.

H1: *Perceived Benefits* berpengaruh terhadap minat menggunakan QRIS.

Trust

Kepercayaan (*trust*) merupakan elemen penting dalam terjadinya suatu transaksi online. Membangun hubungan bisnis yang baik memerlukan kepercayaan antara pelaku bisnis dan konsumen. Kepercayaan ini diperlukan untuk menjaga hubungan jangka panjang antara produsen dan konsumen, yang pada akhirnya menciptakan loyalitas konsumen. Kepercayaan tidak muncul begitu saja; ia dibangun sejak awal transaksi dan dipertahankan berdasarkan hasil yang diberikan oleh produsen sesuai dengan harapan konsumen. Musfar (2020) mendefinisikan kepercayaan sebagai kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain, dengan keyakinan bahwa pihak tersebut akan melakukan tindakan tertentu sesuai harapan, tanpa bergantung pada kemampuan untuk mengawasi atau mengendalikannya.

H2 : *Trust* berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan QRIS.

Financial Literacy

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk memahami dan menguasai pengetahuan serta keterampilan yang berkaitan dengan keuangan. Literasi ini memungkinkan individu untuk memiliki keyakinan dan pemahaman yang lebih baik terhadap lembaga keuangan serta produk keuangan yang tersedia. Selain itu, literasi keuangan memiliki dampak positif pada perilaku dan aktivitas keuangan individu, yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan finansial secara keseluruhan.

H3: *Financial literacy* dapat memoderasi hubungan antara *Perceived benefits* dengan minat menggunakan QRIS.

Trust (kepercayaan) terhadap lembaga keuangan juga memainkan peran penting dalam meningkatkan literasi keuangan individu. Menurut penelitian Lestari dan Handayani (2017), kepercayaan terhadap bank dan lembaga keuangan memiliki dampak positif signifikan terhadap literasi keuangan. Individu dengan tingkat kepercayaan yang tinggi lebih cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai pengelolaan utang, tabungan, dan investasi.

H4: *Financial literacy* dapat memoderasi hubungan antara *trust* dengan minat menggunakan QRIS.

Berdasarkan penelitian-penelitian ini, disimpulkan bahwa literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan QRIS. Untuk meningkatkan adopsi QRIS, diperlukan peningkatan literasi keuangan serta penguatan persepsi positif mengenai manfaat dan kemudahan penggunaannya. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis kelima yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H5: *Financial literacy* berpengaruh terhadap minat menggunakan QRIS.

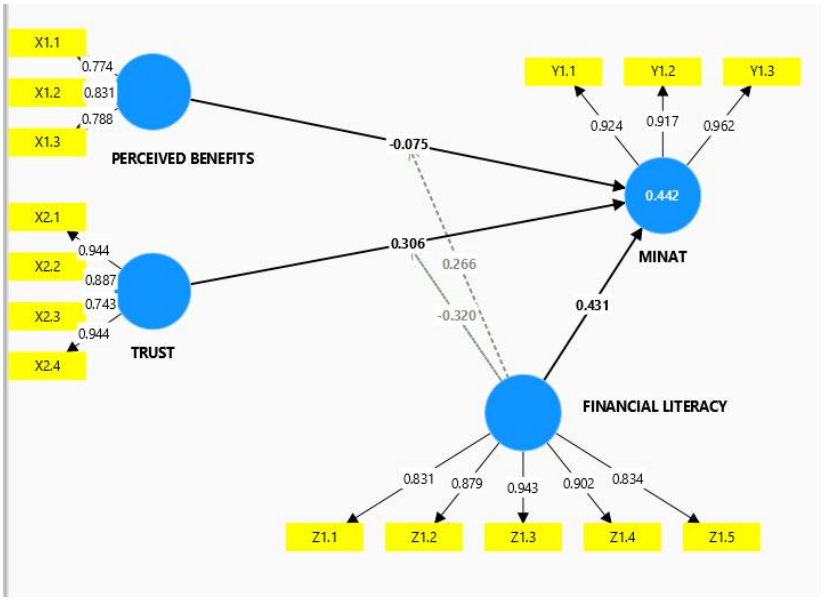
METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah 128 orang Pegawai Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Timur. Populasi menunjukkan keadaan sejumlah objek dalam penelitian secara keseluruhan yang memiliki karakteristik tertentu (Sugiyono, 2018). Sedangkan untuk metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Sensus. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 128 orang pegawai Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Timur. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, data primer adalah data yang diperoleh dari lapangan atau yang diperoleh dari responden untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer diperoleh melalui survei terhadap responden langsung yakni 128 pegawai Gen X dan Milenial di Kantor Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Timur, penelitian variabel dan hasil kuisioner. Metode pengumpulan data dengan cara kuisioner dengan skala yang digunakan adalah skala Likert.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Data hasil penelitian diolah menggunakan *Smart PLS 4.0* dengan gambar sebagai berikut:



Gambar 1. Hasil Penelitian Diolah Menggunakan *Smart PLS 4.0*

Hasil Outer Model

Uji *Convergent Validity*

Uji ini bertujuan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan konstruk atau variabel latennya. Suatu indikator dapat dinyatakan memenuhi 31 convergent validity dan memiliki tingkat validitas yang tinggi ketika nilai outer loadings >0.7 (Abdillah & Hartono, 2015).

Tabel 2. Uji *Convergent Validity*

Indikator	Original Sampel Estimate	Keterangan
Perceived Benefits		
X1.1. Mempermudah Transaksi	0.774	Valid
X1.2. Mempercepat Transaksi	0.831	Valid
X1.3. Meningkatkan Efisiensi	0.788	Valid
Trust		
X2.1. Keandalan	0.944	Valid
X2.2. Kejujuran	0.887	Valid
X2.3. Kepedulian	0.743	Valid
X2.4. Kredibilitas	0.944	Valid
Minat		
Y1.1. Ketertarikan	0.924	Valid
Y1.2. Perasaan Senang	0.917	Valid
Y1.3. Kecenderungan	0.962	Valid
Financial Literacy		
Z1.1. Pengetahuan	0.831	Valid
Z1.2. Ketrampilan	0.879	Valid
Z1.3. Keyakinan	0.943	Valid
Z1.4. Sikap	0.902	Valid
Z1.5. Perilaku	0.834	Valid

Sumber: Data Output PLS, 2024

Berdasarkan hasil uji *convergent validity* seperti dijelaskan pada tabel diatas pada masing – masing instrumen variabel *Perceived Benefits*, *Trust*, Minat dan *Financial Literacy* menunjukkan bahwa semua indikator variabel diketahui valid, karena nilai loading lebih besar dari 0,7 sehingga indikator tersebut memenuhi kelayakan untuk dilakukan penelitian.

Discriminant Validity

Tabel 3. *Discriminant Validity* (Metode Cross Loading)

Indikator	X1 (*Perceived Benefits*)	X2 (*Trust*)	Y1 (Minat)	Z1 (*Financial Literacy*)
X1.1. Mempermudah Transaksi	0.774	0.683	0.435	0.779
X1.2. Mempercepat Transaksi	0.831	0.502	0.470	0.631

X1.3. Meningkatkan Efisiensi	0.788	0.757	0.406	0.400
X2.1. Keandalan	0.704	0.944	0.491	0.517
X2.2. Kejujuran	0.636	0.887	0.462	0.517
X2.3. Kepedulian	0.747	0.743	0.572	0.943
X2.4. Kredibilitas	0.704	0.944	0.491	0.517
Y1.1. Ketertarikan	0.472	0.489	0.924	0.567
Y1.2. Perasaan Senang	0.568	0.581	0.917	0.557
Y1.3. Kecenderungan	0.497	0.553	0.962	0.583
Z1.1. Pengetahuan	0.588	0.590	0.445	0.831
Z1.2. Ketrampilan	0.666	0.587	0.505	0.879
Z1.3. Keyakinan	0.747	0.743	0.572	0.943
Z1.4. Sikap	0.723	0.621	0.578	0.902
Z1.5. Perilaku	0.607	0.652	0.556	0.834

Sumber: Data Output PLS, 2024

Berdasarkan hasil uji *discriminant validity* melalui metode *cross loading* pada tahap ini dapat dikatakan baik karena nilai korelasi antara variabel dengan variabel lainnya dan dari tiap indikator variabel laten memiliki nilai yang lebih besar terhadap nilai tiap indikator variabel latennya.

Composite Reliability

Tabel 4. *Composite Reability*

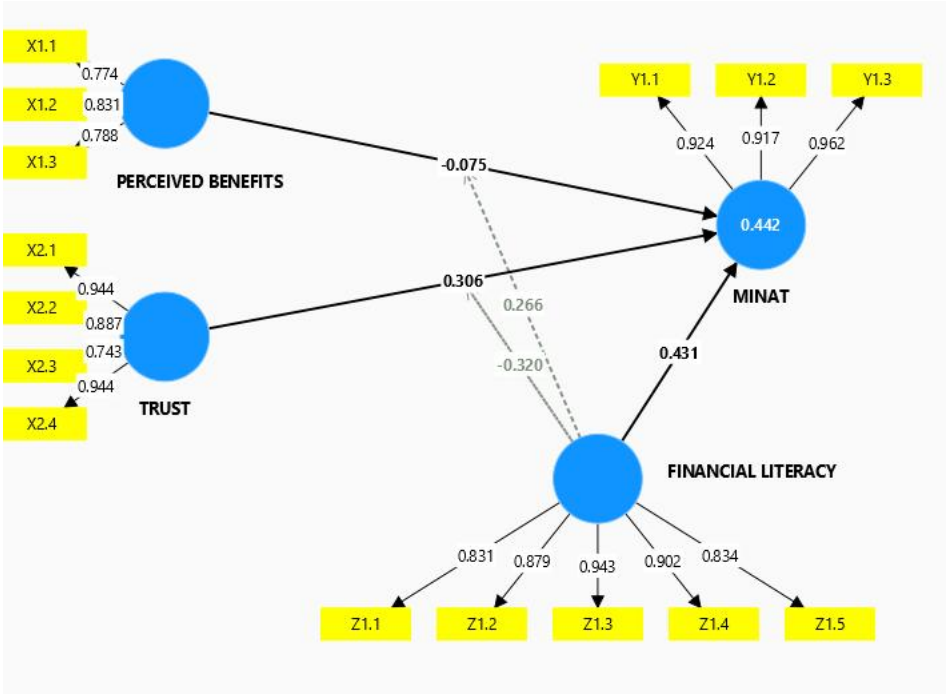
	Cronbach's alpha	**Composite reliability (rho_a)**	**Composite reliability (rho_c)**	**Average variance extracted (AVE)**
Financial Literacy	0.926	0.932	0.944	0.772
Minat	0.927	0.929	0.954	0.873
Perceived Benefits	0.715	0.719	0.840	0.637
Trust	0.903	0.902	0.934	0.780

Sumber: Data Output PLS, 2024

Hasil pengujian nilai *Composite Reliability* menunjukkan bahwa seluruh nilai pada masing – masing variabel penelitian telah melebihi dari nilai standarisasi yaitu sebesar 0.7, sehingga pengujian pada variabel *Perceived Benefits*, *Trust*, Minat, dan *Financial Literacy* dapat dipercaya atau reliabel untuk mengungkapkan data yang sebenarnya dari suatu objek penelitian.

Hasil Inner Model

Pengujian *inner model* merupakan tahap yang dilakukan selanjutnya, pengujian ini dilakukan untuk menjelaskan pengaruh hubungan antara variabel laten yang dibangun sesuai dengan isi penelitian dan untuk menguji hipotesis pada Smart PLS 4.0 perlu dilakukan *Bootstrapping* dengan hasil sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Pengujian Hipotesis

Path Analysis

Tabel 5. Hasil Analisis Jalur

	Original Sample	**Sample Mean**	**Standart Deviation**	**T-Statistik (>1.972)**	**P-Values (<0.05)**	**Hasil**
Pengaruh *Perceived Benefits* Terhadap Minat	-0.075	-0.054	0.163	0.461	0.322	Tidak Signifikan
Pengaruh *Trust* Terhadap Minat	0.306	0.285	0.134	2.274	0.011	Signifikan
Financial Literacy dalam Memoderasi *Perceived Benefits*	0.266	0.253	0.186	1.434	0.076	Tidak Signifikan
Financial Literacy dalam Memoderasi *Trust*	-0.320	-0.312	0.155	2.061	0.020	Signifikan
Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Minat	0.431	0.438	0.151	2.850	0.002	Signifikan

Sumber: Data output PLS, 2024

Hasil analisis jalur variabel penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Nilai *original sample* untuk variabel *perceived benefits* terhadap *minat* menunjukkan nilai negatif sebesar -0,075 dengan tingkat signifikansi (P-Value) sebesar 0,322, yang berarti tidak signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi manfaat dari penggunaan QRIS belum cukup mendorong peningkatan minat di kalangan responden di lingkungan penelitian.
b. Nilai *original sample* untuk variabel *trust* terhadap *minat* menunjukkan nilai positif signifikan sebesar 0,306 dengan T-Statistic sebesar 2,274 dan P-Value sebesar 0,011. Ini berarti bahwa kepercayaan pengguna terhadap QRIS memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat penggunaannya. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap sistem QRIS, maka semakin tinggi minat pengguna untuk menggunakan QRIS.
c. Nilai *original sample* untuk moderasi *financial literacy* terhadap *perceived benefits* dalam meningkatkan *minat* menunjukkan nilai positif sebesar 0,266 namun dengan P-Value sebesar 0,076, yang artinya tidak signifikan. Ini menunjukkan bahwa literasi keuangan belum cukup kuat untuk memoderasi pengaruh *perceived benefits* terhadap minat menggunakan QRIS di lingkungan tersebut.
d. Nilai *original sample* untuk moderasi *financial literacy* terhadap *trust* dalam meningkatkan *minat* menunjukkan nilai negatif sebesar -0,320 dengan T-Statistic sebesar 2,061 dan P-Value sebesar 0,020, yang berarti signifikan. Artinya, literasi keuangan berperan dalam memperlemah pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan QRIS, yang mungkin menunjukkan bahwa dengan literasi keuangan yang lebih tinggi, kepercayaan saja tidak lagi cukup untuk meningkatkan minat tanpa adanya dorongan faktor lain.
e. Nilai *original sample* untuk pengaruh langsung *financial literacy* terhadap *minat* menunjukkan nilai positif signifikan sebesar 0,431 dengan T-Statistic sebesar 2,850 dan P-Value sebesar 0,002. Ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Semakin tinggi literasi keuangan seseorang, semakin besar minatnya dalam menggunakan QRIS.

Pengujian Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis ini akan dijelaskan keterkaitan pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel, dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Berdasarkan hasil pengujian, *perceived benefits* terhadap minat memiliki nilai T-Statistic sebesar 0,461, yang lebih kecil dari nilai T tabel (1,972), sehingga hipotesis nol (Ho) diterima dan hipotesis alternatif (Ha) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa *perceived benefits* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan QRIS. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa *perceived benefit* berpengaruh positif signifikan terhadap minat tidak dapat diterima.
b. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan QRIS, dengan nilai T-Statistic sebesar 2,274 yang lebih besar dari T tabel (1,972). Dengan demikian, Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya, semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap QRIS, semakin besar minat mereka untuk menggunakannya. Hal ini mengindikasikan bahwa *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS, sehingga dugaan yang menyatakan *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS dapat diterima.
c. Pada pengujian moderasi *financial literacy* terhadap hubungan antara *perceived benefits* dan minat, didapatkan nilai T-Statistic sebesar 1,434, yang lebih rendah dari T tabel (1,972). Ho

diterima dan Ha ditolak, sehingga *financial literacy* tidak memiliki peran yang signifikan sebagai moderasi dalam hubungan ini. Dengan demikian, hasil ini menunjukkan bahwa *financial literacy* tidak memberikan pengaruh moderasi yang signifikan dalam hubungan antara *perceived benefits* dan minat, sehingga hipotesis yang menyatakan *financial literacy* memoderasi pengaruh *perceived benefits* terhadap minat menggunakan QRIS tidak dapat diterima.

d. Selanjutnya, pengujian menunjukkan bahwa *financial literacy* berperan sebagai moderasi yang signifikan dalam hubungan antara *trust* dan minat, dengan nilai T-Statistic sebesar 2,061 yang lebih besar dari T tabel (1,972). Ho ditolak dan Ha diterima. Namun, arah pengaruhnya negatif, yang mungkin menunjukkan bahwa pengguna dengan literasi keuangan tinggi memiliki sikap lebih kritis terhadap QRIS sehingga kepercayaan saja tidak cukup untuk meningkatkan minat mereka. Dengan kata lain, *financial literacy* memiliki pengaruh moderasi yang signifikan dalam hubungan antara *trust* dan minat, tetapi dalam arah negatif, sehingga dugaan bahwa *financial literacy* memoderasi pengaruh *trust* terhadap minat menggunakan QRIS dapat diterima.
e. Hasil analisis menunjukkan bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap minat menggunakan QRIS, dengan nilai T-Statistic sebesar 2,850 yang lebih besar dari T tabel (1,972). Ho ditolak dan Ha diterima, yang berarti semakin tinggi literasi keuangan pengguna, semakin besar pula minat mereka untuk menggunakan QRIS. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS, sehingga dugaan yang menyatakan *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS dapat diterima.

R – Square

Tahap pengujian *r - square* memiliki tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen). Terdapat kriteria nilai *r – square* untuk variabel laten dependen (endogen) adalah 0.75, 0.50, dan 0.25 dengan kriteria nilai tersebut dapat dikatakan model kuat, sedang, dan lemah (Hair, Ringle, & Sarstedt, 2011).

Tabel 6. R - Square

	R-square	R-square adjusted
MINAT	0.442	0.419

Sumber: Data output PLS, 2024

Nilai *R-Square* sebesar 0,442 menunjukkan bahwa 44,2% variasi pada variabel *Minat* dapat dijelaskan oleh variabel *Perceived Benefits*, *Trust*, dan *Financial Literacy*. Artinya, model ini memiliki pengaruh yang sedang terhadap minat penggunaan QRIS. Sementara itu, nilai *R-Square Adjusted* sebesar 0,419 menunjukkan bahwa setelah penyesuaian, 41,9% dari variabilitas minat dapat dijelaskan oleh model ini. Sisanya, sekitar 55,8%, dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Uji *effect size* (f^2)

Tabel 7. Hasil Uji *effect size* (f^2)

	Minat
Perceived Benefits	0.002
Trust	0.052
Financial Literacy	0.104

Financial Literacy x Perceived Benefits	0.032
Financial Literacy x Trust	0.053

Berdasarkan kriteria *effect size* (f^2) yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu nilai kurang dari 0,02 mewakili efek yang sangat kecil, 0,15 mewakili efek sedang, dan 0,35 mewakili efek besar, hasil menunjukkan bahwa masing-masing variabel dalam penelitian ini memberikan pengaruh dengan tingkat yang berbeda terhadap minat menggunakan QRIS. Variabel *Perceived Benefits* memiliki *effect size* sebesar 0,002, atau setara dengan pengaruh 0,2%, yang menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan hampir tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan QRIS. *Trust* memiliki *effect size* sebesar 0,052 atau pengaruh sebesar 5,2%, yang termasuk dalam kategori kecil namun lebih berarti dibandingkan manfaat yang dirasakan, sehingga menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen sedikit lebih memengaruhi minat dalam penggunaan QRIS.

Selanjutnya, *Financial Literacy* memiliki *effect size* sebesar 0,104 atau pengaruh sebesar 10,4%, yang termasuk dalam kategori kecil namun menunjukkan pengaruh yang lebih besar dibandingkan manfaat dan kepercayaan. Interaksi *Financial Literacy* dengan *Perceived Benefits* menghasilkan *effect size* sebesar 0,032 atau setara dengan pengaruh 3,2%, dan dengan *Trust* sebesar 0,053 atau pengaruh sebesar 5,3%, keduanya masih dalam kategori kecil. Hasil ini menunjukkan bahwa literasi keuangan sebagai variabel moderasi memberikan kontribusi lebih signifikan dalam memperkuat pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan QRIS dibandingkan manfaat yang dirasakan, meskipun dampaknya tetap tergolong kecil.

Pembahasan

Pengaruh *Perceived Benefits* terhadap Minat dalam Menggunakan QRIS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived benefits* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat dalam menggunakan QRIS, dengan nilai t-statistik sebesar 0.461 yang berada di bawah nilai kritis t-tabel 1.972. Ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat seperti kemudahan, efisiensi, dan keuntungan ekonomis dalam menggunakan QRIS belum cukup kuat untuk meningkatkan minat penggunaan QRIS di kalangan responden. Faktor ini mungkin terkait dengan tingkat literasi keuangan digital yang belum merata di kalangan responden, sehingga manfaat QRIS tidak sepenuhnya dirasakan oleh mereka yang belum familiar dengan teknologi tersebut.

Penelitian ini mendukung temuan Handayani (2023), yang menyatakan bahwa meskipun pengguna mengetahui manfaat dari layanan keuangan digital, mereka tidak selalu merasakan manfaatnya secara langsung, khususnya bagi pengguna yang terbiasa dengan metode pembayaran konvensional atau metode digital lainnya yang mereka nilai lebih nyaman. Selain itu, penelitian Kusuma, Rahmat, & Nugraha (2022) juga menyebutkan bahwa *perceived benefits* sering kali diabaikan oleh pengguna yang belum sepenuhnya memahami keunggulan QRIS dibandingkan metode pembayaran lainnya. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya edukasi dan promosi dari pihak regulator dan penyedia layanan, terutama dalam mengomunikasikan aspek keamanan dan kenyamanan QRIS untuk meningkatkan persepsi manfaatnya di masa mendatang.

Pengaruh *Trust* terhadap Minat dalam Menggunakan QRIS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS, dengan nilai t-statistik sebesar 2.274 yang melampaui nilai

kritis t-tabel. Artinya, semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap QRIS, semakin besar minat mereka untuk menggunakannya. Kepercayaan ini mencakup persepsi bahwa QRIS merupakan layanan yang aman dan diawasi oleh Bank Indonesia, sehingga memberikan rasa nyaman bagi pengguna.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Rahayu & Suryadi (2022), yang menyatakan bahwa *trust* adalah faktor kunci dalam adopsi teknologi keuangan. Mereka menemukan bahwa pengguna cenderung merasa lebih aman bertransaksi jika mereka percaya bahwa data dan dana mereka terlindungi. Penelitian ini juga sejalan dengan temuan Pratama, Hidayat, & Susanto (2022), yang mengungkapkan bahwa kepercayaan pengguna terhadap sistem pembayaran digital akan meningkat jika ada jaminan keamanan informasi dan perlindungan data. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menekankan perlunya Bank Indonesia sebagai regulator untuk terus meningkatkan kepercayaan publik melalui regulasi yang transparan dan perlindungan pengguna yang memadai.

Financial Literacy dalam Memoderasi Pengaruh *Perceived Benefits* terhadap Minat

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial literacy* tidak secara signifikan memoderasi hubungan antara *perceived benefits* dan minat menggunakan QRIS, dengan nilai t-statistik sebesar 1.434 yang berada di bawah ambang batas signifikansi. Ini menunjukkan bahwa literasi keuangan saja tidak cukup untuk memperkuat pengaruh *perceived benefits* terhadap minat penggunaan QRIS.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahardjo & Handayani (2023), yang menemukan bahwa meskipun seseorang memiliki pemahaman tentang manfaat finansial dari teknologi digital, literasi keuangan saja tidak cukup untuk mendorong mereka untuk menggunakan teknologi tersebut. Kompleksitas teknologi digital sering kali memerlukan pemahaman yang lebih mendalam, termasuk keamanan digital dan kenyamanan pengguna. Berdasarkan hasil ini, disarankan agar manfaat QRIS disosialisasikan melalui promosi yang menonjolkan kemudahan dan kenyamanan pengguna, sehingga dapat menarik minat, terutama bagi pengguna dengan tingkat literasi keuangan yang rendah.

Financial Literacy dalam Memoderasi Pengaruh Trust terhadap Minat

Literasi keuangan terbukti memiliki peran sebagai moderator yang signifikan dalam hubungan antara kepercayaan (trust) dan minat untuk menggunakan QRIS, dengan nilai T-Statistic sebesar 2,061 yang lebih besar dari T tabel (1,972), sehingga hipotesis alternatif (Ha) diterima. Namun, menariknya, arah pengaruh moderasi ini justru negatif, yang mungkin mengindikasikan bahwa pengguna dengan literasi keuangan yang tinggi memiliki pandangan yang lebih kritis terhadap penggunaan QRIS. Hal ini berarti bahwa meskipun mereka memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap sistem QRIS, pengetahuan dan pemahaman mereka mengenai risiko keuangan dapat membuat mereka lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan untuk menggunakannya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Widodo & Hartanto (2023), yang menunjukkan bahwa pengguna dengan literasi keuangan yang tinggi lebih peka terhadap fitur keamanan dan kenyamanan dalam transaksi digital. Mereka yang memiliki pemahaman keuangan yang baik akan lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi ini, karena memahami bagaimana sistem bekerja dan risiko yang terkait. Dengan demikian, penelitian ini menekankan pentingnya edukasi literasi keuangan untuk mendorong adopsi teknologi finansial secara lebih luas.

Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Minat dalam Menggunakan QRIS

Penelitian ini juga menemukan bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan QRIS, dengan nilai t-statistik sebesar 2.850. Ini menunjukkan bahwa semakin baik literasi keuangan seseorang, semakin tinggi minat mereka untuk menggunakan QRIS. Pengguna yang memiliki literasi keuangan yang tinggi lebih memahami risiko dan keuntungan dari transaksi digital, sehingga merasa lebih aman dalam menggunakan QRIS.

Temuan ini mendukung penelitian Wibowo & Purnomo (2022), yang menemukan bahwa literasi keuangan membantu pengguna merasa lebih percaya diri dalam menggunakan layanan keuangan digital. Dengan pengetahuan finansial yang memadai, pengguna dapat memahami keamanan dan manfaat QRIS, sehingga mereka lebih termotivasi untuk menggunakannya. Oleh karena itu, edukasi keuangan yang berkelanjutan diperlukan untuk mendorong adopsi QRIS yang lebih luas dan menciptakan lingkungan pengguna yang melek keuangan dan percaya pada sistem pembayaran digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait minat dalam menggunakan QRIS di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Timur, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Benefits* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat dalam menggunakan QRIS. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun QRIS menawarkan berbagai keuntungan, seperti kemudahan dan efisiensi dalam transaksi, persepsi manfaat ini saja belum cukup untuk meningkatkan minat pengguna secara signifikan. Hal ini sejalan dengan beberapa studi yang menunjukkan bahwa adopsi teknologi finansial tidak hanya bergantung pada persepsi manfaat tetapi juga pada aspek kepercayaan dan literasi finansial pengguna dalam menggunakan teknologi tersebut.
2. Temuan menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan QRIS. Artinya, semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan dan integritas sistem QRIS, semakin besar pula minat mereka untuk menggunakan layanan ini. Kepercayaan menjadi faktor krusial dalam keputusan pengguna untuk memanfaatkan teknologi pembayaran digital, terutama di lingkungan yang membutuhkan rasa aman dalam bertransaksi.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memoderasi pengaruh *Perceived Benefits* terhadap minat dengan efek positif, namun pengaruhnya tidak signifikan. Hal ini berarti, meskipun pengguna memiliki pemahaman yang baik tentang keuntungan QRIS, pemahaman ini tidak secara langsung meningkatkan minat tanpa kepercayaan yang cukup terhadap teknologi tersebut. Oleh karena itu, tingkat literasi keuangan yang tinggi perlu diiringi dengan keyakinan terhadap manfaat QRIS untuk mendorong adopsi lebih lanjut.
4. Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat memoderasi hubungan antara kepercayaan dan minat dengan efek negatif dan signifikan. Artinya, pengguna dengan literasi keuangan tinggi lebih kritis terhadap kepercayaan terhadap sistem QRIS, sehingga bila terjadi kendala atau ketidakpastian dalam transaksi, mereka cenderung mengurangi minat dalam menggunakan QRIS. Hasil ini menunjukkan bahwa pengguna dengan literasi keuangan yang lebih baik memiliki harapan yang lebih tinggi terhadap sistem QRIS dan cenderung lebih waspada terhadap potensi risiko.

5. Literasi keuangan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap minat. Artinya, semakin tinggi tingkat pemahaman pengguna terhadap aspek keuangan, semakin besar pula minat mereka dalam menggunakan QRIS. Literasi keuangan membantu pengguna untuk memahami dan memanfaatkan fitur-fitur QRIS dengan lebih optimal, sehingga meningkatkan kepercayaan dan minat mereka dalam menggunakannya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini. Terima kasih kepada rekan-rekan sejawat yang telah memberikan saran, dukungan, dan inspirasi selama proses penelitian. Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada partisipan dan responden yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Tak lupa, kami juga mengucapkan terima kasih kepada lembaga atau institusi yang telah memberikan dukungan dan fasilitas dalam menjalankan penelitian ini. Semua kontribusi dan bantuan yang diberikan sangat berarti bagi kelancaran dan kesuksesan penelitian ini. Terima kasih atas segala kerja keras dan kolaborasi yang telah terjalin.

DAFTAR REFERENSI

Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi.

Amamilah, S., Mulyadi, D., & Sandi, S. P. H. (2024). The Effect Of Perception Of Ease Of Use, Perception Of Effectiveness, And Perception Of Benefits On Interest In Use Of Qris As A Payment Transaction Tool For Students Of Buana Perjuangan University Karawang. *Journal of Economic, Business and Accounting*, *7*(2), 2992–3001.

Falah, M. N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Kembali Shopeepay di Kota Malang Saat Pandemi Covid19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, *9*(2), 1–18.

Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, *19*(2), 139–152. https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202

Handayani, N. L. P. (2023). Peran Perceived Benefits dalam Adopsi Teknologi Keuangan Digital: Studi pada Pengguna QRIS di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Digital*, *12*(3), 215–230.

Hanif, Y., & Lallie, H. S. (2021). Security Factors on the Intention to Use Mobile Banking Applications in the UK Older Generation (55+): A Mixed-Method Study Using Modified UTAUT and MTAM with Perceived Cyber Security, Risk, and Trust. *Technology in Society*, *67*, 101693.

Jogiyanto. (2019). *Persepsi Manfaat*. Penerbit Andi.

Kusuma, D., Rahmat, T., & Nugraha, R. (2022). Perceived Benefits dan Trust dalam Penggunaan QRIS di Kalangan Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, *11*(2), 215–230.

Lestari, D., & Handayani, T. (2017). Dampak Kepercayaan terhadap Literasi Keuangan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, *21*(3), 150–160.

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *American Economic Journal: Journal of Economic Literature*, *52*(1), 5–44.

Marhamah, S. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Kemudahan*

Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Merchant (Studi Pada Wirausaha Muslim di Kota Surakarta). Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.

Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) pada Mahasiswa. *Ikraith-Ekonomika*, *4*(1), 1–9.

Pratama, F., Hidayat, A., & Susanto, D. (2022). Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Sistem Pembayaran Digital. *Jurnal Manajemen Digital*, *7*(3), 115–130.

Rahardjo, B., & Handayani, S. (2023). Peran Literasi Keuangan dalam Adopsi Teknologi Keuangan Digital di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital Dan Inovasi*, *10*(2), 78–92.

Rahayu, D., & Suryadi, T. (2022). Trust sebagai Faktor Kunci dalam Adopsi Teknologi Keuangan Digital di Indonesia. *Jurnal Keuangan Dan Teknologi*, *8*(1), 45–60.

Sati, R. A. S., Ramaditya, B. B. A., & Muhammad. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus pada Konsumen yang Menggunakan Metland Card)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manejemen* (Cetakan 6). Alfabeta.

Suryatenggara, G. M., & Dahlan, K. S. S. (2022). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Price on Customer Loyalty in Gojek Through Customer Satisfaction (Study on Gojek Apps Users in Jabodetabek). *Journal of Business & Applied Management*, *15*(2), 171–185.

Triani, M. A. (2016). *Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Flazz BCA (Studi Kasus pada Mahasiswa/I Ikpia Perbanas Jakarta)*. Institute Keuangan Perbankan dan Informatika Asia.

Wibowo, D., & Purnomo, A. (2022). Peran Literasi Keuangan dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Minat Penggunaan Layanan Keuangan Digital. *Jurnal Ekonomi Digital Dan Manajemen Keuangan*, *9*(2), 87–101.

Wicaksono, B. S. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan dalam Pembayaran Digital terhadap Keputusan Penggunaan QRIS: Studi Kasus Organisasi FoSSEI Regional Jawa Tengah*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Wicaksono, D. (2015). *Teori Pembelajaran Bahasa (Suatu Catatan Singkat)*. Garudawacha.

Widodo, A., & Hartanto, R. (2023). Peran Literasi Keuangan dalam Meningkatkan Kepercayaan Pengguna Terhadap Teknologi Pembayaran Digital. *Jurnal Manajemen Keuangan Dan Teknologi*, *12*(3), 45–57.