

Investigasi variabel-variabel yang memengaruhi minat penggunaan QRIS oleh mahasiswa: *financial literacy* sebagai variabel moderasi

Vindi Kusuma Wardani^{1*}, Cipto Wardoyo¹, Dwi Wulandari¹

¹Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia

*Email korespondensi: vindikw09@gmail.com

Abstract

This research investigates the factors influencing the use of the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) among students in the Madura Region, focusing on the role of financial literacy as a moderator. The study utilises the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) framework with independent variables, including performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, and financial literacy as moderating variables. A quantitative research method is employed, collecting data through a survey using questionnaires from 400 higher education students in the Madura Region. The results of data analysis show that performance expectancy and facilitating conditions significantly influence student interest in using QRIS and can be moderated by financial literacy. Meanwhile, effort expectancy and social influence do not significantly affect behavioural intention and cannot be moderated by financial literacy. This research contributes to understanding the factors that influence QRIS adoption among students and emphasises the important role of financial literacy in using financial technology.

Keywords: financial literacy; mobile payment; QRIS; UTAUT.

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki arah yang bebas dari penggunaan uang tunai guna mewujudkan *cashless society* atau pembayaran non-tunai. Hal ini, jelas terlihat dari peningkatan transaksi uang elektronik yang terjadi di Indonesia (Audina et al., 2022). Penggunaan uang tunai terus menurun seiring dengan upaya pemerintah untuk mendorong pembayaran digital yang lebih terjangkau dan mudah (The Global Payments Report 2023, n.d.). Bank Indonesia meluncurkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) bertujuan menggalakkan adopsi transaksi non tunai, meliputi penyediaan layanan uang elektronik untuk transaksi publik. Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022 mengungkapkan peningkatan signifikan dalam literasi dan inklusi keuangan masyarakat Indonesia. Indeks literasi keuangan mencapai 49,68 persen, mengalami kenaikan yang signifikan dibandingkan dengan tahun 2019 yang hanya mencapai 38,03 persen. Sementara itu, indeks inklusi keuangan mencapai 85,10 persen, juga mengalami peningkatan dari 76,19 persen pada tahun 2019. Yang menarik, gap antara tingkat literasi dan tingkat inklusi keuangan semakin menurun, dari 38,16 persen pada tahun 2019 menjadi 35,42 persen di tahun 2022 (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Tingkat literasi keuangan dan inklusi keuangan memiliki kesenjangan yang tinggi, yang artinya Masyarakat memiliki teknologi keuangan, namun belum memiliki literasi keuangan yang cukup. Ketidaksetaraan dalam literasi keuangan tiap individu disebabkan oleh beberapa faktor-faktor seperti, pengetahuan, sikap, dan tindakan mereka terkait keuangan (Yusnita & Abdi, 2018).

Salah satu teknologi pembayaran non-tunai di Indonesia adalah QRIS. Jumlah user QRIS tumbuh signifikan dan pada akhir September 2023 sudah mencapai 41,8 juta user atau tumbuh sebesar 66,3% dibandingkan posisi akhir September 2022 dan 45,5% dibandingkan posisi akhir Desember 2022 (Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia, 2023). Target pengguna QRIS yang ditetapkan untuk tahun 2024 adalah sebesar 55 juta pengguna (Bank Indonesia, 2023). Pertumbuhan QRIS yang terus meningkat, membuat layanan QRIS di Indonesia menjadi salah satu inovasi penting dalam memperluas akses dan efisiensi dalam sistem pembayaran. Namun sebaran merchant QRIS masih belum merata,

Vindi Kusuma Wardani, Cipto Wardoyo, Dwi Wulandari. Investigasi variabel-variabel yang memengaruhi minat penggunaan QRIS oleh mahasiswa: *financial literacy* sebagai variabel moderasi.

hampir 70% merchant QRIS berada di 50 Kabupaten/Kota madya dan hanya 30% yang tersebar di 270 Kabupaten/Kota madya lainnya (Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia, 2022). Upaya untuk memperluas penggunaan QRIS terus dilakukan melalui program kolaboratif antara Bank Indonesia dan Penyedia Jasa Pembayaran, program-program ini bertujuan untuk mencapai berbagai lapisan Masyarakat (Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur, 2024). Peningkatan jumlah transaksi setiap tahun juga mencerminkan meningkatnya penerimaan QRIS di tengah masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa QRIS semakin diterima dan digunakan secara luas dalam berbagai transaksi, mencerminkan peran yang semakin penting dalam sistem pembayaran Indonesia. Layanan keuangan digital juga memiliki beberapa kendala atau tantangan yang ditemui di daerah-daerah terpencil atau kurang berkembang. Salah satu penelitian mengungkapkan bahwa masih banyak masyarakat di Indonesia yang menggunakan ponsel biasa dan belum bisa mengakses internet (Saputri et al., 2022). Pulau Madura menjadi salah satu wilayah, di mana banyak penduduk yang belum mengerti atau kurang terampil dalam menggunakan teknologi keuangan. Hal ini didukung oleh penelitian yang menyatakan bahwa masih banyak penduduk di Pulau Madura belum terampil menggunakan teknologi (Kurniawan et al., 2023). Untuk mengatasi masalah ini, kesadaran akan pentingnya penguasaan teknologi keuangan menjadi faktor kunci bagi masyarakat, terutama di wilayah-wilayah yang terpencil dari layanan keuangan.

Fokus utama penelitian ini adalah penggunaan teknologi keuangan melalui QRIS pada mahasiswa generasi Z (1997-2012), hal ini dikarenakan menurut sensus penduduk 2020, Gen Z mendominasi jumlah penduduk Indonesia pada September 2020, mencapai 27,94% dari total penduduk dengan jumlah sekitar 74,93 juta jiwa (Badan Pusat Statistik, 2020). Generasi Z adalah generasi pertama yang tumbuh dalam lingkungan digital (Lanier, 2017). Namun, data penelitian ini mengungkapkan sejumlah 539 responden yang diambil di wilayah Madura, sebanyak 231 diantaranya belum pernah menggunakan QRIS. Fakta ini menunjukkan bahwa teori yang mengatakan bahwa generasi Z tidak bisa terpisahkan dari teknologi tidak selalu berlaku di semua wilayah, hal ini, akan memberikan gambaran lebih lanjut tentang dinamika perilaku konsumtif dan adaptasi terhadap kemajuan teknologi di wilayah tersebut.

Beberapa studi sebelumnya juga mencatat adanya faktor-faktor yang dapat menjelaskan mengapa adopsi QRIS belum mencapai tingkat optimal. Salah satu faktornya adalah kurangnya penyebaran informasi yang luas tentang cara menggunakan QRIS, sehingga masih banyak orang yang belum akrab dengan QRIS dan cara penggunaannya (Arianti et al., 2019). Disamping itu, beberapa masyarakat masih menyampaikan keluhan terkait pembatasan transaksi, biaya penggunaan, kendala jaringan internet saat bertransaksi melalui QRIS, dan ketidakpercayaan dalam menggunakan QRIS yang dipengaruhi oleh kurangnya kepercayaan terhadap keamanan transaksi (Karniawati et al., 2021; Setiawan & Mahyuni, 2020). Dari perspektif masyarakat, khususnya yang tinggal di wilayah pedesaan, mereka merasa lebih nyaman dan praktis untuk bertransaksi menggunakan uang tunai. Hal ini disebabkan tidak hanya oleh kurangnya penguasaan teknologi digital, tetapi juga karena keterbatasan jumlah pedagang yang menerima pembayaran melalui QRIS (Karniawati et al., 2021).

Menurut teori penerimaan terpadu dan model penggunaan teknologi (UTAUT) yang dikembangkan oleh peneliti, perilaku konsumen dalam menggunakan teknologi dapat dipengaruhi oleh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition*. Beberapa penelitian telah menemukan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* memiliki dampak positif terhadap niat untuk menggunakan *mobile payment* (Farzin et al., 2021; Linge et al., 2023). Penelitian lain menemukan *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence* berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile payment* (Saputri et al., 2022). Penelitian lain juga menunjukkan hasil yang berbeda, di mana *performance expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* (Hung et al., 2019). Selain itu, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* tidak memiliki dampak signifikan terhadap penggunaan *mobile payment* (Martinez & McAndrews, 2023a). Namun, pada penelitian ini berfokus untuk menyelidiki secara lebih mendalam tentang bagaimana mahasiswa pendidikan tinggi di Wilayah Madura mengadopsi teknologi pembayaran menggunakan QRIS. Penelitian ini akan melibatkan kerangka kerja UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) dengan variabel

performance expectancy, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition* yang menggunakan moderasi peran dari *financial literacy*. *Financial literacy* dipilih karena perannya yang penting dalam menghubungkan penggunaan internet atau teknologi dengan manajemen keuangan, dan dapat memengaruhi penggunaan produk keuangan digital dan layanan. UTAUT fungsinya untuk menjelaskan perilaku adopsi teknologi oleh pengguna dalam lingkungan organisasi yang dikembangkan oleh (Venkatesh et al., 2012).

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

UTAUT

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) adalah sebuah kerangka konseptual yang bertujuan untuk menggambarkan bagaimana individu menerima dan memanfaatkan teknologi dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti keyakinan, motivasi, dan pengalaman (Venkatesh et al., 2003). Model ini dirancang untuk menjelaskan niat pengguna untuk mengadopsi atau menggunakan teknologi, serta dampaknya pada perkembangan perilaku selanjutnya (Ng et al., 2021; Verma et al., 2019). UTAUT juga mengidentifikasi beberapa faktor moderator, seperti jenis kelamin, usia, kesukarelaan dalam penggunaan, dan pengalaman, yang memoderasi hubungan antara variabel-variabel tersebut (Venkatesh et al., 2003). Empat faktor utama UTAUT antara lain: *performance expectancy* yang memiliki arti seberapa besar keyakinan individu terhadap potensi peningkatan kinerja melalui penerapan teknologi mereka dalam melakukan tugas-tugas tertentu, individu mempertimbangkan apakah teknologi akan memberi manfaat dalam hal produktivitas atau efektivitas; *effort expectancy* menggambarkan seberapa yakin seseorang bahwa teknologi akan mudah digunakan atau memerlukan usaha ekstra, persepsi individu tentang tingkat kesulitan dalam mengadopsi teknologi adalah faktor penting dalam pengambilan keputusan mereka; *social influence* melibatkan pengaruh sosial yang terdiri dari interaksi dengan individu-individu di lingkungan sekitar, seperti teman, keluarga, atau kolega, yang berperan dalam menentukan keputusan individu untuk menerima atau mengadopsi serta menggunakan teknologi; *facilitating condition* berkaitan dengan seberapa besar bantuan dan sumber daya yang tersedia bagi individu dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2003).

Mobile payment

Mobile payment adalah serangkaian layanan perbankan di mana pengguna dapat melakukan pembayaran secara digital melalui perangkat seluler yang terkoneksi ke internet (Ariyanto & Peranginangin, 2023). Penggunaan ponsel sebagai alat pembayaran menjadi signifikan karena aksesibilitas finansial yang lebih terjangkau juga diperlukan di negara-negara berkembang (Doa et al., 2019). Istilah "mobile" dalam konteks ini mengacu pada akses yang tersedia secara luas, dapat dijangkau kapan saja dan di mana saja, berkat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi terbaru (Ramos et al., 2018). *M-Payment* adalah bentuk pembayaran yang menggunakan teknologi seluler untuk menyelenggarakan berbagai fungsi, termasuk transfer bank, dompet digital (*e-wallet*), dan transfer uang secara *real-time* antara dua pengguna (*transfer peer-to-peer*) (Putritama, 2019). *Mobile payment* juga dapat diartikan sebagai segala pembayaran yang dilakukan oleh konsumen melalui aplikasi pada perangkat seluler, daripada menggunakan uang tunai, cek, atau kartu bank (Migliore et al., 2022). *Platform* pembayaran seluler memberikan kesempatan bagi siapa saja untuk melakukan pembayaran, transfer uang, dan mengatur keuangan mereka dengan kebebasan, tanpa terikat pada waktu dan lokasi tertentu.

Financial literacy

Literasi keuangan merujuk pada pemahaman, keterampilan, dan kapasitas individu untuk memahami informasi keuangan dan mengaplikasikannya secara efektif secara tepat dan efektif untuk membuat keputusan yang baik dalam hal penganggaran, menabung, dan pengeluaran (Hall & Liu, 2022). Pemahaman keuangan memiliki peran kunci dalam mengenali strategi dan produk keuangan yang dapat berdaya guna (Widayat et al., 2020). Peningkatan literasi keuangan membantu individu untuk lebih memahami produk keuangan dan konsep-konsep terkait melalui berbagai panduan, informasi, dan

Vindi Kusuma Wardani, Cipto Wardoyo, Dwi Wulandari. Investigasi variabel-variabel yang memengaruhi minat penggunaan QRIS oleh mahasiswa: *financial literacy* sebagai variabel moderasi.

nasihat. Hal ini membantu mereka mengembangkan keterampilan dalam mengenali risiko dan peluang keuangan (Hasan et al., 2021). Pengetahuan finansial adalah pengetahuan individu yang diperoleh melalui pembelajaran, yang memengaruhi kemampuan mereka dalam mengelola pendapatan, pengeluaran, dan menabung dengan efektif, sedangkan sikap terhadap finansial adalah hasil dari kombinasi pemahaman konsep keuangan, informasi, dan emosi yang berkaitan dengan keuangan, yang mengarahkan individu untuk mengambil tindakan positif (Bemby & Qomariyah, 2023).

Pengaruh antar Variabel

Performance expectancy adalah keyakinan bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menyelesaikan tugas (Venkatesh et al., 2003). Ketika pengguna menemukan bahwa jenis transaksi menjadi lebih sederhana dan cepat, mereka cenderung lebih mungkin menggunakan Layanan *M-payment* ini, akibatnya, semakin banyak orang yang merasa yakin bahwa niat adopsi *M-payment* akan meningkatkan efisiensi, semakin besar kemungkinan mereka menggunakan layanan tersebut (Farzin et al., 2021). *Performance expectancy* didefinisikan sebagai bentuk pengaruh terhadap niat perilaku bagi Masyarakat (Chopdar et al., 2018). Beberapa penelitian juga menyimpulkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh secara positif terhadap *behavioral intention* (Alduais & Al-Smadi, 2022; Arias-Oliva et al., 2019; Farzin et al., 2021; Mansyur & Ali, 2022; Tomić et al., 2023). Berdasarkan uraian tersebut, dapat dituliskan hipotesis:

H1: *Performance expectancy* (PE) berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) untuk menggunakan QRIS

Effort expectancy adalah kemudahan penggunaan teknologi yang menyenangkan bagi pengguna, yang tergantung pada seberapa mudahnya teknologi tersebut digunakan (Venkatesh et al., 2003). *Effort expectancy* akan membawa pengguna untuk merasa sejauh mana menggunakan teknologi itu mudah dan tidak menimbulkan kesulitan (Winata & Tjokrosaputro, 2022). Hasil penelitian tentang *mobile payment innovation* mengungkapkan bahwa *effort expectancy* penggunaan teknologi memberikan dorongan positif terhadap niat perilaku untuk menggunakan layanan uang digital melalui ponsel (Senyo & Osabutey, 2020). Beberapa penelitian juga mendukung bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* (Alduais & Al-Smadi, 2022; Farzin et al., 2021; Neelam & Bhattacharya Sonali, 2023; Rivaldi et al., 2022). Sehingga penulis menulis hipotesis:

H2: *Effort expectancy* (EE) berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) untuk menggunakan QRIS

Social influence atau pengaruh sosial dapat didefinisikan sebagai seberapa yakin konsumen bahwa orang-orang yang dianggap penting bagi mereka, seperti keluarga dan teman-teman, memiliki pandangan positif terhadap penggunaan teknologi tertentu (Venkatesh et al., 2012). *Social influence* merupakan pengaruh yang diharapkan dari individu lain yang mendorong pengguna untuk memulai dan terus menggunakan teknologi (Momani, 2020). Contohnya, pandangan atau rekomendasi yang diberikan oleh orang lain, termasuk keluarga, teman, atau ulasan yang ditemukan di platform seperti App Store, atau situs web, terkait penggunaan Fintech (Mansyur & Ali, 2022). Apabila seseorang merasa bahwa pandangan orang di sekitarnya mengenai penggunaan teknologi memiliki relevansi, mereka akan merasa perlu untuk mengadopsi teknologi terkini agar terlihat modern dan profesional (Ng et al., 2021; Qu et al., 2022). Pengguna merasa termotivasi untuk memulai menggunakan suatu layanan atau produk karena melihat bahwa sebagian besar orang di sekitar mereka juga menggunakannya (Tomić et al., 2023). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa *social influence* memengaruhi secara positif *behavioral intention* (Farzin et al., 2021; Lin et al., 2022; Penney et al., 2021; Sharma et al., 2020; Tomić et al., 2023). Uraian diatas dapat ditulis hipotesis sebagai berikut:

H3: *Social influence* (SI) berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) untuk menggunakan QRIS

Facilitating condition mengacu pada persepsi konsumen terhadap ketersediaan sumber daya dan dukungan yang mendukung pelaksanaan suatu perilaku (Venkatesh et al., 2012). Faktor-faktor yang memfasilitasi mencerminkan dampak dari sumber daya yang diperlukan, seperti akses internet atau kapasitas penyimpanan pada perangkat pintar, yang juga memainkan peran kunci dalam meningkatkan keinginan pengguna untuk menggunakan teknologi (A. Gupta et al., 2018). Terlebih lagi, pengguna lebih bersedia menerima pembayaran non-tunai ketika mereka memiliki akses informasi secara langsung, mampu mengakses semua layanan perbankan dan keuangan, serta sistem dan proses yang terhubung dengan baik untuk memastikan semua fitur utama yang mempermudah digunakan (K. P. Gupta et al., 2019). Didukung oleh hasil penelitian yang mengemukakan bahwa *facilitating condition* mampu memberikan pengaruh positif bagi *behavioral intention* untuk menggunakan *mobile payment* (Arias-Oliva et al., 2019; Farzin et al., 2021; Mansyur & Ali, 2022). Selain itu, *facilitating condition* secara positif berpengaruh terhadap *usage behavior* didukung oleh (Nguyen et al., 2020). Uraian diatas dapat ditulis hipotesis:

H4: *Facilitating condition* (FC) berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) untuk menggunakan QRIS

Behavioral intention muncul ketika individu secara sadar mempertimbangkan keputusan tentang penggunaan teknologi, waktu yang dibutuhkan bisa bervariasi antara individu karena mereka juga fokus pada dampak yang akan terjadi (Chresentia & Suharto, 2020). Para pihak yang terlibat harus memahami apakah konsumen hanya berencana menggunakan solusi pembayaran seluler atau apakah rencana tersebut akan menghasilkan tindakan nyata (Martinez & McAndrews, 2023a). *Behavioral intention* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku penggunaannya (Nguyen et al., 2020). Perilaku penggunaan mencerminkan sejauh mana pengguna siap untuk menjalankan tugas tertentu (Sharma et al., 2020). Itu sebabnya investor dan *business owner* perlu memahami apakah konsumen, memiliki niat untuk menggunakan *mobile payment* sebagai solusi dan apakah niat tersebut akan berdampak pada perilaku nyata (Martinez & McAndrews, 2023b). Penelitian lain menemukan bahwa hubungan antara niat berperilaku dan perilaku penggunaan adalah yang paling kuat dalam model ini (Sivathanu, 2019). Beberapa penelitian juga mengungkapkan bahwa *behavioral intention* mampu memberikan pengaruh secara positif terhadap *usage behavior* (Penney et al., 2021; Rivaldi et al., 2022; Senyo & Osabutey, 2020; Tomić et al., 2023). Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis adalah:

H5: *Behavioral intention* (BI) berpengaruh positif signifikan terhadap *usage behavior* (UB) QRIS

Literasi Keuangan adalah kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang memungkinkan seseorang membuat keputusan keuangan yang bijak dan akhirnya mencapai kesejahteraan finansial pribadi (Sugiharti & Maula, 2019). Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah akan cenderung rentan dalam membuat keputusan keuangan yang tidak tepat dan cenderung memiliki hutang (Noor Rahma & Candra Sari, n.d.). Ditemukan bahwa tingkat pengetahuan keuangan memengaruhi banyak keputusan dalam bidang finansial (Saputro & Diyan, 2019). *Financial literacy* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap intention to use (Lajuni et al., 2020). Literasi keuangan mampu memoderasi hubungan antara *performance expectancy*, security, *social influence*, dan *behavioral intention* (Alomari & Abdullah, 2023). Selain itu, kualitas layanan juga menjadi faktor yang sangat penting dalam memengaruhi *behavioral intention* (Chen & Lan, 2018). Meningkatkan mutu pelayanan dapat menjadi faktor kunci dalam meningkatkan perkembangan platform pembayaran (Tang et al., 2021). Orang yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung memilih untuk menggunakan layanan keuangan digital (Mouna & Jarboui, 2021). Literasi keuangan memengaruhi keputusan individu mengenai preferensi terhadap produk keuangan dan layanan yang akan digunakan (Widayat & Ni matuzahroh, 2017). Jika Masyarakat memiliki tingkat literasi keuangan yang memadai, maka mereka tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan sistem pembayaran non-tunai, sehingga lebih mudah untuk beralih ke pembayaran tanpa uang tunai (Bemby & Qomariyah, 2023). Pemahaman keuangan merupakan kekuatan utama yang dapat memengaruhi

Vindi Kusuma Wardani, Cipto Wardoyo, Dwi Wulandari. Investigasi variabel-variabel yang memengaruhi minat penggunaan QRIS oleh mahasiswa: *financial literacy* sebagai variabel moderasi.

kemampuan seseorang dalam menggunakan produk atau layanan keuangan (Hall & Liu, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini fokus pada literasi keuangan sebagai variabel moderasi dengan hipotesis sebagai berikut:

- H6a: *Financial literacy* (FL) memoderasi hubungan antara *performance expectancy* (PE) dan *behavioral intention* (BI) untuk menggunakan QRIS
- H6b: *Financial literacy* (FL) memoderasi hubungan antara *effort expectancy* (EE) dan *behavioral intention* (BI) untuk menggunakan QRIS
- H6c: *Financial literacy* (FL) memoderasi hubungan antara *social influence* (SI) dan *behavioral intention* (BI) untuk menggunakan QRIS
- H6d: *Financial literacy* (FL) memoderasi hubungan antara *facilitating condition* (FC) dan *behavioral intention* (BI) untuk menggunakan QRIS

METODE PENELITIAN

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa yang berada di wilayah Madura. Jumlah mahasiswa di wilayah Madura adalah 44.152 pada tahun 2022 (Badan Pusat Statistik, 2023). Penelitian ini menerapkan metode *purposive sampling* dalam pemilihan responden. Responden penelitian harus memenuhi kriteria tertentu yang telah ditetapkan, yaitu mahasiswa aktif yang berada di wilayah Madura. Kriteria usia digolongkan berdasarkan Badan Pusat Statistik yaitu generasi Z dengan kelahiran 1997-2012 (Badan Pusat Statistik, 2020). Memiliki riwayat transaksi menggunakan sistem pembayaran seluler QRIS. Penentuan jumlah sampel minimum didasarkan pada rumus *Slovin* sejumlah 396 sampel, sedangkan data yang didapatkan dan diolah oleh peneliti sejumlah 400 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah PLS-SEM dengan menggunakan *Smartpls 4.0*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

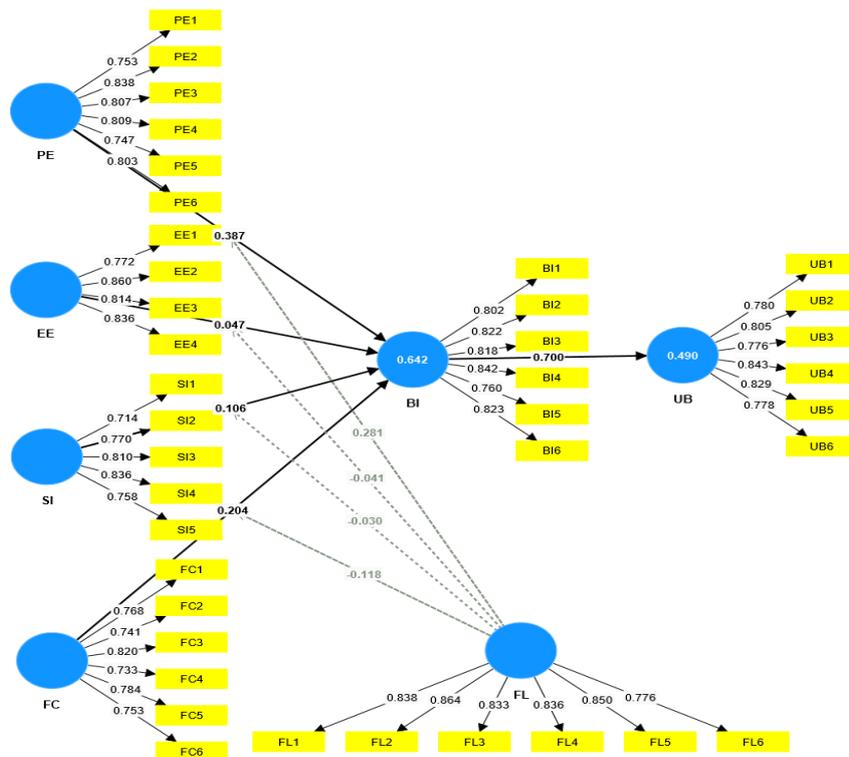
Karakteristik umum responden pada penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, usia, sebaran kabupaten di Pulau Madura. Data diolah menggunakan kriteria pengguna QRIS sebagai berikut:

Tabel 1.
PROFIL RESPONDEN

<i>Particulars</i>	<i>Variabels</i>	<i>Frekuencies</i>	<i>Percentage (%)</i>
<i>Gender</i>	<i>Female</i>	125	31
	<i>Male</i>	275	69
<i>Age</i>	26	2	0,5
	25	13	3,3
	24	57	14,3
	23	63	15,8
	22	94	23,5
	21	100	25
	20	49	12,3
	19	20	5
<i>City</i>	18	2	0,5
	Bangkalan	222	56
	Pamekasan	58	15
	Sampang	64	16
	Sumenep	56	14

Sumber: diolah peneliti (2024)

Analisis dilakukan dengan memanfaatkan seluruh data dari responden untuk menguji validitas konvergen dan diskriminan, serta melakukan uji reliabilitas menggunakan metode *composite reliability* dan *Cronbach's alpha*. Di bawah ini adalah hasil keluaran dari perangkat lunak *Smartpls* versi 4.0:



Sumber: Diolah Peneliti, (2024)

Gambar 1. MODEL PENGUKURAN

Untuk menilai validitas, setiap item harus memiliki nilai di atas 0,7 (Hair et al., 2019). Item BI1 mempunyai nilai outer loading $0,802 > 0,70$, yang berarti bahwa item ini valid mengukur variabel *behavioral intention*. Setiap perubahan variabel *behavioral intention* maka akan tercermin pada variasi BI1 sebesar $(0,802 \times 0,802 = 64,32\%)$, dan seterusnya sesuai dengan nilai masing-masing item. Secara keseluruhan setiap item yang mengukur variabel mempunyai nilai $> 0,70$ sehingga data diatas dapat dikatakan valid. Selanjutnya yaitu melakukan uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.

COMPOSITE RELIABILITY DAN AVERAGE VARIANCE EXTRACTED

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
BI	0,896	0,898	0,920	0,658
EE	0,838	0,838	0,892	0,674
FC	0,860	0,864	0,895	0,588
FL	0,912	0,916	0,932	0,694
PE	0,882	0,885	0,911	0,630
SI	0,837	0,845	0,885	0,607
UB	0,889	0,894	0,915	0,644

Sumber: diolah peneliti (2024)

Berdasarkan Lampiran 1, variabel *behavioral intention* (BI) memiliki nilai *composite reliability* (rho_c) $> 0,70$, yang menunjukkan bahwa tingkat reliabilitas variabel *behavioral intention* (BI) diterima. Secara keseluruhan item yang mengukur *Behavioral intention* (BI) konsisten/reliabel dalam mengukur *Behavioral intention* (BI). Demikian juga dengan nilai *composite reliability* (rho_c) variabel *effort expectancy* (EE), *facilitating condition* (FC), *financial literacy* (FL), *performance expectancy* (PE), *social influence* (SI) dan *usage behavior* (UB) diatas 0,70, sehingga seluruh variabel dapat dikatakan reliabel.

Vindi Kusuma Wardani, Cipto Wardoyo, Dwi Wulandari. Investigasi variabel-variabel yang memengaruhi minat penggunaan QRIS oleh mahasiswa: *financial literacy* sebagai variabel moderasi.

Nilai AVE variabel BI adalah 0,658 yang berarti besarnya variasi item pengukuran BI1, BI2, BI3, BI4, BI5, dan BI6 yang dikandung oleh variabel *behavioral intention* (BI) sebesar 65,8%. Karena nilai AVE BI > 0,50 maka terpenuhi syarat *convergent validity* yang baik. Secara keseluruhan nilai AVE seluruh variabel EE, FC, FL, PE, SI dan UB > 0,50, sehingga seluruhnya memiliki *convergent validity* yang baik.

Nilai HTMT setiap pasangan variabel kurang dari 0,90, maka evaluasi *discriminant validity* dapat terpenuhi. Varians yang dibagi oleh variabel lebih tinggi terhadap item pengukurannya masing-masing dibandingkan dibagi ke item variabel lainnya. Sehingga Evaluasi *discriminant validity* dengan HTMT dapat terpenuhi. Nilai dalam sumbu diagonal adalah akar AVE. Akar AVE untuk seluruh nilai variabel lebih besar dari korelasinya dengan variabel lainnya. Maka *discriminant validity* untuk variabel korelasi dapat terpenuhi.

Tabel 3.
UJI MODEL STRUKTURAL/PENGUJIAN HIPOTESIS

	<i>Original Sample</i> (O)	<i>Sample Mean</i> (M)	<i>Standard Deviation</i> (STDEV)	<i>T Statistics</i> (O/STDEV)	<i>P values</i>
PE -> BI	0,387	0,374	0,068	5,707	0,000
EE -> BI	0,047	0,054	0,055	0,852	0,394
SI -> BI	0,106	0,102	0,058	1,818	0,069
FC -> BI	0,204	0,208	0,061	3,378	0,001
SI -> BI	0,106	0,102	0,058	1,818	0,069
FL -> BI	0,272	0,280	0,059	4,591	0,000
BI -> UB	0,700	0,702	0,038	18,608	0,000
FL x PE -> BI	0,281	0,284	0,055	5,101	0,000
FL x EE -> BI	-0,041	-0,047	0,066	0,628	0,530
FL x SI -> BI	-0,030	-0,029	0,062	0,482	0,630
FL x FC -> BI	-0,118	-0,119	0,050	2,360	0,018

Sumber: diolah peneliti (2024)

Berdasarkan Tabel 3, hasil *t statistic* sebesar 5,707 > 1,96 dan *p value* sebesar 0,000 < 0,05, artinya hipotesis pertama diterima, hal ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS. Hasil *t statistic* H2 0,852 < 1,96, dan *p value* sebesar 0,394 > 0,005, menunjukkan bahwa hipotesis kedua ditolak, yang artinya *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Hasil *t statistic* H3 sebesar 1,818 < 1,96, dan nilai *p value* sebesar 0,069 > 0,05, menunjukkan bahwa hipotesis ketiga ditolak, artinya *social influence* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS. Nilai *t statistic* H4 sebesar 3,378 > 1,96 dan *p value* sebesar 0,001 < 0,05, menunjukkan bahwa hipotesis keempat diterima, yang artinya *facilitating condition* memberikan pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS. Nilai *t statistic* H5 sebesar 18,608 > 1,96 dan *p value* sebesar 0,000 < 0,05, menunjukkan bahwa hipotesis kelima dapat diterima, artinya *Behavioral intention* berpengaruh positif signifikan terhadap *usage behavior* QRIS. Nilai *t statistic* H6a sebesar 5,101 > 1,96 dan *p value* sebesar 0,000 < 0,05, menunjukkan bahwa hipotesis 6a diterima, artinya *Financial literacy* memoderasi hubungan antara *performance expectancy* dan *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS. Nilai *t statistic* H6b sebesar 0,628 < 1,96 dan *p value* sebesar 0,530 > 0,05, data tersebut menunjukkan bahwa hipotesis 6b ditolak, artinya *Financial literacy* tidak mampu memoderasi hubungan antara *effort expectancy* dan *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS. Nilai *t statistic* H6c sebesar 0,482 < 1,96 dan *p value* sebesar 0,630 > 0,05, data tersebut menunjukkan bahwa hipotesis 6c ditolak, yang artinya *Financial*

literacy tidak mampu memoderasi hubungan antara *social influence* dan *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS. Nilai *t statistic* $H6d$ sebesar $2,360 > 1,96$ dan *p value* sebesar $0,018 < 0,05$, data tersebut menunjukkan bahwa hipotesis $6d$ diterima, yang artinya *Financial literacy* mampu memoderasi hubungan antara *facilitating condition* dan *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS.

Pengaruh *Performance expectancy* (PE) terhadap *behavioral intention* (BI) untuk menggunakan QRIS

Performance expectancy berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS. Pengguna cenderung mengadopsi teknologi yang dianggap memberikan manfaat dan kemudahan dalam penggunaannya. Misalnya, mereka percaya bahwa QRIS akan memudahkan proses pembayaran, mengurangi risiko kehilangan uang karena transaksi yang lebih aman, dan tidak perlu membawa uang tunai. Selain itu, pengalaman positif menggunakan QRIS dapat memengaruhi persepsi individu tentang kinerja QRIS dan mendorong mereka untuk berniat menggunakan layanan tersebut. Beberapa penelitian juga mengungkapkan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* (Alduais & Al-Smadi, 2022; Arias-Oliva et al., 2019; Tomić et al., 2023). Jika *performance expectancy* tinggi, masyarakat lebih cenderung mengadopsi dan menggunakan layanan tersebut, mereka akan menerima pembayaran digital karena yakin bahwa alat ini berguna dan nyaman untuk melakukan transaksi (Farzin et al., 2021). Generasi Z cenderung memiliki niat yang kuat untuk mengadopsi fintech karena mereka percaya bahwa sistem ini ramah pengguna dan mudah digunakan (Mansyur & Ali, 2022).

Pengaruh *Effort expectancy* (EE) terhadap *behavioral intention* (BI) untuk menggunakan QRIS

Effort expectancy tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Hal ini berarti, meskipun diharapkan bahwa penggunaan QRIS akan dianggap mudah dan efisien, faktor ini tidak secara signifikan memengaruhi keputusan individu untuk menggunakan teknologi tersebut. Meskipun QRIS memiliki fitur yang dianggap mudah digunakan, faktor-faktor lain seperti preferensi pengguna, kenyamanan menggunakan metode pembayaran lain, atau kebiasaan yang sudah terbentuk, lebih memengaruhi niat pengguna untuk mengadopsi QRIS. Mahasiswa merasakan menggunakan QRIS terasa lebih rumit daripada menggunakan uang tunai. Jika tidak ada cukup titik penerimaan QRIS di sekitar kampus atau daerah mereka, mahasiswa merasa tidak praktis untuk menggunakan QRIS. Mereka lebih memilih menggunakan uang tunai karena itu lebih mudah diakses. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang menunjukkan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* (Alduais & Al-Smadi, 2022; Farzin et al., 2021; Senyo & Osabutey, 2020). Pengguna cenderung terus menggunakan layanan tersebut karena kemudahan yang diberikannya (Rivaldi et al., 2022). Namun kemudahan tersebut, tidak membuat mahasiswa menggunakannya. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang menunjukkan pengaruh *effort expectancy* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS (Andrianto, 2020; Lin et al., 2022). Hasil survei penelitian lain juga menunjukkan bahwa, meskipun ada kemajuan dalam penggunaan metode pembayaran modern, seperti uang digital, uang tunai masih sangat dominan, lebih dari setengah responden menyatakan bahwa mereka lebih sering menggunakan uang tunai dalam transaksi sehari-hari dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya (Świecka et al., 2021).

Pengaruh *Social influence* (SI) terhadap *behavioral intention* (BI) untuk menggunakan QRIS

Social influence tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS. Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh dari lingkungan sosial, seperti pengaruh teman, keluarga, atau komunitas, tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan individu untuk menggunakan QRIS. Mahasiswa cenderung membuat keputusan berdasarkan alasan pribadi atau kebutuhan mereka sendiri daripada adanya pengaruh sosial. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang menunjukkan bahwa *social influence* memengaruhi *behavioral intention* (Farzin et al., 2021; Penney et al., 2021; Tomić et al., 2023). Penelitian lain juga menemukan bahwa *social influence* tidak memengaruhi *behavioral intention* (Alalwan et al., 2017), penelitian tersebut menilai bahwa responden tampaknya kurang tertarik terhadap rekomendasi dan sikap dari lingkungan mereka untuk

Vindi Kusuma Wardani, Cipto Wardoyo, Dwi Wulandari. Investigasi variabel-variabel yang memengaruhi minat penggunaan QRIS oleh mahasiswa: *financial literacy* sebagai variabel moderasi.

mengadopsi teknologi. Namun, jika lingkungan sekitar, seperti keluarga dan teman tidak melihat manfaat atau keuntungan dalam menggunakan pembayaran seluler melalui ponsel, maka kemungkinan mereka memengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakannya akan menjadi kecil (Martinez & McAndrews, 2023a). Pendapat orang terdekat tidak memiliki dampak signifikan terhadap penggunaan layanan uang seluler, dikarenakan uang seluler melibatkan aspek finansial, kemungkinan besar keputusan untuk menggunakan teknologi tersebut akan lebih dipengaruhi oleh kebutuhan individu daripada pandangan orang terdekat (Senyo & Osabutey, 2020).

Pengaruh *Facilitating condition* (FC) terhadap *behavioral intention* (BI) untuk menggunakan QRIS

Facilitating condition memberikan pengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS. Hal ini mencerminkan bahwa faktor-faktor seperti ketersediaan infrastruktur, kemudahan akses, dukungan sistem, atau promosi yang dilakukan oleh penyedia layanan QRIS dapat menjadi faktor penting dalam mendorong penggunaan QRIS oleh masyarakat. Meskipun penggunaan QRIS masih kurang umum di daerah tersebut, ketersediaan fasilitas QRIS seperti di beberapa toko, café, atau alfamart, serta dukungan dari infrastruktur teknologi yang memadai dan lembaga keuangan, dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk mencobanya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang menunjukkan *facilitating condition* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* (Arias-Oliva *et al.*, 2019; Farzin *et al.*, 2021; Mansyur & Ali, 2022). Penggunaan pembayaran elektronik yang telah menjadi semakin populer belakangan ini karena pertumbuhan penggunaan ponsel pintar dan aplikasi di berbagai belahan dunia (Alduais & Al-Smadi, 2022). Keberadaan fasilitas, sumber daya, dan keterampilan sangat diperlukan untuk menggunakan pembayaran elektronik dengan sukses dan efektif, misalnya handphone, akses Internet, atau Wi Fi, aplikasi yang mendukung merupakan aspek mendasar untuk kelancaran dan akses mudah terhadap layanan keuangan (Alalwan *et al.*, 2017). Bagi pemilik usaha kecil seringkali memiliki keterbatasan sumber daya keuangan untuk menyediakan berbagai opsi pembayaran seluler kepada pelanggan, oleh karena itu, pembayaran seluler berbasis QR ini dianggap sebagai opsi yang paling populer dan banyak digunakan oleh konsumen, karena dianggap mudah digunakan dan bermanfaat, selain itu meningkatnya kebiasaan menggunakan komunikasi seluler, kemungkinan pelanggan untuk menggunakan pembayaran seluler semakin besar (Martinez & McAndrews, 2023a).

Pengaruh *Behavioral intention* (BI) terhadap *usage behavior* (UB) QRIS

Behavioral intention berpengaruh positif signifikan terhadap *usage behavior* QRIS. Semakin kuat niat individu untuk menggunakan QRIS, semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk benar-benar menggunakan teknologi tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Setelah mencoba, mereka menemukan bahwa QRIS lebih nyaman dibandingkan uang tunai, dan menyadari bahwa beberapa fasilitas di sekitar mereka sudah menyediakan QRIS. Pengalaman positif ini memperkuat niat mahasiswa untuk terus menggunakan QRIS, membentuk kebiasaan baru dalam pembayaran. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan QRIS untuk fokus pada upaya membangun dan memperkuat niat pengguna untuk menggunakan QRIS melalui berbagai strategi, seperti edukasi, promosi, atau peningkatan kualitas layanan, sehingga dapat meningkatkan penggunaan QRIS di masyarakat secara efektif. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang mengungkapkan bahwa *behavioral intention* mampu memengaruhi secara signifikan *usage behavior* (Penney *et al.*, 2021), yang artinya pengguna *mobile money* lebih mungkin memanfaatkan layanan tersebut jika mereka memiliki niat untuk melakukannya. Oleh karena itu, adopsi teknologi layanan pembayaran digital secara signifikan diprediksi oleh kesiapan pengguna untuk menerima sistem tersebut. Salah satu penelitian mengungkapkan bahwa selama periode demonetisasi, terjadi peningkatan dalam jangkauan dan penerimaan sistem pembayaran digital, dampaknya adalah peningkatan dalam jumlah waktu yang dihabiskan oleh konsumen dan frekuensi penggunaan sistem pembayaran digital (Sivathanu, 2019). Temuan lain yang mendukung *behavioral intention* berpengaruh positif signifikan terhadap *usage behavior* (Martinez & McAndrews, 2023b; Rivaldi *et al.*, 2022; Senyo & Osabutey, 2020; Tomić *et al.*, 2023)

Pengaruh *Financial literacy* (FL) sebagai moderasi hubungan antara *performance expectancy* (PE) dan *behavioral intention* (BI) untuk menggunakan QRIS

Financial literacy memoderasi dan memperkuat hubungan antara *performance expectancy* dan *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin kuat pengaruh harapan kinerja terhadap niat mereka untuk menggunakan QRIS. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih memahami dan menghargai manfaat QRIS, seperti kemudahan pelacakan transaksi dan berbagai keuntungan lainnya. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Alomari & Abdullah, 2023), yang mengungkapkan bahwa *financial literacy* mampu memoderasi hubungan antara *performance expectancy* dan *behavioral intention*, penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat literasi finansial berhubungan dengan pemahaman yang lebih baik tentang manfaat dan keamanan fintech, hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi finansial seseorang, semakin besar kemungkinannya untuk memiliki niat yang kuat dalam menggunakan sebuah fintech. Terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi keuangan berpengaruh pada banyak keputusan yang berkaitan dengan keuangan (Saputro & Diyan, 2019).

Pengaruh *Financial literacy* (FL) sebagai moderasi hubungan antara *effort expectancy* (EE) dan *behavioral intention* (BI) untuk menggunakan QRIS

Financial literacy tidak mampu memoderasi hubungan antara *effort expectancy* dan *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa, meskipun seseorang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi, hal tersebut tidak secara langsung memengaruhi niat mereka untuk menggunakan QRIS berdasarkan harapan akan kemudahan penggunaannya. Meskipun mahasiswa memahami konsep-konsep keuangan, mereka tetap merasa tidak terbiasa dengan penggunaan teknologi baru seperti QRIS. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian, yang menyatakan bahwa kemampuan dalam literasi keuangan memengaruhi keputusan individu dalam memilih produk dan layanan keuangan yang akan digunakan (Widayat & Ni matuzahroh, 2017). Selain itu, penelitian lain yang tidak sesuai juga mengungkapkan bahwa Individu dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi lebih condong untuk memanfaatkan layanan keuangan digital (Mouna & Jarboui, 2021). Namun, terdapat penelitian yang menemukan bahwa *financial literacy* belum mampu memoderasi hubungan antara *effort expectancy* dan *behavioral intention* (Bemby & Qomariyah, 2023), hal ini dikarenakan sistem pembayaran tanpa tunai telah dirancang dengan sederhana dan mudah digunakan, sehingga pengguna tidak perlu memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi untuk mempelajari dan menggunakannya. Penelitian lain yang mendukung hasil penelitian ini yaitu (Alomari & Abdullah, 2023; Chan *et al.*, 2022) yang menunjukkan hasil *financial literacy* tidak dapat memoderasi effect expectancy dan *behavioral intention*.

Pengaruh *Financial literacy* (FL) sebagai moderasi hubungan antara *social influence* (SI) dan *behavioral intention* (BI) untuk menggunakan QRIS

Financial literacy tidak mampu memoderasi hubungan antara *social influence* dan *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS. Literasi keuangan tidak secara langsung memengaruhi kemampuan individu untuk menanggapi pengaruh sosial terhadap keputusan mereka untuk menggunakan QRIS. Hal ini menegaskan bahwa upaya untuk meningkatkan adopsi QRIS perlu mempertimbangkan faktor-faktor lain selain literasi keuangan, seperti peningkatan keterampilan teknologi di masyarakat. Meskipun mahasiswa memiliki pengetahuan keuangan yang baik, keterbatasan dalam adopsi QRIS di lingkungan sekitar mereka membuat pengaruh sosial menjadi kurang efektif. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang mengungkapkan bahwa *financial literacy* mampu memoderasi hubungan antara *social influence* dan *behavioral intention* (Alomari & Abdullah, 2023). Dalam model UTAUT, pengaruh sosial terhadap *behavioral intention* pada penggunaan teknologi dimoderasi oleh pengalaman individu (van Rooij *et al.*, 2011). Namun, individu yang memiliki tingkat literasi keuangan tinggi akan membuat keputusan keuangan dengan cermat, mempertimbangkan berbagai aspek sebelum menggunakan layanan keuangan, mereka cenderung tidak terpengaruh secara langsung oleh pengaruh eksternal, tetapi akan menyaring informasi yang diterima (Tang *et al.*, 2021). Mereka menggunakan pengetahuan dan informasi yang mereka miliki untuk membuat keputusan keuangan, bukan hanya

Vindi Kusuma Wardani, Cipto Wardoyo, Dwi Wulandari. Investigasi variabel-variabel yang memengaruhi minat penggunaan QRIS oleh mahasiswa: *financial literacy* sebagai variabel moderasi.

bergantung pada pengaruh sosial, sehingga mengurangi efek pengaruh sosial terhadap niat menggunakan sistem pembayaran non-tunai (Bemby & Qomariyah, 2023). Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian lain yang mengungkapkan bahwa *financial literacy* tidak mampu memoderasi *social influence* terhadap *behavioral intention* (Mansyur & Ali, 2022).

Pengaruh *Financial literacy* (FL) memoderasi hubungan antara *facilitating condition* (FC) dan *behavioral intention* (BI) untuk menggunakan QRIS

Financial literacy mampu memoderasi dan memperlemah hubungan antara *facilitating condition* dan *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS. Mahasiswa dengan *financial literacy* yang tinggi memahami manfaat fasilitas dari QRIS untuk melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun sehingga membuat mereka terkesan akan lebih mudah melakukan pemborosan. Hasil penelitian ini tidak sesuai penelitian yang menyatakan bahwa individu dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi lebih memilih untuk memanfaatkan layanan keuangan digital (Mouna & Jarboui, 2021). Namun, penelitian lain juga menyebutkan bahwa sikap dan niat untuk menggunakan produk/jasa keuangan dapat dimediasi oleh literasi keuangan (Lajuni *et al.*, 2020). Penelitian sebelumnya menemukan bahwa pendidikan juga memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan terkait penggunaan teknologi (Mouna & Jarboui, 2021). Memilih produk dan layanan keuangan, dapat dipengaruhi oleh literasi keuangan (Widayat & Ni matuzahroh, 2017).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan, kesimpulan yang dapat ditarik adalah *performance expectancy* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS, *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*, *social influence* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS, *facilitating condition* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS, *behavioral intention* berpengaruh positif signifikan terhadap *usage behavior QRIS*, *financial literacy* memoderasi dan memperkuat hubungan antara *performance expectancy* dan *behavioral intention* dalam penggunaan QRIS, *financial literacy* tidak mampu memoderasi hubungan antara *effort expectancy* dan *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS, *financial literacy* tidak mampu memoderasi hubungan antara *social influence* dan *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS, *financial literacy* memoderasi dan memperlemah hubungan antara *facilitating condition* dan *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS. Implikasi kebijakan dari penelitian ini dapat membantu dalam merancang strategi untuk meningkatkan adopsi QRIS di kalangan mahasiswa generasi Z dan masyarakat umum di wilayah Madura. Rekomendasi praktis juga diberikan bagi pihak industri, terutama penyedia layanan pembayaran digital dan UMKM, untuk mengarahkan upaya meningkatkan literasi keuangan, literasi digital serta upaya pemasaran dan pengembangan produk agar lebih efektif menjangkau pasar dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan QRIS.

Saran untuk penelitian di masa depan terkait dengan adopsi QRIS adalah untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan sampel yang lebih diversifikasi, melakukan studi komparatif antar wilayah, mendalami pengukuran *financial literacy*, melaksanakan penelitian longitudinal, dan menggabungkan pendekatan kualitatif. Untuk para dosen atau pendidik, diharapkan dapat menggunakan temuan penelitian ini sebagai studi kasus dalam diskusi kelas tentang pentingnya pemahaman finansial dalam konteks penggunaan teknologi pembayaran digital. Untuk pemerintah dan pihak swasta terkait, diharapkan dengan memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai landasan strategis dalam merancang program-program pendidikan dan pelatihan literasi keuangan yang ditujukan khusus untuk mempromosikan penggunaan teknologi pembayaran digital, terutama QRIS, di Wilayah Madura. Selain itu, kolaborasi dengan perguruan tinggi dan lembaga pendidikan lainnya juga dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan aksesibilitas terhadap QRIS di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>
- Alduais, F., & Al-Smadi, M. O. (2022). Intention to Use E-Payments from the Perspective of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Evidence from Yemen. *Economies*, 10(10), 1-15. <https://doi.org/10.3390/economies10100259>
- Alomari, A. S. A., & Abdullah, N. L. (2023). Factors influencing the behavioral intention to use Cryptocurrency among Saudi Arabian public university students: Moderating role of financial literacy. *Cogent Business and Management*, 10(1), 1-21. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2178092>
- Andrianto, A. (2020). Faktor Yang Memengaruhi Behavior Intention Untuk Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Model UTAUT2. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 111–122. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i2.2412>
- Arianti, N. L. N., Gede, Sri Darma, & Mahyuni, L. P. (2019). Menakar Keraguan Penggunaan QR Code Dalam Transaksi Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 67-78. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Arias-Oliva, M., Pelegrín-Borondo, J., & Matías-Clavero, G. (2019). Variables influencing cryptocurrency use: A technology acceptance model in Spain. *Frontiers in Psychology*, 10(1), 1-13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00475>
- Ariyanto, H. H., & Peranginangin, P. (2023). Factors Influencing the Intention to Use Mobile Payment In Indonesia. *Manajemen Dan Akuntansi*, 26(1), 93-109. <https://doi.org/10.35591/wahana.v>
- Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia. (2022). *Berita Statistik Sistem Pembayaran Indonesia Triwulan I- 2022*.
- Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia. (2023). *Berita Statistik Sistem Pembayaran Indonesia Triwulan III-2023*.
- Audina, M., Andriana, I., Ekonomi, F., & Sriwijaya, U. (2022). Faktor Yang Memengaruhi Behavioral Intention Transaksi Keuangan Digital (E-Wallet) Pada Generasi Milenial Di Kota Palembang. *Media Riset Bisnis & Manajemen*, 21(2), 99-116. <https://doi.org/10.25105/mrbm.v21i2.12895>
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, INDONESIA, 2020*.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Jumlah Mahasiswa (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Menurut Kabupaten/Kota, 2021 dan 2022*.
- Bank Indonesia. (2023). *BI-Rate Tetap 6,00%: Sinergi Menjaga Stabilitas dan Mendorong Pertumbuhan*. Departemen Komunikasi, Bank Indonesia.
- Bemby, F. A. W., & Qomariyah, A. (2023). Does Financial Literacy Matter in Cashless Payment Usage? *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 25(2), 117–128. <https://doi.org/10.9744/jak.25.2.117-128>

- Vindi Kusuma Wardani, Cipto Wardoyo, Dwi Wulandari. Investigasi variabel-variabel yang memengaruhi minat penggunaan QRIS oleh mahasiswa: *financial literacy* sebagai variabel moderasi.
- Chen, Y. F., & Lan, Y. C. (2018). An empirical study of the factors affecting mobile shopping in Taiwan. In *Mobile Commerce: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*. 3(1), 1329–1340. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-2599-8.ch063>
- Chopdar, P. K., Korfiatis, N., Sivakumar, V. J., & Lytras, M. D. (2018). Mobile shopping apps adoption and perceived risks: A cross-country perspective utilizing the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Computers in Human Behavior*, 86, 109–128. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.04.017>
- Chresentia, S., & Suharto, Y. (2020). Assessing Consumer Adoption Model On E-Wallet: An Extended UTAUT2 Approach. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 4(6), 232-244.
- Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur. (2024). *Pemanfaatan QRIS di Jawa Timur Terus Meningkat*. Jatim Newsroom.
- Doa, N. H., Tham, J., Khatibi, A. A., & Azam, S. M. F. (2019). An empirical analysis of cambodian behavior intention towards mobile payment. *Management Science Letters*, 9(12), 1941–1954. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.7.011>
- Farzin, M., Sadeghi, M., Yahyayi Kharkeshi, F., Ruholahpur, H., & Fattahi, M. (2021). Extending UTAUT2 in M-banking adoption and actual use behavior: Does WOM communication matter? *Asian Journal of Economics and Banking*, 5(2), 136–157. <https://doi.org/10.1108/ajeb-10-2020-0085>
- Gupta, A., Dogra, N., & George, B. (2018). What determines tourist adoption of smartphone apps?: An analysis based on the UTAUT-2 framework. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(1), 48–62. <https://doi.org/10.1108/JHTT-02-2017-0013>
- Gupta, K. P., Manrai, R., & Goel, U. (2019). Factors influencing adoption of payments banks by Indian customers: extending UTAUT with perceived credibility. *Journal of Asia Business Studies*, 13(2), 173–195. <https://doi.org/10.1108/JABS-07-2017-0111>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. In *European Business Review*. 31(1), 1–24. Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hall, J. A., & Liu, D. (2022). Social media use, social displacement, and well-being. In *Current Opinion in Psychology* 46, 1-6. Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101339>
- Hasan, M., Le, T., & Hoque, A. (2021). How does financial literacy impact on inclusive finance? *Financial Innovation*, 7(1), 1-23. <https://doi.org/10.1186/s40854-021-00259-9>
- Hung, D. N., Tham, J., Azam, S. M. F., & Khatibi, A. A. (2019). An Empirical Analysis of Perceived Transaction Convenience, Performance Expectancy, Effort Expectancy and Behavior Intention to Mobile Payment of Cambodian Users. *International Journal of Marketing Studies*, 11(4), 77–90.
- 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. *PJAE*.
- Kurniawan, M. Z., Boy, M., & Gitayuda, S. (2023). Tingkatkan Inklusi Keuangan UMKM di Wisata Pesisir Madura: Peran Literasi Keuangan dan Pemanfaatan Fintech. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 8(1), 80–87. <https://doi.org/10.38043/jiab>

- Lajuni, N., Kasuma, J., & Yacob, Y. (2020). *Islamic Financial Products/Services and the Intention to Use*. <https://www.researchgate.net/publication/344475549>
- Lanier, K. (2017). 5 things HR professionals need to know about Generation Z. *Strategic HR Review*, 16(6), 288–290. <https://doi.org/10.1108/shr-08-2017-0051>
- Lin, X., Suanpong, K., Ruangkanjanases, A., Lim, Y. T., & Chen, S. C. (2022). Improving the Sustainable Usage Intention of Mobile Payments: Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model Combined With the Information System Success Model and Initial Trust Model. *Frontiers in Psychology*, 12, 1-17. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.634911>
- Linge, A. A., Chaudhari, T., Kakde, B. B., & Singh, M. (2023). Analysis of Factors Affecting Use Behavior towards Mobile Payment Apps: A SEM Approach. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2023, 1-13. <https://doi.org/10.1155/2023/3327994>
- Mansyur, A., & Ali, E. M. T. bin E. (2022). The Adoption of Sharia Fintech Among Millennial in Indonesia: Moderating Effect of Islamic Financial Literacy on UTAUT 2. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(4), 1329-1343. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i4/13035>
- Martinez, B. M., & McAndrews, L. E. (2023a). Do you take..? The effect of mobile payment solutions on use intention: an application of UTAUT2. *Journal of Marketing Analytics*, 11(3), 458–469. <https://doi.org/10.1057/s41270-022-00175-6>
- Martinez, B. M., & McAndrews, L. E. (2023b). Investigating U.S. consumers' mobile pay through UTAUT2 and generational cohort theory: An analysis of mobile pay in pandemic times. *Telematics and Informatics Reports*, 11, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2023.100076>
- Migliore, G., Wagner, R., Cechella, F. S., & Liébana-Cabanillas, F. (2022). Antecedents to the Adoption of Mobile Payment in China and Italy: an Integration of UTAUT2 and Innovation Resistance Theory. *Information Systems Frontiers*, 24(6), 2099–2122. <https://doi.org/10.1007/s10796-021-10237-2>
- Momani, A. M. (2020). The unified theory of acceptance and use of technology: A new approach in technology acceptance. *International Journal of Sociotechnology and Knowledge Development*, 12(3), 79–98. <https://doi.org/10.4018/IJSKD.2020070105>
- Mouna, A., & Jarboui, A. (2021). Understanding the link between government cashless policy, digital financial services and sociodemographic characteristics in the MENA countries. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 42, 416-433 <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJSSP-12-2020-0544>
- Neelam, & Bhattacharya Sonali. (2023). Role of Mobile Payment Apps in Inclusive Financial Growth. *Neelam & Bhattacharya | Role of Mobile Payment Apps in Inclusive*, 17(1), 9-31.
- Ng, D., Kauffman, R. J., Griffin, P., & Hedman, J. (2021). Can we classify cashless payment solution implementations at the country level? *Electronic Commerce Research and Applications*, 46, 1-22. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2020.101018>
- Nguyen, T. T., Nguyen, H. T., Mai, H. T., & Tran, T. T. M. (2020). Determinants of digital banking services in Vietnam: Applying utaut2 model. *Asian Economic and Financial Review*, 10(6), 680–697. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2020.106.680.697>

- Vindi Kusuma Wardani, Cipto Wardoyo, Dwi Wulandari. Investigasi variabel-variabel yang memengaruhi minat penggunaan QRIS oleh mahasiswa: *financial literacy* sebagai variabel moderasi.
- Noor Rahma, D., & Candra Sari, R. (n.d.). The Effect of Financial Literacy, Digital Literacy, Performance Expectancy on Intention Behavior to Use Peer to Peer Lending. *Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 9(4), 54-68.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*.
- Penney, E. K., Agyei, J., Boadi, E. K., Abrokwah, E., & Ofori-Boafo, R. (2021). Understanding Factors That Influence Consumer Intention to Use Mobile Money Services: An Application of UTAUT2 With Perceived Risk and Trust. *SAGE Open*, 11(3), 1-17. <https://doi.org/10.1177/21582440211023188>
- Putritama, A. (2019). *The Mobile Payment Fintech Continuance Usage Intention in Indonesia*. <https://journal.uny.ac.id/index.php/economia>
- Qu, B., Wei, L., & Zhang, Y. (2022). Factors affecting consumer acceptance of electronic cash in China: an empirical study. *Financial Innovation*, 8(1), 1-19. <https://doi.org/10.1186/s40854-021-00312-7>
- Ramos, F. L., Ferreira, J. B., De Freitas, A. S., & Rodrigues, J. W. (2018). The effect of trust in the intention to use m-banking. *Brazilian Business Review*, 15(2), 175–191. <https://doi.org/10.15728/bbr.2018.15.2.5>
- Rivaldi, R., Pratama, D., & Renny, R. (2022). The Role Of Behavioral Intentions To Use Mobile Banking: Application Of The UTAUT2 Method With Security, Trust And Risk Factors. *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(4), 724-741. <https://doi.org/10.31933/dijms.v3i4.1141>
- Saputri, M. E., Saraswati, T. G., & Oktafani, F. (2022). The Effect of Performance Expectation, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk, and Perceived Cost on The Intention of Using Mobile payment in Indonesia. *Jurnal Sosioteknologi*, 21(1), 9–21. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2022.21.1.2>
- Saputro, R. E. H. , & Diyan, L. (2019). Effect of Financial Literacy and Risk Perception on Student Investment Decisions in Jakarta. *Review of Management and Entrepreneurship*, 3(2). 107-132.
- Senyo, P. K., & Osabutey, E. L. C. (2020). Unearthing antecedents to financial inclusion through FinTech innovations. *Technovation*, 98, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102155>
- Setiawan, I. W. A., & Mahyuni, L. P. (2020). QRIS Di Mata Umkm: Eksplorasi Persepsi Dan Intensi Umkm Menggunakan QRIS. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 921–946.
- Sharma, R., Singh, G., & Sharma, S. (2020). Modelling internet banking adoption in Fiji: A developing country perspective. *International Journal of Information Management*, 53. 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102116>
- Sivathanu, B. (2019). Adoption of digital payment systems in the era of demonetization in India: An empirical study. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(1), 143–171. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-07-2017-0033>
- Sugiharti, H., & Maula, K. A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. In *ACCOUNTHINK : Journal of Accounting and Finance*, 4(02).

- Świecka, B., Terefenko, P., & Paprotny, D. (2021). Transaction factors' influence on the choice of payment by Polish consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58. 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102264>
- Tang, Y. M., Chau, K. Y., Hong, L., Ip, Y. K., & Yan, W. (2021). Financial innovation in digital payment with wechat towards electronic business success. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1844–1861. <https://doi.org/10.3390/jtaer16050103>
- The Global Payments Report 2023. (n.d.). In 2023.
- Tomić, N., Kalinić, Z., & Todorović, V. (2023). Using the UTAUT model to analyze user intention to accept electronic payment systems in Serbia. *Portuguese Economic Journal*, 22(2), 251–270. <https://doi.org/10.1007/s10258-022-00210-5>
- Van Rooij, M., Lusardi, A., & Alessie, R. (2011). Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial Economics*, 101(2), 449–472. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2011.03.006>
- Venkatesh, V., Smith, R. H., Morris, M. G., Davis, G. B., Davis, F. D., & Walton, S. M. (2003). User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3). 425-478
- Venkatesh, V., Walton, S. M., & Thong, J. Y. L. (2012). Quarterly Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Forthcoming in MIS Quarterly*, 36(1). 157-178 <http://about.jstor.org/terms>
- Verma, S., Chaurasia, S. S., & Bhattacharyya, S. S. (2019). The effect of government regulations on continuance intention of in-store proximity mobile payment services. *International Journal of Bank Marketing*, 38(1), 34–62. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2018-0279>
- Widayat, W., Masudin, I., & Satiti, N. R. (2020). E-Money payment: Customers' adopting factors and the implication for open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3). 1-14. <https://doi.org/10.3390/JOITMC6030057>
- Widayat, W., & Ni matuzahroh, N. matuzahroh. (2017). Entrepreneurial Attitude and Students Business Start-Up Intention: a Partial Least Square Modeling. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 19(1), 46–53. <https://doi.org/10.9744/jmk.19.1.46-53>
- Winata, S., & Tjokrosaputro, M. (2022). The Roles of Effort Expectancy, Attitude, and Service Quality in Mobile Payment Users Continuance Intention. *Proceedings of the tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2021 (ICEBM 2021)*, 121-126.
- Yusnita, R. R., & Abdi, M. (2018). Pengaruh Faktor Demografi terhadap Literasi Keuangan. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 2(1), 163–184. <https://doi.org/10.31539/costing.v2i1.388>

Vindi Kusuma Wardani, Cipto Wardoyo, Dwi Wulandari. Investigasi variabel-variabel yang memengaruhi minat penggunaan QRIS oleh mahasiswa: *financial literacy* sebagai variabel moderasi.

Lampiran 1. HETEROTRAIT-MONOTRAIT RATIO (HTMT)

	BI	EE	FC	FL	PE	SI	UB	FL x SI	FL x PE	FL x EE	FL x FC
BI											
EE	0,610										
FC	0,744	0,657									
FL	0,626	0,555	0,711								
PE	0,678	0,714	0,650	0,617							
SI	0,708	0,688	0,827	0,642	0,665						
UB	0,778	0,729	0,776	0,641	0,648	0,783					
FL x FC	0,289	0,227	0,376	0,344	0,328	0,275	0,317				
FL x PE	0,092	0,307	0,276	0,494	0,509	0,258	0,249	0,559			
FL x SI	0,246	0,307	0,280	0,313	0,312	0,395	0,362	0,659	0,532		
FL x EE	0,240	0,398	0,214	0,382	0,344	0,282	0,216	0,475	0,520	0,545	

Sumber: diolah peneliti (2024)

Lampiran 2. FORNELL LACKER

	BI	EE	FC	FL	PE	SI	UB
BI	0,811						
EE	0,532	0,821					
FC	0,659	0,556	0,767				
FL	0,570	0,490	0,635	0,833			
PE	0,610	0,617	0,568	0,555	0,794		
SI	0,617	0,574	0,706	0,564	0,580	0,779	
UB	0,700	0,629	0,679	0,583	0,580	0,677	0,802

Sumber: diolah peneliti (2024)