
MODEL INTEGRATIF TAM DAN *NEUROTICISM* DALAM MENJELASKAN KEPUASAN MERCHANT QRIS

I Gusti Ayu Diana Dana Putri¹, Gusi Putu Lestara Permana²

^{1,2}Universitas Pendidikan Nasional

Email: eyecloud17@gmail.com¹, lestarapermana@undiknas.ac.id²

ABSTRAK

Transformasi digital telah menggeser perilaku transaksi masyarakat dari sistem tunai menuju pembayaran digital, salah satunya melalui penerapan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) di Indonesia. Meskipun adopsi QRIS meningkat pesat, kepuasan merchant masih menghadapi tantangan teknis seperti keterlambatan pencairan dana (*delay settlement*) dan beban biaya *Merchant Discount Rate* (MDR). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* (PEOU), *Digital Payment Quality* (DPQ), dan *Perceived Usefulness* (PU) terhadap kepuasan merchant, dengan *Neuroticism* sebagai variabel moderasi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* terhadap pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Denpasar. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use*, *Digital Payment Quality*, dan *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan merchant. Sebaliknya, *Neuroticism* ditemukan berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan, yang mengindikasikan bahwa kecemasan akan risiko transaksi dapat menurunkan tingkat kepuasan. Dalam pengujian moderasi, *Neuroticism* tidak memoderasi hubungan PEOU dan DPQ terhadap kepuasan, namun secara unik berhasil memoderasi hubungan *Perceived Usefulness* secara positif. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat nyata QRIS menjadi "peredam kecemasan" yang sangat efektif bagi individu dengan tingkat *neuroticism* tinggi. Kesimpulannya, kepuasan merchant UKM di Denpasar sangat ditentukan oleh kemudahan, kualitas teknis, dan manfaat fungsional sistem. Penyedia layanan disarankan untuk memprioritaskan keandalan infrastruktur dan keamanan sistem guna memitigasi kecemasan psikologis pengguna dan menjaga keberlanjutan ekosistem digital.

Kata Kunci: QRIS, Kepuasan Merchant, TAM, *Digital Payment Quality*, *Neuroticism*.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam sistem pembayaran global, termasuk di Indonesia. Perkembangan ini dapat dilihat dari perubahan metode pembayaran yang digunakan oleh masyarakat saat melakukan transaksi yang sebelumnya menggunakan transaksi secara tunai (*cash payment*) kini mulai berangsur menggunakan pembayaran digital (*digital payment*) (Hapsari *et al.*, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin terbiasa menggunakan sistem pembayaran digital dalam melakukan berbagai aktivitas

transaksi. Perubahan tersebut tidak terlepas dari pesatnya perkembangan teknologi seperti *smartphone* dan internet, yang memungkinkan proses transfer dana secara instan tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Masyarakat semakin akrab dengan penggunaan internet, *smartphone*, serta berbagai aplikasi yang memudahkan aktivitas harian, termasuk dalam melakukan sistem pembayaran (Kurniawati *et al.*, 2021). Kondisi ini menunjukkan bahwa teknologi digital tidak hanya mengubah cara masyarakat bertransaksi, tetapi juga membentuk pola perilaku ekonomi yang lebih modern dan berorientasi pada efisiensi. Tingginya intensitas penggunaan teknologi tersebut secara tidak langsung meningkatkan ekspektasi masyarakat terhadap sistem pembayaran yang cepat, praktis, dan aman, sehingga mendorong pergeseran preferensi transaksi dari sistem konvensional menuju sistem digital.

Pemerintah Indonesia mendukung digitalisasi transaksi melalui kebijakan nasional seperti Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) untuk meningkatkan efisiensi ekonomi (Bardiaman & Puspitaningrum, 2025). Implementasi kebijakan ini memicu meningkatnya adopsi pembayaran digital, khususnya melalui penggunaan instrumen non-tunai seperti uang elektronik (*e-money*). Penggunaan uang elektronik (*e-money*) di Indonesia kini semakin banyak dimanfaatkan sebagai instrumen pembayaran yang memungkinkan masyarakat melakukan transaksi secara non-tunai melalui berbagai layanan dompet digital seperti ShopeePay, GoPay, DANA, OVO dan lainnya (Hapsari *et al.*, 2024). Namun, setiap penyedia layanan seperti GoPay, OVO, DANA, dan lainnya ini memiliki kode QR sendiri yang tidak saling terhubung, sehingga pengguna harus memiliki aplikasi berbeda untuk transaksi antar *platform*, yang dapat memakan waktu, biaya tinggi, dan rentan terhadap kesalahan yang secara signifikan menurunkan kepuasan pengguna. Fragmentasi sistem pembayaran ini menunjukkan perlunya suatu standar yang mampu mengintegrasikan berbagai layanan pembayaran digital agar transaksi dapat dilakukan secara lebih efisien dan terkoordinasi.

Menanggapi hal tersebut, Bank Indonesia memperkenalkan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) sebagai standar nasional yang menyatukan berbagai sistem kode ke dalam satu format terpadu (Azzahra *et al.*, 2026). Peluncuran QRIS oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) bertujuan untuk mendorong efisiensi dalam rangka mengefektifkan sistem pembayaran, mempermudah transaksi pembayaran digital, dan mempercepat adopsi layanan keuangan digital (Adhi, 2024). Sebelumnya *merchant* harus menyediakan beberapa kode QR untuk berbagai aplikasi pembayaran digital, namun kini hanya diperlukan satu kode QR yaitu QRIS (Adhi, 2024). QRIS memungkinkan *merchant* melakukan pembayaran menggunakan satu kode QR yang dapat digunakan melalui berbagai aplikasi pembayaran, sehingga memberikan pengalaman transaksi yang lebih praktis, cepat, dan aman (Zamzani *et al.*, 2024).

Kepuasan *merchant* merupakan salah satu faktor penting yang mendorong tingkat adopsi suatu sistem, termasuk QRIS sebagai instrumen pembayaran digital yang semakin luas digunakan masyarakat. Kepuasan dapat diartikan sebagai reaksi emosional yang timbul dari hasil penilaian pengguna terhadap pengalaman konsumsi atas suatu produk atau layanan (Nguyen *et al.*, 2024). Kepuasan tersebut muncul ketika kinerja produk atau layanan mampu memenuhi atau melampaui harapan pengguna terhadap pengalaman konsumsi yang dirasakan (Li *et al.*, 2024).



Kepuasan *merchant* sebagai pihak yang menggunakan QRIS dalam kegiatan usahanya tercermin ketika penggunaan QRIS mampu memenuhi harapan awal, memudahkan penerimaan pembayaran, dan mendukung kelancaran transaksi usaha. Kepuasan ini menjadi indikator penting dalam menilai kualitas suatu produk atau layanan, termasuk layanan pembayaran digital (Syaripa *et al.*, 2026).

Dalam konteks penggunaan QRIS, kepuasan *merchant* tidak terbentuk secara langsung, melainkan dipengaruhi oleh persepsi *merchant* terhadap karakteristik sistem yang digunakan. Apabila *merchant* merasa puas terhadap kinerja QRIS, maka *merchant* cenderung mengadopsi, dan terus menggunakan sistem tersebut dalam menunjang transaksi usaha. Sebaliknya, ketidakpuasan yang timbul akibat hambatan teknis, proses transaksi yang lambat, atau manfaat sistem yang dirasakan belum sesuai dengan harapan dapat menghambat keberlanjutan penggunaan QRIS. Penelitian (Ming & Jais, 2022) menunjukkan individu dengan persepsi positif terhadap QRIS dan risikonya yang rendah lebih cenderung mengadopsi sistem tersebut. Semakin mudah dan efisien penggunaan QRIS dalam mendukung proses pembayaran, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan *merchant* dalam menunjang transaksi usaha (Syaripa *et al.*, 2026). Hal ini menunjukkan bahwa keberlanjutan penggunaan QRIS sangat ditentukan oleh tingkat kepuasan penggunaannya dan persepsi penggunaannya.

Persepsi kemudahan (*Perceived ease of use*) merujuk pada tingkat keyakinan pengguna bahwa QRIS mudah dipahami, mudah dioperasikan, dan tidak memerlukan usaha yang besar dalam proses penggunaannya. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu kriteria yang memengaruhi keputusan untuk menggunakan QRIS (Agustin & Fazizah, 2025). Dalam konteks penggunaan QRIS oleh *merchant*, persepsi kemudahan penggunaan menjadi aspek yang sangat penting karena berkaitan langsung dengan kelancaran aktivitas transaksi usaha. *Perceived ease of use* pada persepsi *merchant* QRIS yaitu sejauh mana sistem tersebut mudah dipahami, mudah dipelajari, dan mudah digunakan dalam kegiatan transaksi usaha. Bagi *merchant*, kemudahan penggunaan menjadi sangat penting karena kondisi ini membuat proses transaksi menjadi lebih praktis serta mendukung efisiensi aktivitas operasional usaha (Pontoh *et al.*, 2022).

QRIS menawarkan kemudahan dalam penggunaannya yang tercermin dari tidak diperlukannya perangkat tambahan yang kompleks dalam penggunaannya. Pengguna dapat menggunakan akun pembayaran QR apapun untuk melakukan pembayaran, sedangkan *merchant* hanya perlu memiliki minimal satu akun untuk menerima pembayaran melalui QR Code (Patrisia & Rismayani, 2023). Kesederhanaan proses ini membuat transaksi menjadi lebih mudah, cepat, praktis, dan efisien, dibandingkan pembayaran tunai karena tidak memerlukan uang kembalian, mempercepat proses antrean, dan cukup dilakukan hanya dengan pemindaian melalui ponsel. Kemudahan tersebut mendorong *merchant* untuk mengadopsi QRIS secara berkelanjutan karena sistemnya mudah dipahami dan dioperasikan, bahkan oleh pelaku usaha kecil yang sebelumnya belum terbiasa dengan sistem pembayaran digital. Hal ini diperkuat penelitian (Ramadhani *et al.*, 2023) yang menyoroti bahwa kepuasan pengguna terhadap QRIS dipengaruhi oleh kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaannya, sehingga berhasil meningkatkan niat untuk terus menggunakan layanan tersebut. Meskipun demikian, efektivitas implementasi QRIS

tidak semata-mata ditentukan oleh ketersediaan infrastruktur teknologi, melainkan juga bergantung pada kualitas sistem yang diterima oleh pengguna (Rahayu *et al.*, 2025).

Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan, kualitas memberikan dorongan khusus bagi *merchant* untuk menjalin ikatan relasi yang dapat menguntungkan dalam jangka panjang (Luturmas, 2023). Meskipun suatu sistem dirancang agar mudah digunakan, persepsi kemudahan tersebut tidak akan sepenuhnya dirasakan oleh *merchant* apabila kualitas layanan pembayaran digital (*Digital Payment Quality*) tidak memadai. Kualitas sistem pembayaran digital (*Digital Payment Quality*) dalam pelaku usaha khususnya *merchant* ini mencakup keandalan sistem, kecepatan pemrosesan transaksi, serta kestabilan layanan. *Merchant* dalam menunjang operasional usahanya membutuhkan sistem pembayaran yang mampu bekerja dengan cepat, akurat, dan aman agar proses transaksi berjalan lancar. Penelitian (Rahayu *et al.*, 2025) menjelaskan bahwa sejumlah studi empiris sebelumnya telah mendemonstrasikan bahwa kualitas pembayaran digital memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pengguna sistem informasi dalam berbagai konteks aplikasi.

Kualitas pembayaran digital (*digital payment quality*) yang baik pada penggunaan QRIS akan memberikan pengalaman transaksi yang lebih positif bagi *merchant*. Sistem yang responsif dan minim gangguan akan memudahkan *merchant* dalam melayani pembayaran konsumen, serta menurunkan risiko kesalahan transaksi. Sebaliknya, apabila QRIS sering mengalami gangguan, lambat memproses pembayaran, atau pencairan dananya tidak berjalan sesuai harapan, maka *merchant* dapat menilai kualitas sistem tersebut rendah (Zahroh *et al.*, 2025). Penilaian inilah yang pada akhirnya memengaruhi tingkat kepuasan *merchant* sebagai pengguna, karena kualitas sistem yang dirasakan secara langsung akan membentuk pengalaman penggunaan dalam aktivitas usaha sehari-hari, sehingga memperkuat peralihan dari penggunaan uang tunai menuju pembayaran digital (Afrizal *et al.*, 2023). Fenomena ini dikenal sebagai *cashless society*, yaitu kondisi ketika masyarakat secara luas lebih memilih menggunakan instrumen pembayaran digital seperti kartu debit/kredit, dompet digital (*e-wallet*), dan kode QR sebagai pengganti uang tunai dalam kegiatan ekonomi sehari-hari (Rahimah & Yani, 2023). Peralihan ini tidak terjadi secara instan, melainkan didorong oleh pengalaman positif yang berulang terhadap sistem pembayaran digital QRIS yang mampu memberikan kemudahan, kecepatan, secara konsisten sehingga semakin besar pula manfaat yang bisa dirasakan pengguna (*perceived usefulness*), karena sistem yang mudah, praktis, dan cepat yang dapat membantu dalam melakukan transaksi sehari-hari.

Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan persepsi yang dimiliki oleh seseorang bahwa sistem pembayaran digital dirasa mendatangkan manfaat dalam aktivitas sehari-hari khususnya bagi kegiatan bisnis, seperti manfaat efisiensi, menunjang pekerjaan, dan sebagainya (Biduri *et al.*, 2021). Ketika *merchant* merasa bahwa teknologi pembayaran yang mereka gunakan benar-benar memberikan kontribusi positif terhadap kehidupan sehari-hari, maka tingkat adopsi dan kepuasan terhadap sistem akan meningkat secara signifikan (Simbolon & Klesia, 2024; Solihati *et al.*, 2025). Meskipun *Digital Payment Quality* membangun fondasi kemudahan dan efisiensi, keberhasilan adopsi QRIS tidak akan optimal tanpa persepsi tentang manfaat nyata (*perceived usefulness*) yang dirasakan. *Merchant* yang merasakan bahwa

layanan pembayaran digital memberikan manfaat nyata seperti efisiensi transaksi dan kemudahan dalam aktivitas pembayaran cenderung menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi terhadap layanan yang digunakan (Rahayu *et al.*, 2025).

Kualitas sistem (*Digital Payment Quality*), persepsi kemudahan (*Perceived ease of use*), dan persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) tidak selalu diterjemahkan secara seragam oleh setiap individu secara langsung menghasilkan kepuasan penggunaan QRIS, karena respons *merchant* terhadap kualitas dan kegunaan sistem turut dipengaruhi oleh karakteristik psikologis yang melekat pada diri masing-masing. Dengan kata lain, QRIS juga memiliki pengaruh positif, tergantung pada sikap pengguna terhadap QRIS (Wati *et al.*, 2025). Secara konseptual, sistem yang mudah digunakan, memiliki kualitas pembayaran digital yang baik, serta bermanfaat seharusnya meningkatkan kepuasan. Namun dalam realitanya, respons pengguna terhadap sistem pembayaran digital dapat berbeda-beda, meskipun mereka menggunakan *platform* yang sama. Penelitian terdahulu (Hadi & Bhilawa, 2025), menunjukkan bahwa terdapat sejumlah faktor yang memengaruhi keinginan individu untuk menggunakan sistem pembayaran digital, seperti persepsi terhadap manfaat dan kemudahan teknologi, serta pengalaman pribadi. Hal ini menjadi semakin relevan ketika aspek psikologis individu turut memengaruhi proses evaluasi dan penerimaan teknologi. Salah satu faktor kepribadian yang relevan dalam konteks ini adalah *Neuroticism*.

Neuroticism merupakan salah satu dari lima faktor kepribadian utama dalam Model Lima Faktor Kepribadian, yang juga dikenal sebagai model *Big Five* (Munjirin *et al.*, 2023). Kepribadian *neuroticism* ini adalah dimana sikap yang mencerminkan emosi negatif seperti kecemasan, kekhawatiran, dan ketidakstabilan emosional (Liu *et al.*, 2023). Dalam konteks penggunaan QRIS, *Neuroticism* dapat mempengaruhi hubungan antara *Perceived Usefulness* dan kepuasan *merchant*, karena individu dengan tingkat *neuroticism* tinggi cenderung lebih sensitif terhadap risiko dan ketidakpastian, sehingga manfaat yang dirasakan (*Perceived Usefulness*) dari QRIS bisa tereduksi oleh kekhawatiran berlebih. Misalnya, meskipun QRIS dirasakan berguna untuk mempercepat transaksi. Implementasinya masih menghadapi beberapa keterbatasan, seperti adanya batasan nominal transaksi, biaya bagi *merchant* (Hadi & Bhilawa, 2025).

Kerentanan psikologis ini menjadi semakin relevan ketika QRIS ditempatkan dalam konteks *merchant* Usaha Kecil dan Menengah (UKM), yang memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam penyerapan tenaga kerja dan distribusi aktivitas ekonomi. Data yang dirilis oleh (Bank Indonesia, 2026) menunjukkan bahwa penggunaan QRIS oleh pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) terus mengalami peningkatan yang signifikan. Volume transaksi per *merchant* tercatat tumbuh sebesar 82,78% pada triwulan IV tahun 2025 dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya, pertumbuhan tersebut terutama terjadi pada kategori Usaha Kecil yang meningkat sebesar 141,56%, diikuti oleh Usaha Mikro sebesar 97,69%, serta Usaha Menengah sebesar 61,02% (Bank Indonesia, 2026). Peningkatan ini menunjukkan bahwa sistem pembayaran berbasis QRIS semakin banyak diadopsi oleh *merchant* sebagai sarana transaksi dalam kegiatan bisnis, khususnya oleh pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang secara langsung memanfaatkan sistem pembayaran digital tersebut dalam operasional usaha sehari-hari.

Meskipun peningkatan jumlah *merchant* QRIS pada pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia, termasuk pada tingkat daerah khususnya Bali, menunjukkan perkembangan adopsi yang pesat, hal tersebut belum tentu mencerminkan bahwa seluruh *merchant* memiliki tingkat kepuasan penggunaan yang sama. Perbedaan persepsi penggunaan dapat terjadi karena adanya variasi karakteristik individu dalam mengevaluasi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), kualitas sistem pembayaran digital (*digital payment quality*), serta manfaat yang diperoleh (*perceived usefulness*) dari penggunaan QRIS dalam kegiatan transaksi sehari-hari. Salah satu karakteristik individu ini yaitu faktor psikologis seperti kecenderungan kecemasan (*neuroticism*) juga dapat memengaruhi cara *merchant* dalam merespons penggunaan sistem pembayaran digital (Rahimi *et al.*, 2024).

Kondisi ini tidak terlepas dari adanya faktor teknis yang dihadapi dalam penggunaan QRIS yang sering dihadapi *merchant* QRIS yaitu adanya keterlambatan proses *settlement* dana, yaitu proses pencairan dana hasil transaksi yang tidak selalu diterima secara langsung oleh *merchant* pada hari yang sama, melainkan mengikuti mekanisme pencairan pada hari kerja tertentu (Utami *et al.*, 2025). Proses pencairan dana dari transaksi QRIS ke rekening bank *merchant* UKM biasanya memerlukan waktu hingga beberapa hari, tergantung pada kebijakan penyedia layanan dan waktu operasional bank (Siregar *et al.*, 2025). Pencairan yang tertunda terutama pada hari non-operasional bank seperti akhir pekan atau hari libur dapat menghambat kelancaran aktivitas usaha (Vanni & Nadan, 2023). Hal ini menjadi tantangan besar bagi *merchant* UKM yang membutuhkan perputaran modal cepat untuk menjaga kelancaran operasional harian mereka.

Kondisi teknis yang dihadapi *merchant* juga berkaitan dengan adanya kebijakan *Merchant Discount Rate* (MDR). Bank Indonesia menetapkan MDR sebesar 0,3% untuk UMKM dan hingga 0,7% untuk *merchant* non-UMKM (Bank Indonesia, 2026). Kebijakan tersebut menyebabkan sebagian *merchant* UKM dalam mengadopsi QRIS akan mempertimbangkan kembali penggunaan QRIS karena adanya potensi pengurangan margin keuntungan dari setiap transaksi yang dilakukan (Darmansyah *et al.*, 2025). Meskipun tergolong rendah, biaya tersebut tetap dirasakan membebani oleh pelaku usaha dengan margin keuntungan yang relatif terbatas (Ariani *et al.*, 2025). Hal ini sejalan dengan penelitian (Utami *et al.*, 2025) mengungkapkan bahwa sebagian *merchant* mengalami penurunan penggunaan QRIS karena keberatan terhadap biaya MDR sebesar 0,3% yang menjadi tanggungan *merchant* dan tidak dapat dialihkan kepada konsumen. Selain itu, regulasi (Bank Indonesia, 2023) yang melarang *merchant* membebankan biaya tambahan kepada konsumen menyebabkan seluruh beban MDR ditanggung oleh pelaku usaha, sehingga semakin memperkuat sensitivitas UKM terhadap biaya transaksi (Ariani *et al.*, 2025).

Meskipun kebijakan (Bank Indonesia, 2023) menetapkan MDR sebesar 0% khusus untuk kategori Usaha Mikro untuk transaksi maksimal Rp500.000 sebagai upaya peningkatan adopsi QRIS, ketentuan tersebut tidak sepenuhnya berlaku bagi Usaha Kecil dan Usaha Menengah (UKM), yang masih dikenakan biaya transaksi. Dalam kondisi tersebut, karakteristik kepribadian seperti *neuroticism* dapat memengaruhi bagaimana *merchant* UKM menilai manfaat dan risiko penggunaan QRIS dalam aktivitas usahanya (Munjirin *et al.*, 2023). Akibatnya, meskipun QRIS memberikan kemudahan, kualitas, dan manfaat dalam mempercepat transaksi,

kekhawatiran terhadap potongan biaya transaksi (*Merchant Discount Rate*) maupun keterlambatan pencairan dana (*Delay Settlement Transaction*) dapat menimbulkan persepsi negatif yang pada akhirnya memengaruhi tingkat kepuasan *merchant*.

Meningkatnya penggunaan sistem pembayaran digital di Indonesia, khususnya melalui implementasi Bank Indonesia dengan menghadirkan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*), menunjukkan adanya transformasi signifikan dalam perilaku transaksi masyarakat dan pelaku UKM. QRIS dirancang untuk menghadirkan sistem pembayaran yang terintegrasi, efisien, dan mudah digunakan. Namun, tingginya tingkat adopsi belum tentu mencerminkan tingkat kepuasan *merchant* yang optimal. Kepuasan *merchant* dalam menggunakan QRIS dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*), kualitas sistem pembayaran digital (*Digital Payment Quality*), serta persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*). Meskipun secara konseptual ketiga faktor tersebut seharusnya meningkatkan kepuasan, dalam praktiknya masih ditemukan kendala teknis, keterlambatan *settlement* dana, beban *Merchant Discount Rate* (MDR), serta gangguan sistem yang dapat memengaruhi pengalaman *merchant*.

Technology Acceptance Model (TAM)

Model *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan kerangka teoritis fundamental yang digunakan untuk membedah mekanisme individu dalam menerima serta memanfaatkan teknologi baru dalam aktivitas mereka (Wicaksono, 2022). Model ini pertama kali diinisiasi oleh Fred D. Davis pada tahun 1986 dan dipopulerkan melalui jurnal *MIS Quarterly* pada tahun 1989. TAM lahir sebagai adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB), namun dengan fokus spesifik pada konteks komputasi. Davis berargumen bahwa perilaku penggunaan teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh norma subjektif, tetapi lebih dominan ditentukan oleh persepsi internal pengguna (Davis, 1989).

Dalam struktur TAM, terdapat dua konstruk utama yang menjadi penentu adopsi: *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU). PU merujuk pada keyakinan pengguna bahwa teknologi tersebut akan meningkatkan produktivitas atau efektivitas kerja mereka. Sementara itu, PEOU berkaitan dengan sejauh mana teknologi dianggap bebas dari upaya fisik maupun mental yang berat. Jika pengguna merasa sebuah sistem bermanfaat dan mudah dioperasikan, mereka akan membentuk sikap positif (*Attitude Toward Using*), yang kemudian melahirkan niat berperilaku (*Behavioral Intention*) hingga akhirnya bermuara pada penggunaan nyata (*Actual System Use*). Penelitian kontemporer (Naufalia *et al.*, 2025; Araujo *et al.*, 2025) menegaskan bahwa manfaat dan kemudahan tetap menjadi variabel krusial dalam ekosistem digital saat ini.

Expectation Confirmation Theory (ECT)

Expectation Confirmation Theory (ECT), yang dikembangkan oleh Richard L. Oliver (1980), berfokus pada fenomena pasca-adopsi, yaitu bagaimana kepuasan pengguna terbentuk. Teori ini mempostulatkan bahwa kepuasan adalah hasil evaluasi psikologis dari perbandingan antara harapan awal (*expectations*) dengan kinerja aktual yang dirasakan (*perceived performance*).

Proses dalam ECT berlangsung secara linier: pengguna membangun harapan sebelum menggunakan layanan; setelah berinteraksi, muncul persepsi kinerja; kemudian terjadi proses konfirmasi atau diskonfirmasi. Jika kinerja melampaui

harapan, terjadi konfirmasi positif yang memicu kepuasan (*satisfaction*). Sebaliknya, jika realita di bawah ekspektasi, muncul diskonfirmasi negatif yang berujung pada kekecewaan (Bhattacharjee, 2001). Dalam konteks pembayaran digital, ECT sangat relevan untuk menganalisis keberlanjutan penggunaan (*continuance intention*), di mana kepuasan menjadi jembatan antara pengalaman masa lalu dengan keputusan penggunaan di masa depan (Rahi *et al.*, 2022; Liu *et al.*, 2023).

Information System Success Model (ISSM)

Model Kesuksesan Sistem Informasi yang dikembangkan oleh DeLone & McLean (2003) menyediakan kerangka komprehensif untuk mengukur efektivitas sistem melalui enam dimensi yang saling terkait. Tiga pilar utama dalam model ini adalah Kualitas Sistem (*System Quality*) yang berfokus pada aspek teknis dan performa, Kualitas Informasi (*Information Quality*) yang menilai akurasi dan relevansi output, serta Kualitas Layanan (*Service Quality*) yang mengukur dukungan dari penyedia sistem.

Ketiga dimensi kualitas ini secara simultan memengaruhi Penggunaan (*Use*) dan Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*). Hasil akhir dari interaksi ini adalah munculnya Manfaat Bersih (*Net Benefits*), baik bagi individu maupun organisasi (Widyaningrum *et al.*, 2024). Dalam implementasi QRIS, ISSM membantu memetakan bagaimana infrastruktur teknologi yang stabil dan informasi transaksi yang transparan dapat membangun kepercayaan pengguna. Integrasi ketiga aspek kualitas ini sering disebut sebagai *Digital Payment Quality*, yang menjadi fondasi utama dalam menciptakan pengalaman bertransaksi yang unggul dan memuaskan.

Big Five Personality

Teori *Big Five Personality* merupakan model taksonomi kepribadian yang paling diakui secara luas, yang pertama kali dicetuskan oleh Lewis Goldberg (1981) dan dikembangkan secara mendalam oleh McCrae & Costa (1999). Model ini mengklasifikasikan sifat manusia ke dalam lima dimensi utama yang dikenal dengan akronim OCEAN:

1. *Openness to Experience*: Tingkat keterbukaan terhadap inovasi dan ide baru.
2. *Conscientiousness*: Tingkat keteraturan, disiplin, dan tanggung jawab.
3. *Extraversion*: Tingkat kenyamanan dalam interaksi sosial dan stimulasi luar.
4. *Agreeableness*: Tingkat kooperatif dan kepercayaan terhadap orang lain.
5. *Neuroticism*: Tingkat ketidakstabilan emosional dan kerentanan terhadap stres.

Dalam studi teknologi, dimensi *Neuroticism* menjadi variabel yang menarik karena individu dengan skor tinggi cenderung memiliki kecemasan yang lebih besar terhadap risiko keamanan data dan kegagalan sistem. Ketidakstabilan emosional ini sering kali memicu persepsi negatif terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat teknologi (Changchit *et al.*, 2026). Perbedaan karakteristik kepribadian ini menjelaskan mengapa satu teknologi yang sama dapat diterima secara berbeda oleh individu yang berbeda, tergantung pada bagaimana struktur psikologis mereka memproses risiko dan peluang (Joshi *et al.*, 2023).

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Denpasar, Provinsi Bali. Pemilihan lokasi didasarkan pada data Bank Indonesia (2025) yang mencatat Denpasar sebagai wilayah dengan adopsi QRIS tertinggi di Bali, yakni mencapai 415.786 *merchant* atau sekitar



40% dari total sebaran di Bali. Sebagai pusat ekonomi, Denpasar didominasi oleh pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang telah mengintegrasikan pembayaran digital dalam transaksi harian, sehingga sangat relevan untuk mengukur variabel *perceived ease of use*, *digital payment quality*, dan *perceived usefulness* terhadap kepuasan *merchant*.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *merchant* UKM di Kota Denpasar yang menggunakan sistem QRIS. Mengingat jumlah populasi secara pasti tidak dapat diakses karena kerahasiaan data perbankan, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode *purposive sampling*. Kriteria responden meliputi: (1) UKM berdomisili di Denpasar, (2) Menggunakan QRIS dalam transaksi, dan (3) Minimal telah menerima pembayaran melalui QRIS sebanyak satu kali.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari sumber pertama. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, baik secara langsung maupun daring melalui media sosial. Instrumen kuesioner menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel-variabel penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS. Metode ini dipilih karena fleksibilitasnya dalam memprediksi hubungan antar variabel laten. Tahapan analisis terdiri dari dua sub-model:

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model dinilai untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen:

1. **Convergent Validity:** Diukur melalui *outer loading* (target > 0,70) dan *Average Variance Extracted* (AVE) dengan nilai minimal 0,50.
2. **Discriminant Validity:** Menggunakan metode *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) dengan ambang batas < 0,90 untuk memastikan perbedaan antar konstruk.
3. **Reliability:** Diukur melalui *Cronbach's Alpha* (> 0,60) dan *Composite Reliability* (> 0,70).

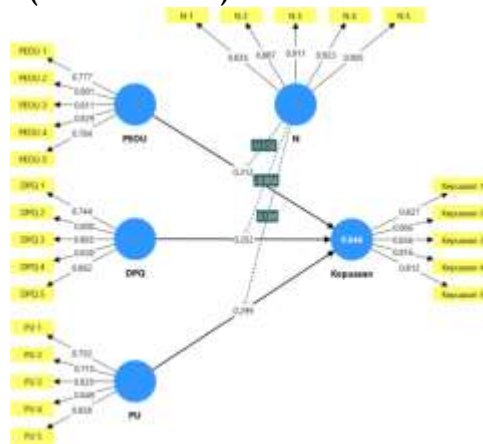
Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model digunakan untuk menguji kekuatan hubungan antar konstruk melalui:

1. R-Square: Menilai kemampuan variabel independen dalam menjelaskan varians variabel dependen.
2. f-Square: Mengukur besarnya kontribusi atau dampak (*effect size*) setiap variabel independen dalam model.
3. Q-Square: Menilai relevansi prediktif model (harus > 0).
4. Uji Pengaruh Langsung: Menggunakan prosedur *bootstrapping* untuk melihat nilai *t-statistic* ($\geq 1,96$) dan *p-value* ($\leq 0,05$).
5. Uji Moderasi: Menganalisis peran variabel Neuroticism dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antar variabel utama. Hasil moderasi diklasifikasikan menjadi *Pure*, *Quasi*, *Predictor*, atau *Homologizer Moderation* berdasarkan signifikansi efek interaksi dan pengaruh langsungnya terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)



Gambar 4.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)
Sumber: *Output SmartPLS* (2026)

Uji Validitas Konvergen

Pengujian validitas konvergen melalui *software* SmartPLS dilakukan dengan mengevaluasi nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Hasil analisis menunjukkan seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* di atas 0,7, yang berarti data memiliki tingkat validitas tinggi. Selain itu, nilai AVE pada setiap variabel penelitian telah melampaui ambang batas 0,5. Dengan demikian, seluruh konstruk dinyatakan memenuhi kriteria validitas konvergen dan layak digunakan.

Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dievaluasi menggunakan cross loading dan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT). Hasil pengujian cross loading menunjukkan nilai *loading* setiap item terhadap konstruknya sendiri lebih tinggi dibandingkan terhadap konstruk lain ($> 0,7$). Selanjutnya, seluruh nilai HTMT antar-konstruk berada di bawah 0,90, dengan nilai tertinggi 0,776 (Kepuasan *Merchant* dan *Perceived Usefulness*) dan terendah 0,044. Hal ini membuktikan bahwa setiap variabel mampu membedakan diri secara memadai tanpa keterkaitan berlebih, sehingga kriteria validitas diskriminan terpenuhi sepenuhnya.

Uji Reliabilitas (*Reliability*)

Uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi tingkat konsistensi internal dari instrumen penelitian. Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila nilai *composite reliability* dan *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,70. Kedua ukuran tersebut berfungsi untuk menilai sejauh mana indikator-indikator dalam satu variabel mampu memberikan hasil yang stabil, konsisten, dan dapat dipercaya dalam mengukur konstruk yang diteliti.

Tabel 4.1 Nilai Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
DPQ	0,887	0,903	0,917
Kepuasan	0,892	0,894	0,921
N	0,937	0,948	0,952

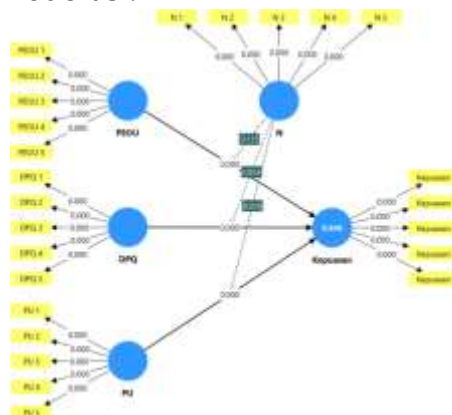
PEOU	0,861	0,872	0,899
PU	0,869	0,878	0,905

Sumber: *Output SmartPLS (2026)*

Berdasarkan Tabel 4.1, seluruh konstruk dalam penelitian ini menunjukkan nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* yang telah melampaui batas minimum yang disyaratkan, yaitu 0,70. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap variabel memiliki tingkat konsistensi internal yang baik. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinilai reliabel karena mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten dan dapat diandalkan.

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural (*inner model*) dalam analisis PLS digunakan untuk menguji hubungan antar variabel laten dalam penelitian. Evaluasi model diukur melalui nilai R-Square (R^2) untuk menilai kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, F-Square (f^2) untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel, serta Q-Square (Q^2) untuk mengukur kemampuan prediktif model. Selain itu, nilai t-statistics digunakan untuk menentukan tingkat signifikansi pengaruh yang terjadi melalui prosedur *bootstrapping* untuk hasil pengujian hipotesis, termasuk pengaruh variabel moderasi.



Gambar 4.2 Model Struktural (*Inner Model*)

Sumber: *Output SmartPLS (2026)*

Evaluasi Model Struktural melalui R-Square (R^2)

Nilai R-Square (R^2) merupakan koefisien determinasi yang menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogen pada model struktural. Menurut (Hair *et al.* 2019), nilai R-Square dapat diklasifikasikan ke dalam tiga tingkat kekuatan, yaitu sebesar 0,75 yang menunjukkan model kuat (*substantial*), 0,50 yang menunjukkan model moderat (*moderate*), dan 0,25 yang menunjukkan model lemah (*weak*). Berikut merupakan hasil pengujian R-Square dalam penelitian ini.

Tabel 4.2 Nilai R-Square

	R-square	R-square adjusted
Kepuasan	0,646	0,625

Sumber: *Output SmartPLS (2026)*

Berdasarkan Tabel 4.2, nilai R-Square (R^2) untuk variabel kepuasan sebesar 0,646, dan nilai R-Square *adjusted* sebesar 0,625. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 64,6% variasi pada variabel kepuasan *merchant* dapat dijelaskan oleh variabel-variabel

eksogen dalam model, sedangkan sisanya sebesar 35,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Mengacu pada kriteria (Hair *et al.* 2019), nilai R-Square sebesar 0,646 termasuk dalam kategori moderat (*moderate*), sehingga model penelitian ini memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan variabel kepuasan *merchant*.

Evaluasi Model Struktural melalui F-Square (f^2)

Nilai *f-Square* (f^2) digunakan untuk mengukur besaran efek (*effect size*) dari setiap variabel eksogen dalam berkontribusi menjelaskan variabel endogen. Menurut (Hair *et al.* 2019), kriteria nilai F-square adalah 0,02 (kecil), 0,15 (menengah), dan 0,35 (besar).

Tabel 4.3 Nilai F-Square

	Kepuasan
DPQ	0,110
N	0,071
PEOU	0,148
PU	0,124
N x PEOU	0,016
N x DPQ	0,000
N x PU	0,040

Sumber: Output SmartPLS (2026)

Berdasarkan tabel 4.14, variabel Perceived Ease of Use (PEOU) memiliki nilai f^2 sebesar 0,148 yang termasuk dalam kategori kecil (*small*), menjadikannya faktor paling dominan dalam memengaruhi kepuasan *merchant* dibandingkan variabel lainnya. Sementara itu, variabel *Perceived Usefulness* (PU) dan *Digital Payment Quality* (DPQ) masing-masing memiliki nilai f^2 sebesar 0,124 dan 0,110 yang tergolong dalam kategori kecil (*small*), menunjukkan kontribusi yang nyata namun terbatas bagi model. Adapun variabel *Neuroticism*, sebagai variabel dalam bentuk interaksi (moderasi), secara keseluruhan berada pada kategori kecil hingga tidak memiliki efek. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor kepribadian memiliki peran yang relatif rendah dalam menjelaskan besaran pengaruh pada model kepuasan *merchant* QRIS dalam penelitian ini.

Evaluasi Model Struktural melalui Q-Square (Q^2)

Q-Square (Q^2) digunakan untuk menilai sejauh mana model memiliki kemampuan prediktif terhadap varians variabel dependen dalam model struktural. Nilai Q^2 yang lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang baik, sedangkan nilai Q^2 yang kurang dari 0 mengindikasikan bahwa model tidak memiliki kemampuan prediktif yang memadai (Hair *et al.*, 2019).

Tabel 4.4 Nilai Q-Square

	$Q^2_{predict}$	RMSE	MAE
Kepuasan	0,605	0,642	0,495

Sumber: Output SmartPLS (2026)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.4, diperoleh nilai $Q^2_{predict}$ sebesar 0,605 untuk variabel kepuasan. Nilai tersebut yang lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang baik. Hal ini mengindikasikan bahwa sekitar 60,5% variasi data dapat dijelaskan oleh model yang dibangun. Dengan

demikian, model penelitian ini memiliki relevansi prediktif yang cukup baik dan layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel laten.

Pengujian Hipotesis

Tabel 4.5 Hasil Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
DPQ -> Kepuasan	0,252	0,255	0,068	3,725	0,000	Diterima
N -> Kepuasan	-0,170	-0,173	0,049	3,476	0,001	Diterima
PEOU -> Kepuasan	0,312	0,306	0,073	4,284	0,000	Diterima
PU -> Kepuasan	0,299	0,300	0,078	3,835	0,000	Diterima

Sumber: *Output SmartPLS (2026)*

Dari uji pada Tabel 4.5, dapat diuraikan pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu kepuasan merchant QRIS sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis *Perceived Ease of Use*: Memiliki koefisien jalur 0,312 dengan P-Value 0,000. H1 diterima, menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan sistem QRIS secara signifikan meningkatkan kepuasan merchant. Semakin praktis pengoperasian sistem, semakin nyaman dan puas pengguna dalam bertransaksi.
2. Pengujian hipotesis *Digital Payment Quality* terhadap Kepuasan Merchant QRIS menghasilkan koefisien jalur 0,252 dan P-Value 0,000. H2 diterima, membuktikan bahwa kualitas layanan yang mencakup kecepatan, keamanan, dan keandalan sistem berkontribusi positif terhadap peningkatan kepuasan merchant.
3. Pengujian hipotesis *Perceived Usefulness* terhadap Kepuasan Merchant QRIS: dengan koefisien 0,299 dan P-Value 0,000, H3 diterima. Hal ini mengonfirmasi bahwa manfaat nyata yang dirasakan, seperti efisiensi waktu dan kemudahan pengelolaan transaksi, secara langsung memperkuat kepuasan pengguna.
4. Pengujian hipotesis *Neuroticism* terhadap Kepuasan Merchant QRIS, menghasilkan koefisien jalur negatif -0,170 dengan P-Value 0,001. Temuan ini menunjukkan pengaruh negatif signifikan, di mana tingginya tingkat kecemasan dan kekhawatiran merchant terhadap risiko transaksi dapat menurunkan kepuasan mereka, meskipun sistem QRIS telah dianggap mudah dan bermanfaat.

Pengujian Moderasi

Tabel 4.6 Hasil Uji Moderasi

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
N x DPQ -> Kepuasan	-0,004	-0,012	0,069	0,058	0,954	Ditolak
N x PEOU -> Kepuasan	-0,112	-0,109	0,071	1,577	0,115	Ditolak
N x PU -> Kepuasan	0,188	0,189	0,080	2,358	0,018	Diterima

Sumber: *Output SmartPLS (2026)*

Berdasarkan analisis interaksi pada Tabel 4.6, pengaruh variabel moderasi *neuroticism* diuraikan sebagai berikut:

1. Moderasi pada *Perceived Ease of Use* (H4): Menghasilkan P-Value $0,115 > 0,05$, sehingga H4 ditolak. Faktor kepribadian tidak memengaruhi hubungan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan secara signifikan.
2. Moderasi pada *Digital Payment Quality* (H5): Memperoleh P-Value $0,954 > 0,05$, sehingga H5 ditolak. Kepuasan terhadap kualitas sistem yang baik dirasakan secara universal tanpa dipengaruhi tingkat kecemasan pengguna.
3. Moderasi pada *Perceived Usefulness* (H6): Memperoleh koefisien $0,188$ dan P-Value $0,018 < 0,05$, sehingga H6 diterima. Neuroticism secara signifikan memperkuat pengaruh manfaat terhadap kepuasan; merchant yang lebih cemas akan merasa jauh lebih puas saat merasakan manfaat nyata dari QRIS.
4. Variabel *neuroticism* dikategorikan sebagai quasi moderator karena selain memoderasi persepsi manfaat, ia juga memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepuasan merchant, sehingga berperan ganda dalam model penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap Kepuasan Merchant QRIS

Hasil analisis data dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan merchant QRIS di Kota Denpasar. Secara statistik, temuan ini didukung oleh nilai original sample sebesar $0,312$ dan nilai t-statistic yang sangat kuat ($4,284$), jauh melampaui ambang batas signifikansi. Hal ini mengindikasikan bahwa ketika para pelaku UKM merasa sistem QRIS tidak memerlukan upaya kognitif yang besar seperti mudah dipahami alurnya, praktis pengoperasiannya, dan minim kendala teknis maka tingkat kepuasan mereka sebagai pengguna akan meningkat secara linear. Secara teoritis, temuan ini memberikan validasi empiris terhadap *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dipelopori oleh (Davis, 1989), di mana kemudahan penggunaan merupakan determinan utama yang membentuk sikap dan kepuasan pengguna. Bagi merchant UKM di Denpasar, QRIS dipandang sebagai teknologi yang "ramah pengguna". Kemudahan ini menghilangkan rasa takut akan teknologi (*technophobia*) dan menggantinya dengan rasa percaya diri saat bertransaksi. Kepuasan muncul karena teknologi tersebut tidak menjadi beban tambahan, melainkan solusi yang mempermudah aktivitas operasional sehari-hari.

Pengaruh *Digital Payment Quality* terhadap Kepuasan Merchant QRIS

Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kualitas pembayaran digital berpengaruh positif terhadap kepuasan merchant juga terbukti secara signifikan. Kualitas sistem yang mencakup aspek kecepatan transaksi, keamanan data, serta keandalan koneksi menjadi pondasi utama dalam membangun pengalaman pengguna yang positif. Data deskriptif menunjukkan responden berada pada kategori "Setuju", yang mencerminkan bahwa infrastruktur QRIS saat ini telah memenuhi standar ekspektasi pelaku UKM. Kaitan temuan ini dengan *Information System Success Model* (ISSM) dari (DeLone & McLean, 2003) sangat erat, di mana kualitas sistem (*system quality*) dan kualitas informasi (*information quality*) merupakan prediktor langsung dari kepuasan pengguna (*user satisfaction*). Dalam konteks pembayaran digital, kegagalan transaksi sekecil apa pun dapat merugikan merchant secara

finansial. Oleh karena itu, ketika sistem QRIS bekerja secara stabil dan aman, muncul *positive confirmation* sesuai dengan *Expectation Confirmation Theory* (ECT). *Merchant* merasa bahwa kinerja aktual teknologi sesuai dengan harapan mereka akan sistem pembayaran yang andal, sehingga memicu loyalitas dan kepuasan yang mendalam.

Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Kepuasan *Merchant* QRIS

Selain kemudahan dan kualitas, manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) terbukti menjadi pendorong signifikan bagi kepuasan *merchant*. Dengan nilai *original sample* 0,299 dan signifikansi yang kuat, penelitian ini menunjukkan bahwa kegunaan pragmatis dari QRIS seperti percepatan proses pembayaran, kemudahan pencatatan transaksi secara otomatis, dan modernisasi tampilan usaha memberikan dampak psikologis yang positif bagi *merchant*. Sesuai dengan kerangka TAM, kegunaan adalah motivasi ekstrinsik utama seseorang menggunakan teknologi. Jika seorang pemilik UKM merasakan bahwa QRIS membantu meningkatkan kinerja usahanya atau menghemat waktu dalam mengelola kembalian uang tunai, maka ia akan memberikan evaluasi positif terhadap teknologi tersebut. Kepuasan di sini bukan hanya soal perasaan senang, melainkan hasil dari perhitungan rasional bahwa teknologi ini memberikan nilai tambah (*value-added*) bagi kelangsungan bisnis mereka.

Peran *Neuroticism* Memoderasi Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap Kepuasan *Merchant* QRIS

Berbeda dengan faktor teknis, variabel kepribadian *neuroticism* ditemukan tidak mampu memoderasi hubungan antara kemudahan penggunaan dan kepuasan *merchant*. Nilai p-value sebesar 0,115 yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa tingkat kecemasan atau stabilitas emosional seseorang tidak mengubah pengaruh kemudahan sistem terhadap kepuasan. Temuan ini menarik karena menunjukkan bahwa aspek "kemudahan" bersifat sangat objektif dan teknis. Jika suatu sistem memang dirancang *user-friendly*, maka baik individu yang tenang maupun individu yang memiliki tingkat kecemasan tinggi (*high neuroticism*) akan tetap merasakan kemudahan yang sama. Seperti yang dikemukakan oleh (Changchit *et al.*, 2024), pada sistem yang sudah matang dan sangat mudah dioperasikan, faktor kepribadian kehilangan daya dominasinya. *Merchant* tetap merasa puas selama sistem tersebut tidak menyulitkan mereka, terlepas dari bagaimana karakteristik emosional mereka sehari-hari.

Peran *Neuroticism* Memoderasi Pengaruh *Digital Payment Quality* terhadap Kepuasan *Merchant* QRIS

Hasil serupa juga ditemukan pada interaksi antara *neuroticism* dan kualitas pembayaran digital. Data menunjukkan bahwa kualitas sistem yang baik bersifat universal; artinya, stabilitas dan keamanan sistem dirasakan manfaatnya secara merata oleh semua tipe kepribadian. Tidak adanya pengaruh moderasi ini menegaskan bahwa kualitas adalah standar mutlak yang diinginkan oleh setiap pengguna. Dalam perspektif ISSM, kualitas sistem adalah atribut teknis yang tidak bergantung pada kondisi psikologis pengguna untuk dapat dinilai kepuasannya. Seorang *merchant* yang mudah merasa cemas mungkin lebih memperhatikan aspek keamanan, namun ketika sistem terbukti aman dan cepat, ia akan merasa puas sebagaimana *merchant* lainnya yang lebih tenang. Dengan kata lain, keunggulan

teknis QRIS mampu memitigasi perbedaan kepribadian pengguna dalam hal pencapaian kepuasan.

Peran *Neuroticism* Memoderasi Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Kepuasan Merchant QRIS

Temuan paling unik dalam penelitian ini adalah keberhasilan *neuroticism* dalam memoderasi hubungan antara persepsi manfaat dan kepuasan *merchant* secara positif. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat *neuroticism* (kecenderungan merasa cemas atau berhati-hati), maka pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap kepuasan akan semakin kuat. Secara psikologis, individu dengan tingkat *neuroticism* tinggi cenderung lebih waspada terhadap risiko. Oleh karena itu, ketika mereka mendapatkan bukti nyata bahwa QRIS memberikan manfaat—seperti uang yang langsung masuk ke rekening dan menghindari risiko uang palsu—rasa puas yang mereka rasakan akan jauh lebih besar dibandingkan individu yang berkepribadian stabil. Manfaat teknologi berfungsi sebagai "peredam kecemasan" bagi mereka. Temuan ini mendukung teori *Big Five Personality* dan penelitian (Rahimi *et al.*, 2024; Joshi *et al.*, 2023) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat bersifat subjektif dan sangat dipengaruhi oleh kebutuhan psikologis pengguna untuk merasa aman dan terbantu dalam aktivitas ekonominya. Hal ini memberikan kontribusi teoritis baru bahwa dalam mengadopsi teknologi, faktor kepribadian memang berperan, namun lebih pada bagaimana pengguna memaknai manfaat subjektif dari teknologi tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, penggunaan sistem pembayaran digital berbasis QRIS pada merchant UKM di Kota Denpasar dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi kemudahan penggunaan, kualitas pembayaran digital, dan persepsi manfaat. Merujuk pada konsep *Technology Acceptance Model*, kemudahan sistem dalam mengurangi hambatan teknis serta kualitas layanan yang mencakup kecepatan dan keamanan menjadi faktor utama yang mendorong kepuasan merchant. Meskipun persepsi manfaat memberikan nilai tambah dalam efisiensi transaksi dan pengelolaan keuangan, variabel ini ditemukan tidak mampu memoderasi atau memperkuat pengaruh kemudahan dan kualitas terhadap kepuasan. Fenomena ini menjelaskan bahwa kepuasan merchant lebih ditentukan oleh kesesuaian antara harapan awal dengan kinerja aktual sistem secara langsung, sebagaimana prinsip *Expectation Confirmation Theory*, sehingga peran moderasi menjadi kurang signifikan dibandingkan pengalaman penggunaan langsung.

Sebagai saran, pelaku UKM diharapkan terus meningkatkan literasi digital agar pemanfaatan fitur QRIS dapat dilakukan secara optimal untuk efisiensi operasional. Bagi penyedia layanan pembayaran dan perbankan, prioritas utama harus tertuju pada peningkatan keandalan infrastruktur teknis, terutama pada aspek kecepatan transaksi dan keamanan, dibarengi dengan pendampingan intensif bagi merchant. Pemerintah dan regulator, khususnya Bank Indonesia, perlu memperluas program inklusi keuangan digital melalui sosialisasi dan penyediaan infrastruktur yang merata hingga ke level usaha terkecil. Terakhir, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan wilayah dan jumlah responden guna meningkatkan generalisasi hasil. Penggunaan metode penelitian campuran (*mixed-methods*) serta penambahan variabel baru seperti faktor kepercayaan, persepsi risiko,

dan loyalitas pengguna sangat dianjurkan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku penggunaan teknologi pembayaran digital di masa depan. Fokus pada aspek-aspek tersebut akan menjadi kunci utama dalam menjaga keberlanjutan ekosistem digital bagi pelaku usaha kecil dan menengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, A. S. (2024). Adoption of QRIS on Sales Intensity by Mediating the Financial Literacy Level of MSMEs in Surakarta City. *The 18th University Research Colloquium (URECOL)*, 118, 118-128. <https://www.repository.urecol.org/index.php/proceeding/article/view/2939>
- Afrizal, Y. H., Yahya, S. D., & Zakiyabarsi, F. (2023). Menelaah Adopsi Konsumen Pada Cashless Payment Pasca Pandemi Sebagai Upaya Menuju Cashless Society. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, IX(2), 313-328.
- Agustin, A. S., & Fazizah, A. (2025). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Technology Readiness, Dan User Interface Terhadap Keputusan Penggunaan Qris Di M-Banking Brimo Dengan Digital Literacy Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Generasi Y Dan Z Di Kabupaten Pasuruan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 6(5), 284-299.
- Aidilla, F., Biby, S., Mariyudi, & Heriyana. (2024). The Influence Of Openness to Experience, Conscientiousness, Ectroversion, Agreeableness, and Neuroticism an Cellular Service Customer Loyalty In People In Lhokseumawe City. *Journal of Accounting Research, Utility Finance and Digital Assets*, 2, 912-920.
- Ananda, S., & Dwi Lestari, U. (2025). Pengaruh Perceived Risk, Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And Social Influence Terhadap Intention To Use E-Wallet. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 5(1), 731-745.
- Anasfi, K., & Afwa, A. (2025). The Effect of Ease of Use, Perception of Usefulness and Electronic Trust on Satisfaction of Using QRIS as a Digital Payment Method (Case Study of Coffeeshop Consumers in Pekanbaru City). *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 13(2), 328-340. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:283000255>
- Andas, M. A., Yulita, T., Lisna, Y., & Irwansyah. (2025). Model Penerimaan Teknologi (TAM) dalam Adopsi Pembayaran Digital: Kajian Sistematis dan Sintesis Konseptual. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 10(11), 8729-8744. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v10i11.62659>
- Araujo, D. I. M. De, Nabir, A. M., Jainuddin, & Ranawati, T. (2025). Perceived Usefulness Within The Technology Acceptance Model Framework and Fintech Adoption: An Integrated Review Of Findings From Developing Countries. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 9(2), 1-11.
- Ariani, D. V., Utomo, S., & Gegana, R. P. (2025). Implementasi Hukum Atas Pembebanan Biaya Dalam Transaksi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 3(4), 34-42.
- Awaluddin, M. (2023). Evaluating Factors Affecting the Adoption of a Mobile Assisted Business Application Using the Technology Acceptance Model. *Economic and Business Horizon*, 2(3), 75-87. <https://doi.org/10.54518/ebh.2.3.2023.793>

- Azzahra, N., Syafitra, R. I., Cahyani, M. P., Mutia, S. F., Viola, S. A. P., & Habibi, N. (2026). Sosialisasi QRIS Dalam Upaya Meningkatkan Produktivitas UMKM di Desa Kemuning Kecamatan Legok Kabupaten Tangerang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(3), 16003–16011. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.3381>
- Bank Indonesia. (2023, August 18). MDR QRIS Bagi Merchant: Kategorisasi dan Simulasi. Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2025a). *Laporan Perekonomian Indonesia 2024*.
- Bank Indonesia. (2025b). *Laporan Perekonomian Provinsi Bali November 2025*.
- Bank Indonesia. (2026). *Laporan Perekonomian Indonesia 2025*.
- Bardiaman, R., & Puspitaningrum, D. (2025). Analisis Perbandingan Efektivitas QRIS dengan Metode Pembayaran Digital Lainnya pada Generasi Muda di Kota Surakarta terhadap Minat Pengguna Pembayaran Digital. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(6), 203–218. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i6.7026>
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation. *MIS Quarterly*, 25(3), 351–370. <https://doi.org/10.2307/3250921>
- Biduri, S., Hariyanto, W., Loekitasari, S., & Suryani, A. I. (2021). Apakah Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Berpengaruh Terhadap Intention to Use E-Money ? *Jurnal Akuntansi Integratif*, 7(1), 1–12.
- Changchit, C., Cutshall, R., DeLatte, G., Ibrahimov, A., & Changchit, C. (2024). Exploring Personality Traits' Impact on Risk Perception in Mobile Payments. *Journal of Computer Information Systems*, 65(6). <https://doi.org/10.1080/08874417.2024.2325417>
- Changchit, C., Cutshall, R., Pham, L., & Changchit, C. (2026). The influence of personality traits on mobile payment adoption: The moderating role of extraversion and neuroticism. *Acta Psychologica*, 263. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2026.106291>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Darmansyah, A. M., Amaliah, S. R., Fernanda, R. A., Irawan, I. N., & Vhalery, R. (2025). Dampak Kenaikan Tarif Merchant Discount Rate (MDR) Melalui QRIS terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Gedong. *Journal of Accounting, Management, and Financial (JAMFI)*, 02(01), 42–48.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems / Spring*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Editya, S. N., Nikensari, S. I., & Nurjanah, S. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Manfaat Penggunaan E-Wallet: Aplikasi Information System Success Model (ISSM). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 03(05), 649–657.
- Fachri, A., Hidayah, S., & Indriastuti, H. (2021). Influnce of Information Quality and System Quality and Quality of Digital Payments on Consumer Satisfaction and



- Repurchasing Intention on Gojek Users in the City of Samarinda. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(4), 94–111. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v5i4.3805>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giovani, & Oktaroza, M. L. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem Digital Payment dan Kualitas Informasi Digital Payment terhadap Kepuasan Pengguna. *Prosiding Akuntansi*, 7(2), 418–421. <https://doi.org/10.29313/.V0I0.30442>
- Hadi, D. A. S., & Bhilawa, L. (2025). Analisis Faktor yang Memengaruhi Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(3), 240–255. <https://doi.org/10.55606/optimal.v5i1.7357>
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 100027. <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hanifah, H., Salsabillah, L., Fitri, A. T., Febriani, R. M., Hidayatullah, R., & Harmonedi. (2025). Landasan Teori, Penelitian Relevan, Kerangka Berpikir Dan Hipotesis Penelitian Pendidikan. *IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 3, 391–404.
- Hapsari, Y. A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(4), 53–62. <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i4.464>
- Hidayati, N., & Karim, N. K. (2024). Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness Terhadap Minat Penggunaan QRIS Pada Merchant di Lombok Epicentrum Mall. *Jurnal Ganec Suara*, 18(1), 253–262.
- Ihsan, J. M., Imtiyan, K., & Zulkarnaen, M. F. (2026). Integrating SERVQUAL and ECM to Explain E-Wallet Satisfaction and Continuance in Semi-Urban and Rural Indonesia. *Journal of Information Systems and Informatics*, 8(1), 956–991. <https://doi.org/10.63158/journalisi.v8i1.1458>
- Ikwanto, A. N. P., & Indriani, F. (2024). The Impact of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Digital Literacy on QRIS Adoption. *Research Horizon*, 4(6), 281–290. <https://doi.org/10.54518/rh.4.6.2024.422>
- Jogiyanto. (2019). *Kajian Literatur dan Arah Topik Riset ke Depan* (1st ed.). ANDI.
- Joshi, A., Das, S., & Sekar, S. (2023). How Big Five Personality Traits affect Information and Communication Technology Use: A Meta-Analysis. *Australasian Journal of Information Systems* Joshi, 27, 1–39.

- Kurniawati, E. T., Zuhroh, I., & Malik, N. (2021). Literasi dan Edukasi Pembayaran Non Tunai Melalui Aplikasi QR Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Kelompok Milenial. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 5(1), 23–30.
- Laloan, W. T. J., Wenas, R. S., & Loindong, S. S. R. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat Pengguna E-Payment QRIS Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas SAM Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(2), 375–386. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.48312>
- Li, Z., Tulcanaza-Prieto, A. B., & Lee, C. W. (2024). Effect of E-Servicescape on Emotional Response and Revisit Intention in an Internet Shopping Mall. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 19(3), 2030–2050. <https://doi.org/10.3390/jtaer19030099>
- Lisana, L. (2021). Factors influencing the adoption of mobile payment systems in Indonesia. *International Journal of Web Information Systems*, 17(3). <https://doi.org/10.1108/IJWIS-01-2021-0004>
- Liu, J. (2024). Factor Analysis of Satisfaction and Continuance Intention to Use Online Payment Among University Students in Chengdu, China. *The Scholar: Human Sciences*, 16(1), 118–129.
- Liu, Y., Wang, X., Zhai, J., Luo, F., & Xin, T. (2023). The Effect of Neuroticism on Problematic Smartphone Use: A Mediation Model of Self-Control for Males and Females. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 17(1). <https://doi.org/10.5817/CP2023-1-1>
- Luturmas, J. R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Jasa Salon di Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1).
- Malik, A. N. A., Annuar, S. N. S., Yacob, Y., Pakasa, U. I., Ali, J. K., Gregory, M., Enchas, C. A., Shamsuddin, N. E., & Nyandang, J. (2023). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk and Reward Towards E-wallet Usage Intention: A Moderating Role of Trust. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(9), 1699–1714. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v13-i9/17879>
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1999). A Five-Factor Theory of Personality. In L. A. Pervin & O. P. John (Eds.), *Handbook of personality: Theory* (pp. 139–153). Guilford. https://www.researchgate.net/publication/284978581_A_five-factor_theory_of_personality
- Ming, K. L. Y., & Jais, M. (2022). Factors Affecting the Intention to Use E-Wallets During the COVID-19 Pandemic. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 24(1), 82–100. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.64708>
- Munjirin, A., Pahlevi, F., Karmiyati, D., & Assakinah, N. F. (2023). Relationship Between Neuroticism Personality And Academic Performance. *Amandemen: Journal of Learning, Teaching and Educational Studies*, 1(2), 51–61. <https://doi.org/10.61166/amd.v1i2.36>
- Naufalia, V., Windasari, V., Helmy, M. S., & Wilandari, A. (2025). Technology Acceptance and Culture-Based Strategies: Simultaneous Combination in Modifying Traditional Marketing in West Java MSMEs. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 23(01), 14–30. <https://doi.org/10.22219/jep.v23i01.40902>



- Nguyen, H. M., Ho, T. K. T., & Ngo, T. T. (2024). The impact of service innovation on customer satisfaction and customer loyalty: a case in Vietnamese retail banks. *Future Business Journal*, 10(1), 61. <https://doi.org/10.1186/s43093-024-00354-0>
- Nuralam, I. P., Yudiono, N., Fahmi, M. R. A., Yuliaji, E. S., & Hidayat, T. (2024). Perceived ease of use, perceived usefulness, and customer satisfaction as driving factors on repurchase intention: the perspective of the e-commerce market in Indonesia. *Cogent Business and Management*, 11(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2413376>
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://doi.org/10.2307/3150499>
- Patrisia, N. V., & Rismayani, V. (2023). Peran penting QRIS dalam sistem pembayaran terhadap marketing kewirausahaan. *Jurnal Abmas*, 24(1), 17–22. <https://doi.org/10.17509/abmas.v23i1.58910>
- Pontoh, M. A. H., Worang, F. G., & Tumewu, F. J. (2022). The Influence of Perceived Ease of Use, Perceived Risk and Consumer Trust Towards Merchant Intention in Using QRIS as a Digital Payment Method. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 904–913. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42664>
- Prasetyo, S., & Khajar, I. (2025). Peran Persepsi Kemudahan dalam Memediasi Pengaruh Efisiensi dan Kecepatan Transaksi QRIS Terhadap Kepuasan Pengguna di Surakarta. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(6), 9367–9375.
- Rahayu, E. S., Arifin, M. F., & Rohmatulloh, R. (2025). Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Layanan QRIS Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Sistem Pembayaran Digital. *LOGIC : Jurnal Ilmu Komputer Dan Pendidikan*, 3(6), 532–555. <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/logic/article/view/5951>
- Rahi, S., Alghizzawi, M., & Ngah, A. H. (2022). Factors influence user's intention to continue use of e-banking during COVID-19 pandemic: the nexus between self-determination and expectation confirmation model. *EuroMed Journal of Business*, 18(3), 380–396. <https://doi.org/10.1108/EMJB-12-2021-0194>
- Rahimah, A., & Yani, P. (2023). The Effectiveness of QRIS Payments in an Islamic Perspective Based on PADG No.24/1/PADG/2022. *An Nuqud Journal of Islamic Economics*, 2(1), 34–39. <https://doi.org/10.51192/annuqud.v2i1.426>
- Rahimi, Y., Restuti, S., & Wasnury, R. (2024). Analisis Penggunaan QRIS (Quick Response Indonesian Standard) Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(1), 177–187. <https://doi.org/10.21776/jmppk>
- Rahmah, F. R., Damayanti, N. R. S., Armazumi, R., & Azmi, Z. (2024). Penggunaan QRIS Untuk Kemudahan Pembayaran Digital Dari Perspektif Kepuasan Konsumen. *Akuntansi: Jurnal Riset Ilmu Akuntansi*, 3(1), 82–90. <https://doi.org/10.55606/akuntansi.v3i1.1468>
- Ramadhani, N., Buchdadi, A. D., & Fawaiq, M. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan QR Code sebagai Alat Transaksi: Studi pada Generasi Z. *Digital Business Journal (DIGIBIS)*, 2(1), 69–84. <https://doi.org/10.61404/jimi.v2i2.170>

- Saadilah, M. R., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Determination of User Satisfaction in Mobile Banking Services Using the Information Systems Success Model (ISSM) Perspective. *Proceedings of the 5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)*, 187, 257–263.
- Sasriadi, H. A., Imtiyan, K., & Rodi, M. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penerimaan Teknologi Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Layanan Pembayaran Elektronik Melalui Integrasi Service Quality, Technology Acceptance Model, Dan Expectation Confirmation Model. *JIRE (Jurnal Informatika & Rekayasa Elektronika)*, 8(2), 397–413.
- Setiawan, H., Fatmala, I. A., & Hanifah, L. (2025). Analisis Technology Acceptance Model pada penggunaan QRIS (Studi Kasus UMKM Madiun). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 8(1), 318–329. <https://doi.org/10.36778/jesya.v8i1.1801>
- Sharma, S., Durand, R. M., & Gur-Arie, O. (1981). Identification and Analysis of Moderator Variables. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 291–300. <https://doi.org/10.1177/002224378101800303>
- Silaen, M. F., Manurung, S., Nainggolan, C. D., Lecture, S., Tinggi, I., & Ekonomi, A. (2021). Effect Analysis Of Benefit Perception, Ease Perception, Security And Risk Perception Of Merchant Interest In Using Quick Response Indonesia Standard (QRIS). *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(5), 1574–1581. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i5.313>
- Simbolon, F. P., & Klesia, E. (2024). Exploring the Impact of Confirmation, Perceived Usefulness, and Perceived Risk on User Satisfaction and Continuance Intention of Paylater Users. *Binus Business Review*, 15(3), 251–260. <https://doi.org/10.21512/bbr.v15i3.11829>
- Sinurat, E. M., & Sugiyanto, L. B. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Promosi Penjualan melalui Mediasi Attitude Toward Using dan Perceived Security terhadap Behavioral Intention to Use (Studi Empiris: Pengguna Mobile Wallet di Jakarta). *Business Management Journal*, 18(1), 17–35. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2820>
- Siregar, A. J., Aryani, A. D., Utami, D. A., & Nurbaiti. (2025). Penerapan Penggunaan Pembayaran Digital QRIS pada UMKM. *Jurnal Sains Student Research*, 3(1), 344–353.
- Sofyani, H. (2025). Penggunaan Teknik Partial Least Square (PLS) dalam Riset Akuntansi Berbasis Survei. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 80–94. <https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.26199>
- Solihati, G. P., Anah, S., & Anggraini, W. (2025). Fintech User Satisfaction as an Intermediary: Analysis of The Influence of Financial Literacy, Ease of Use, and Trust on User Loyalty in MSMEs. *KEUNIS*, 13(1), 1–17. <https://doi.org/10.32497/keunis.v13i1.6120>
- Solimun, Fernandes, A. A. R., & Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat: Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*. UB Press.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (5th ed.). Alfabeta.
- Syaripa, Arianti, D., & Yeni, H. (2026). Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap Kemudahan dan Kepuasan Masyarakat di Toko Sahabat Kosmetik. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Nusantara*, (1), 150–155.

- Triatha, Y., Setiawan, B., & Wulandari, T. (2025). The Influence Of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use and Digital Financial Literacy on Use Behavior In Digital Payment. *DIE: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 382–398. <https://doi.org/10.30996/die.v15i2>
- Utami, R. M., Novianty, R., & Muis, M. (2025). Pengaruh Merchant Discount Rate terhadap Retensi QRIS pada UMKM Kec. Tanete Riattang Tinjauan dari Perspektif Ekonomi Islam. *ECo-Fin: Economics and Financial*, 7(1), 404–415. <https://doi.org/10.32877/ef.v7i1.2139>
- Vanni, K. M., & Nadan, V. S. (2023). Efektivitas Strategi Pemasaran Digital Banking Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(2), 237–248. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.197>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wati, I., Zusrony, E., & Tobing, W. T. M. (2025). Dampak Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital oleh Digital Native Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *JURNAL LENTERA BISNIS*, 14(3), 3898–3912. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1792>
- Wibisono, B. F., Yohana, C., & Zakiah, R. (2025). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan User Experience yang di Mediasi oleh Trust Terhadap Penggunaan QRIS dalam Meningkatkan Business Efficiency pada UMKM di DKI Jakarta. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(5), 352–362. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i5.6584>
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (1st ed.). CV. Seribu Bintang.
- Widyaningrum, T., Sholihah, Q., & Haryono, B. S. (2024). The DeLone and McLean Information System Success Model: Investigating User Satisfaction in Learning Management System. *Journal of Education Technology*, 8(1), 86–94. <https://doi.org/10.23887/jet.v8i1.71080>
- Zahroh, R., Rinaldi, A., & Khairunisa, M. (2025). Pengaruh Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standart (QRIS) Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha. *Journal of Sharia and Law*, 4(2), 164–177. <https://doi.org/10.25077/mssb.4.1.1-12.2023>
- Zamzani, I., Maksar, M. S., & Swastika, Y. (2024). Determinasi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Adopsi Pembayaran Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) di Kota Kendari. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(6), 6940–694