

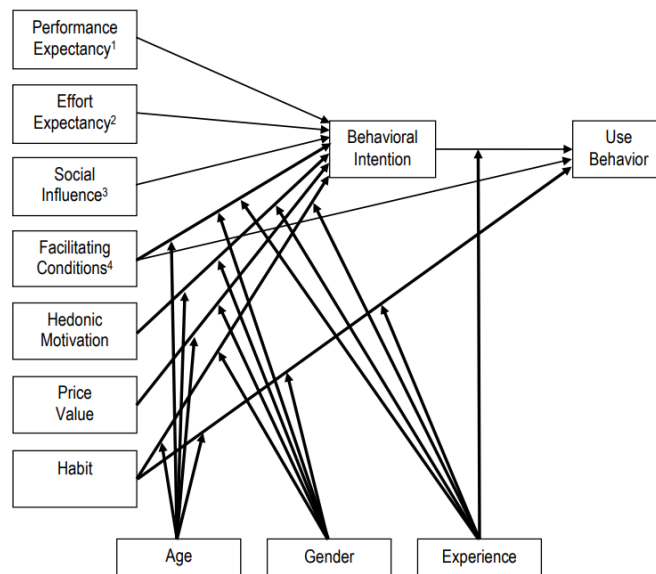
BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) atau biasa disebut dengan Teori Terpadu Penerimaan dan Penggunaan Teknologi adalah kerangka kerja yang dikembangkan untuk memahami niat pengguna dalam menggunakan teknologi serta perilaku penggunaan yang dihasilkan. Teori ini diperkenalkan oleh Venkatesh pada tahun 2003. UTAUT merupakan gabungan dari beberapa fitur-fitur yang berhasil dari delapan teori penerimaan teknologi terkemuka menjadi satu. Setelah mengevaluasi kedelapan model tersebut, Venkatesh (2003) menemukan tujuh variabel yang tampaknya menjadi determinan langsung yang signifikan terhadap *Behavioral Intention* atau *use behavior* dalam satu atau lebih di masing-masing model. Variabel-variabel tersebut adalah *performance*, *expectancy*, *Effort Expectancy*, *sosial influence*, *facilitating conditions*, *attitude toward using technology* dan *self efficacy*. Setelah melalui beberapa pengujian lebih lanjut, ditemukan empat variabel utama yang memainkan peranan penting sebagai determinan langsung. Ke empat variabel tersebut ialah ekspektasi kinerja (*Performance Expectancy*), ekspektasi usaha (*Effort Expectacy*), pengaruh sosial (*Social Influence*) dan kondisi yang memfasilitasi (*Facilitating Conditions*) (Purnomo, 2019). Menurut (Venkatesh et al., 2012) UTAUT mengkaji penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks konsumen. Model UTAUT 2 berupaya untuk memodifikasi beberapa keterkaitan yang sudah ada sebelumnya dalam gagasan baru dan mengidentifikasi tiga konstruk baru, yakni kesukaan pengguna terhadap pengalaman menggunakan teknologi (*Hedonic Motivation*), pertimbangan antara manfaat yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan (*Price Value*) dan kebiasaan yang terbentuk dalam menggunakan teknologi (*Habit*).



Gambar 2. 1 Kerangka Model UTAUT

Adanya penelitian tersebut mendorong peneliti untuk melakukan studi empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan QRIS dengan menggunakan model kerangka UTAUT yang dimodifikasi dengan variabel *Social Influence* sebagai variabel moderasi. Hal ini bertujuan untuk mengetahui minat penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran pada mahasiswa STIE Malangkuçeçwara. Konstruk model UTAUT yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga:

1. *Effort Expectancy* (Kemudahan)

Persepsi merupakan faktor yang mempengaruhi sikap atau perilaku seseorang dimana perubahan-perubahan dalam diri individu dapat tercermin melalui persepsi. Persepsi kemudahan adalah keyakinan seseorang tentang sejauh mana teknologi akan memudahkan penggunaanya tanpa memerlukan usaha yang besar. Tingkat persepsi kemudahan dapat mempengaruhi perilaku pengguna, semakin tinggi persepsi tentang kemudahan penggunaan sistem maka akan semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Penggunaan sistem yang berulang menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih

dikenal oleh penggunanya. Kemudahan penggunaan berkaitan juga dengan keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan menghasilkan sesuai dengan apa yang diharapkan tanpa harus melakukan usaha yang besar.

2. *Price Value* (Nilai Harga)

Price Value menjadi salah satu konstruk penting dalam teori UTAUT yang didefinisikan sebagai pertimbangan antara manfaat yang dirasakan dari aplikasi dan biaya untuk menggunakannya (Venkatesh et al., 2012). Konsep ini menjadi penting dalam konteks konsumen karena, konsumen biasanya harus menanggung biaya terkait penggunaan teknologi. *Price Value* dianggap positif ketika manfaat yang dirasakan dari menggunakan teknologi dianggap lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan, dan *Price Value* tersebut akan memiliki dampak positif pada minat pengguna (Venkatesh et al., 2012).

Berdasarkan teori UTAUT, terdapat hubungan positif antara *Price Value* dengan minat penggunaan teknologi. Ketika pengguna merasa bahwa manfaat yang diperoleh dari menggunakan QRIS lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan, maka akan terbentuk *Price Value* yang positif dan mendorong minat penggunaan teknologi yang lebih tinggi.

3. *Social Influence*

Lingkungan sosial merupakan lingkungan dimana aktivitas sehari-hari dilaksanakan. Lingkungan sosial yang berbeda akan mempengaruhi perilaku dan kedisiplinan seseorang karena perilaku seseorang merupakan cerminan dari lingkungan tempat tinggal. Lingkungan sosial merupakan tempat dimana individu berinteraksi dengan banyak orang, baik secara langsung dan tidak langsung yang dapat memengaruhi mereka.

Penentu keputusan seseorang tidak hanya dari dirinya sendiri, lingkungan serta teman-teman sekitar juga menjadi faktor yang berpengaruh pada suatu keputusan yang akan diambil. Ketika seseorang merasa bingung dan belum cukup pengetahuan, biasanya seseorang tersebut akan mencari informasi dengan bertanya langsung ke teman atau kerabat bahkan dapat mencari informasi

melalui media dan promosi yang ditayangkan, sehingga lingkungan sosial berpengaruh dalam penentuan minat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran.

2.1.2 Keputusan Penggunaan

Konsep penggunaan adalah semakin besar tingkat penerimaan sebuah sistem baru, semakin besar pula keinginan seseorang menggunakan sebuah sistem baru. Definisi lain menyebutkan bahwa keputusan penggunaan adalah kemauan sekelompok orang yang menerapkan teknologi dalam mendukung pekerjaannya. Ketika seseorang menilai sesuatu tersebut bernilai manfaat, maka akan timbul rasa berminat, kemudian akan mendatangkan kepuasan. Keputusan dalam menggunakan QRIS diartikan sebagai tingkat niat atau keinginan seseorang menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran. Keputusan memiliki fungsi sebagai daya penggerak yang mengarahkan seseorang melakukan kegiatan tertentu yang spesifik (Hidayat et al., 2020).

2.1.3 Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

QRIS dibaca kris, merupakan kepanjangan dari *Quick Response Code Indonesia Standard* dibuat oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) menghasilkan kode QR terpadu untuk sistem pembayaran non tunai bagi masyarakat. QRIS bertujuan untuk menyatukan berbagai sistem pembayaran elektronik yang ada di Indonesia ke dalam QR Code standar yang dapat diterima oleh semua pihak, baik pedagang maupun konsumen. Secara singkat QRIS adalah QR Code yang ditetapkan oleh Bank Indonesia untuk memfasilitasi berbagai sistem pembayaran elektronik di Indonesia menjadi mudah diakses oleh masyarakat baik konsumen dan pelaku usaha.

Perkembangan penggunaan internet melalui *smartphone* telah mengubah pembayaran non-tunai menjadi lebih dominan, dengan aplikasi e-wallet yang menyediakan QR Code sebagai metode utama pembayaran untuk berbasis server. Pada Agustus 2019, Bank Indonesia sebagai regulator sistem pembayaran di Indonesia memperkenalkan QRIS sebagai instrumen

pembayaran berbasis saluran pengiriman bersama. Sebelum diberlakukannya QRIS, *merchant* harus menyediakan beberapa aplikasi pembayaran di tokonya. Konsumen yang membayar secara non-tunai, harus memastikan bahwa aplikasi pembayaran yang dimilikinya harus tersedia pada *merchant*.

Dengan diberlakukannya QRIS, *merchant* tidak perlu mempersiapkan banyak aplikasi pembayaran hanya menyediakan satu QR Code di toko dan QR Code dapat di-scan oleh konsumen dengan berbagai aplikasi pembayaran di *smartphone* konsumen (Azzahroo & Estiningrum, 2021). Jika dibandingkan dengan alat pembayaran digital lainnya, penggunaan kode QR memiliki kecepatan pembayaran yang lebih cepat. Proses pembayaran digital menggunakan kode QR dimulai dengan pelanggan memilih produk yang diinginkan, kemudian pengguna memindai menggunakan kode QR yang disediakan oleh Perusahaan. Setelah itu pengguna diminta untuk melakukan verifikasi akun dengan menggunakan kata sandi. Jika berhasil transaksi langsung di transfer dari pengguna ke rekening Perusahaan (Saibil et al., 2022).

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

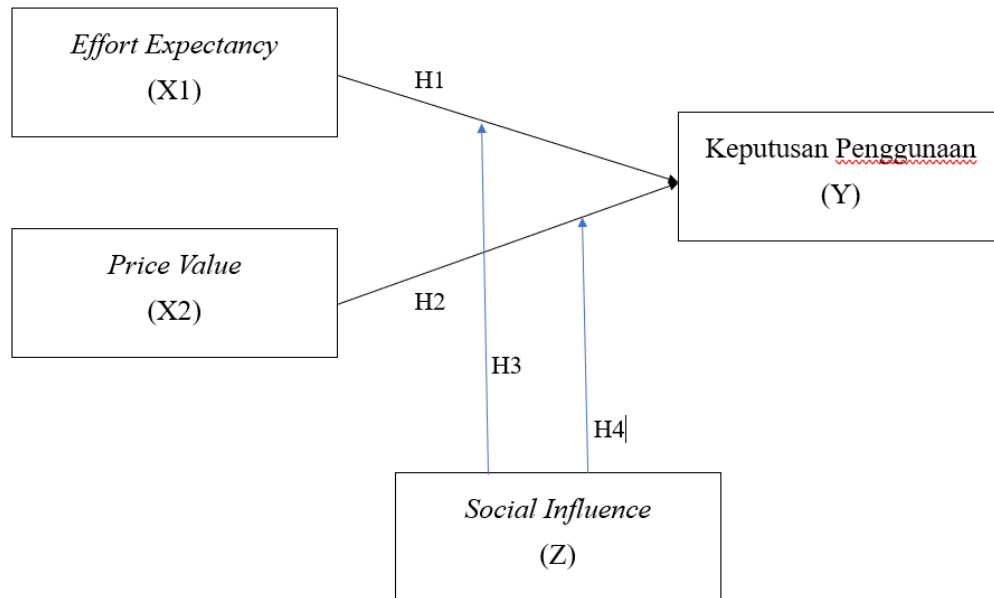
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Variabel	Peneliti, (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<i>Effort Expectancy</i> terhadap Minat Penggunaan	Dhiya' Ulhaq Ahmad Ramsi et al., (2023)	Analisis Faktor Pengaruh Minat Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur Dalam Penggunaan QRIS	<i>Effort Expectancy</i> dari penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS.

		Ramdhani et al., (2024)	The Influence Of Perceived Ease Of Use And Perceived Usefulness On The Decision To Use Of Qris As A Digital Payment In Generation Z In The City Of Bandung	Hasil uji statistik menunjukkan bahwa <i>Effort Expectancy</i> penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS
2.	<i>Price Value</i> terhadap Minat Penggunaan	Ramadhan Amalia, (2023)	Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, Dan Kebiasaan Terhadap Minat Penggunaan Qris	<i>Price Value</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada masyarakat muslim di Kabupaten Karanganyar.
		Sujati, (2021)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standar (Qris)	<i>Price Value</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan, dimana variabel nilai harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan mahasiswa Universitas Ibnu Chaldun menggunakan QRIS.

		Risky et al, (2024)	Adopsi Model UTAUT 2 Penggunaan Teknologi QRIS Kopiria Samarinda	Berdasarkan hasil penelitian <i>Price Value</i> berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS.
3.	<i>Social Influence</i> terhadap Minat Penggunaan	Zanra & Sufnirayanti, (2024)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Lingkungan Sosial dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan QRIS	Berdasarkan pengujian hipotesis ditemukan bahwa <i>Social Influence</i> berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan QRIS, Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan <i>Social Influence</i> berpengaruh terhadap peningkatan Keputusan Penggunaan QRIS.
		(Auliya & Arransyah, 2023)	Penerapan Model UTAUT untuk Mengetahui Minat Perilaku Konsumen dalam Penggunaan QRIS	Variabel <i>Social Influence</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS.
		Risky et al, (2024)	Adopsi Model UTAUT 2: Penggunaan Teknologi QRIS Kopiria Samarinda	Berdasarkan hasil penelitian bahwa <i>Social Influence</i> berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS.

2.3 Model Konseptual Penelitian



Gambar 2. 2 Model Konseptual Penelitian *Keterangan :*

Variabel Independen = *Effort Expectancy* (X1) dan *Price Value* (X2)
Variabel Dependen = Keputusan Penggunaan QRIS (Y)
Variabel Moderasi = *Social Influence* (Z)

2.4 Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran

QRIS merupakan sistem pembayaran berbasis QR code yang telah diluncurkan oleh Bank Indonesia dengan tujuan untuk mempermudah transaksi digital di Indonesia. Kemudahan menjadi daya tarik utama. Faktor minat penggunaan QRIS bervariasi, salah satu faktor minat penggunaan QRIS adalah kemudahan penggunaan. Kemudahan ini mencakup aspek antarmuka aplikasi, proses transaksi, serta kemudahan dalam penggunaan dengan berbagai platform pembayaran.

Dalam penelitian sebelumnya Saibil et al (2022) terdapat penjelasan bahwa kemudahan (*Effort Expectancy*) berpengaruh secara signifikan

terhadap *Behavioral Intention* pengguna QRIS. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dhiya' Ulhaq Ahmad Ramsi et al (2023) menemukan bukti bahwa persepsi kemudahan atau *Effort Expectancy* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Sedangkan menurut penelitian Ramdhani et al (2024) menyatakan bahwa persepsi kemudahan atau *Effort Expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Maka peneliti merumuskan bahwa Hipotesis pertama yaitu:

H1 : *Effort Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran.

2. Pengaruh *Price Value* terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran

Nilai harga (*Price Value*) memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan QRIS, ini mengacu pada persepsi pengguna tentang sejauh mana manfaat yang diperoleh dari penggunaan teknologi sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Jika pengguna merasa manfaat yang diperoleh lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan, pengguna akan cenderung menganggap nilai harga positif. Sebaliknya, jika biaya lebih tinggi daripada manfaat yang dirasakan, nilai harga (*Price Value*) akan dianggap negatif.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan Amalia (2023) dan Sujati (2021) menemukan bukti bahwa variabel *Price Value* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Berdasarkan pada penelitian Risky et al (2024) menyatakan bahwa nilai harga atau *Price Value* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa perbandingan antara jumlah uang yang dikeluarkan responden dalam menggunakan layanan QRIS sebanding dengan keuntungan yang mereka dapatkan. Peneliti merumuskan bahwa hipotesis kedua yaitu:

H2 : *Price Value* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran.

3. *Social Influence* memoderasi Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran

Lingkungan sosial merupakan lingkungan tempat dimana individu berinteraksi dengan orang lain baik secara langsung maupun tidak langsung. Keadaan lingkungan sosial yang berbeda setiap tempat akan memengaruhi perilaku dan kedisiplinan seseorang, karena perilaku dan kedisiplinan seseorang merupakan cerminan dari lingkungan tempat tinggalnya. Semakin banyak individu yang menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran karena kemudahannya, maka individu lainnya akan terpengaruh untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Zanra & Sufnirayanti (2024) menunjukkan bahwa *Social Influence* berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS. Penelitian yang dilakukan oleh Auliya & Arransyah (2023) yang menghasilkan *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Penelitian yang dilakukan oleh Risky et al (2024) juga mendukung bahwa *Social Influence* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti merumuskan bahwa hipotesis ketiga yaitu :

H3 : *Social Influence* memoderasi Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran.

4. *Social Influence* memoderasi Pengaruh *Price Value* terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran.

Lingkungan sosial dapat memainkan peran penting dalam mempengaruhi Nilai Harga terhadap minat penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran. Dalam lingkungan sosial yang mendukung teknologi digital, seperti keluarga atau teman yang sudah terbiasa menggunakan QRIS, individu cenderung lebih mudah terpengaruh untuk menggunakan QRIS meskipun mereka merasa bahwa biaya yang terkait dengan penggunaan QRIS relatif lebih tinggi. Sebaliknya, dalam lingkungan sosial yang tidak terbuka terhadap teknologi baru, meskipun nilai harga tinggi, minat untuk menggunakan QRIS bisa saja lebih rendah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Zanra & Sufnirayanti (2024) menunjukkan bahwa *Social Influence* berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS. Penelitian yang dilakukan oleh Auliya & Arransyah (2023) yang menghasilkan *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Penelitian yang dilakukan oleh Risky et al (2024) juga mendukung bahwa *Social Influence* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti merumuskan bahwa hipotesis keempat yaitu :

H4 : *Social Influence* memoderasi *Price Value* terhadap keputusan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran.