

Analisis *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Risk* Terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Digital *Quick Response Indonesia Standard (QRIS)* Pada Pelaku UMKM

Edwin Zusrony¹, Luthfy Purnanta Anzie², Pindo Asti³, Gibson Manalu⁴, Ivan Permana⁵, Tri Imaliya⁶
¹²³⁴⁵⁶ Universitas Sains dan Teknologi Komputer

Jl. Majapahit No. 605, Semarang, Jawa Tengah, e-mail: edwin.zusrony@stekom.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received 14 Juni 2023

Received in revised form 21 Juni 2021

Accepted 30 Juni 2021

Available online 02 Juli 2023

ABSTRACT

The research aims to measure and determine the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived risk on the interest in using QRIS digital payments by MSME actors in Salatiga City, Central Java Province. Data collection uses Google Forms with a Likert scale. The sample that will be used is 60 MSME respondents in the city of Salatiga with a non-probability sampling technique of the convenience sampling type, namely because of the ease of obtaining data. Data analysis used multiple linear regression methods and was processed using SPSS 26.0. The results of the study show that the variables perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived risk have a significant influence on the interest in using QRIS digital payments by MSME actors in Salatiga City and the perceived usefulness variable has a dominant effect on the interest in using QRIS digital payments by MSME actors in Salatiga City, Central Java Province.

Keywords: Digital Payment, QRIS, MSME

1. Pendahuluan

Perkembangan dunia usaha di era perkembangan teknologi digital membuat perubahan yang signifikan pada berbagai aspek. Pada bidang ekonomi khususnya UMKM terdapat pergeseran perilaku konsumen dalam hal transaksi jual beli dengan adanya *Fintech (Financial Technology)*. Salah satu produk *Fintech* adalah membantu masyarakat dalam transaksi tanpa rekening tabungan [1]. Pembayaran dengan menggunakan pendekatan *Fintech* dapat kita lihat dalam pembayaran digital dalam berbagai *platform*. Saat ini masyarakat sangat familiar menggunakan pembayaran nontunai atau pembayaran digital dalam berbagai kegiatan transaksi pembayaran, yang salah satu instrumen *non cash* disebut uang elektronik atau *E-money* [2]. Berdasarkan data dari ASPI (Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia) volume transaksi menggunakan *QRIS* per Januari tahun 2020 mencapai nilai total 365 miliar rupiah dan meningkat menjadi 9,66 triliun rupiah per bulan Agustus tahun 2022 [3].

Pemerintah melalui Bank Indonesia (BI) mengupayakan perluasan *QRIS* agar dapat digunakan pembayaran yang sah di beberapa negara, dimana dengan adanya *cross border QR* dapat mendukung sektor pariwisata, pelaku UMKM serta penguatan keuangan digital secara nasional [3]. Jumlah total transaksi *QRIS* sampai dengan bulan Februari tahun 2023 mencapai 12,28 triliun rupiah, dimana jumlah pedagang (*merchant*) yang telah menggunakan *QRIS* mencapai 24.900.000 [4].

Sebagai salah satu instrumen pembayaran digital, *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* yang dikeluarkan oleh berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) berbentuk *QR Code*

berkompetisi menyediakan berbagai fitur yang mudah, memberikan benefit bagi para konsumennya serta meningkatkan kualitas pelayanannya, salah satunya kemudahan dalam penggunaan aplikasi dalam proses transaksi. Kemudahan penggunaan merupakan keyakinan individu dalam mudahnya penggunaan sebuah teknologi tanpa memakai usaha yang keras [5]. Persepsi kegunaan merupakan sebuah tahap sejauh mana individu meyakini bahwa penggunaan teknologi dapat memiliki manfaat serta meningkatkan kinerjanya [6]. Para konsumen banyak yang menggunakan teknologi *QRIS* dalam transaksi pembayaran artinya masyarakat percaya bahwa teknologi pembayaran digital memiliki kegunaan serta memiliki manfaat.

Faktor resiko juga akan menimbulkan sebuah sikap pelanggan, baik sikap positif maupun negatif serta mendorong individu kepercayaan pelanggan. Kepercayaan pelanggan dalam hal ini pelaku UMKM dalam menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* juga perlu diperhatikan juga seperti faktor resiko. Tingginya tingkat resiko yang diperoleh individu akan semakin rendah pula tingkat kepercayaannya, sebaliknya rendahnya resiko yang diperoleh individu maka akan meningkatkan tingkat kepercayaan yang tinggi [7].

Prasetya & Putra [8] dalam penelitiannya ditemukan sebuah fakta, dimana pemahaman masyarakat terkait uang elektronik (*e-money*) perlu ditingkatkan lagi serta diharapkan penerbit dapat lebih mempermudah dalam pengoperasian serta menambah banyak fitur layanan dalam smartphone. Penelitian yang dilakukan Saputri [9], faktor persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *QRIS* oleh masyarakat. Berdasarkan latar belakang penjelasan diatas dilaksanakan yang bertujuan mengetahui apakah variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived risk* memberikan pengaruh pada minat penggunaan pembayaran digital *QRIS* oleh Pelaku UMKM Kota Salatiga.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 *Quick Response Indonesia Standard (QRIS)*

QRIS adalah sebuah *QR Code* yang disediakan untuk pembayaran digital semua jenis transaksi yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia [9]. *QRIS (Quick Response Indonesia Standard)* merupakan *QR Code* yang dikembangkan melalui regulator dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) yang bertujuan sistem pembayaran digital menjadi lancar, aman dan efisien serta inklusi keuangan digital menjadi lebih cepat [9].

2.2 *Perceived Usefulness*

Perceived Usefulness menurut Davis dalam Widhiaswara & Soesanto [10] diartikan sebagai peningkatan kinerja seorang individu yang dibantu dalam penggunaan teknologi, dimana manfaatnya dapat dirasakan sebagai sebuah kemampuan individu yang mampu meningkatkan kinerjanya. Teknologi bisa mengubah tindakan dari seorang individu dan dapat diambil sebuah kesimpulan jika individu memperoleh kegunaan dari sebuah sistem maka akan memakainya untuk memudahkan pencapaiannya [11]. Venkatesh & Davis [12] membagi dimensi *Perceived Usefulness* sebagai berikut: 1) *Improves job performance*, 2) *Increases productivity*, 3) *Enhances effectiveness*, dan 4) *The system is useful*.

2.3 *Perceived Ease of Use*

Perceived ease of use adalah sebagai sejauh mana individu percaya tentang penggunaan suatu teknologi akan bebas dari *effort* atau usaha [12]. *Perceived Ease of Use* memiliki dampak terhadap perilaku, dimana semakin tinggi persepsi individu terkait kemudahan mengoperasikan sistem, semakin tinggi pula tingkat penggunaan teknologi informasi [13]. Venkatesh & Davis [12] membagi dimensi *Perceived Ease of Use* sebagai berikut: 1) *Clear and understandable*, 2) *Does not require a lot of mental effort*, 3) *Easy to use*, dan 4) *Easy to get the system to do what he/she wants to do*.

2.3 *Perceived Risk*

Perceived risk menurut Schiffman dan Kanuk dalam Salsabila [11] merupakan ketidakpastian yang dihadapi oleh konsumen saat mereka tidak dapat melihat konsekuensi dari sebuah keputusan pembelian yang mereka ambil. *Perceived risk* dapat juga didefinisikan sebagai sebuah resiko secara umum yang diterima oleh individu pada saat menggunakan atau memakai sebuah sistem [14].

2.4 Minat

Analisis Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Perceived Risk Terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Digital Quick Response Indonesia Standard (QRIS) Pada Pelaku UMKM (Edwin Zusrony)

Minat perilaku adalah suatu keinginan individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu, dimana seorang individu akan melakukan suatu perilaku jika memiliki keinginan untuk melakukannya [15]. Preferensi atau minat adalah sebuah kecenderungan subyek yang tertarik, menetap pada sesuatu serta merasakan kesenangan karena telah memilihnya [16].

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode survei dan kategori penelitian kuantitatif. Penelitian metode survei dengan mengambil beberapa sampel dari suatu populasi menggunakan bantuan alat riset berupa kuesioner sebagai data primer [17]. Penelitian ini mengumpulkan sebuah data berupa informasi yang memberikan kemungkinan penyelesaian masalah oleh peneliti dengan cara mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel independen [18].

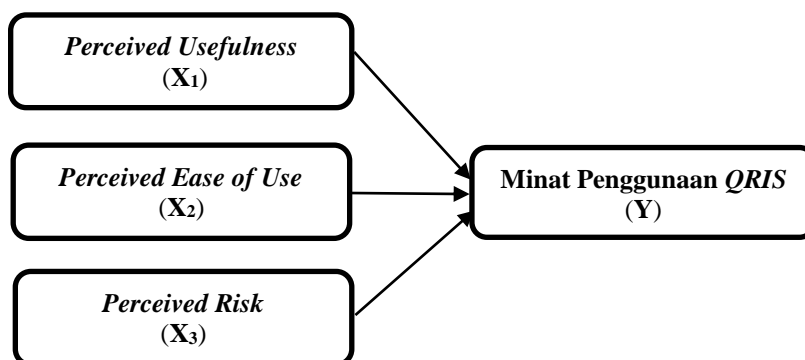
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di kota Salatiga yang menggunakan pembayaran digital *Quick Response Indonesia Standard* (QRIS) dalam transaksinya. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *convenience sampling*, dimana pemilihan responden kemudahan ditemui oleh peneliti dan masuk kriteria sampel [19].

3.3 Hipotesis

- Diduga *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital QRIS Pelaku UMKM kota Salatiga.
- Diduga *Perception of Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan pembayaran digital QRIS Pelaku UMKM kota Salatiga.
- Diduga *Perception of Risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan pembayaran digital QRIS Pelaku UMKM kota Salatiga.
- Diduga *Perceived Usefulness*, *Perception of Ease of Use* dan *Perception of Risk* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap penggunaan pembayaran digital QRIS Pelaku UMKM kota Salatiga.

3.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

3.5 Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data regresi linier berganda. Data yang didapatkan akan dilakukan pengujian instrumen data, uji asumsi klasik serta uji hipotesis menggunakan dengan *software* SPSS versi 26.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas menggunakan SPSS versi 26 menunjukkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada setiap butir pertanyaan pada kuessioner menunjukkan nilai diatas nilai R tabel ($>0,25$).

Tabel 1. Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach's Alpha</i>	Syarat	Ket.
<i>Perceived Usefulness</i>	0,909	$> 0,6$	Reliabel
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,897	$> 0,6$	Reliabel
<i>Perceived of Risk</i>	0,902	$> 0,6$	Reliabel
<i>Minat Penggunaan QRIS</i>	0,786	$> 0,6$	Reliabel

Sumber : data yang diolah, 2023

Hasil uji reliabilitas pada tabel 1 menunjukkan *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel independen menunjukkan nilai diatas 0,6 yang artinya variabel yang konsisten atau reliabel.

4.2 Uji Hipotesis

H1 : *Perceived Usefulness* (X_1) memberi pengaruh positif serta signifikan secara simultan terhadap variabel minat penggunaan pembayaran digital QRIS Pelaku UMKM kota Salatiga.

H2 : *Perceived Ease of Use* (X_2) memberi pengaruh positif serta signifikan terhadap variabel minat penggunaan pembayaran digital QRIS Pelaku UMKM kota Salatiga.

H3 : *Perceived Risk* (X_3) memberi pengaruh positif serta signifikan terhadap variabel minat penggunaan pembayaran digital QRIS Pelaku UMKM kota Salatiga.

H4 : *Perceived Usefulness* (X_1), *Perception of Ease of Use* (X_2) dan *Perceived Risk* (X_3) berpengaruh dan signifikan secara simultan terhadap penggunaan pembayaran digital QRIS Pelaku UMKM kota Salatiga.

4.3 Uji t

Pengaruh variabel *Perceived Usefulness* (X_1) terhadap minat penggunaan pembayaran digital QRIS Pelaku UMKM kota Salatiga (Y) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang mengindikasikan variabel *perceived usefulness* memberikan pengaruh positif dan signifikan atas variabel Y. Kemudian hasil lainnya menunjukkan adanya pengaruh variabel *Perceived Ease of Use* (X_2) terhadap minat penggunaan pembayaran digital QRIS Pelaku UMKM kota Salatiga (Y) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang mengindikasikan variabel *perceived ease of use* memberikan pengaruh positif dan signifikan atas variabel Y. Hasil temuan lainnya memperlihatkan Pengaruh variabel *Perceived Risk* (X_3) terhadap minat penggunaan pembayaran digital QRIS Pelaku UMKM kota Salatiga (Y) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang mengindikasikan variabel *perceived risk* memberikan pengaruh positif dan signifikan atas variabel Y.

4.4 Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi diperoleh dengan nilai sebesar 0,746, sehingga bisa disimpulkan dengan nilai tersebut mencerminkan terdapat variasi variabel independen dengan persentase sebesar 74,6% dalam menjelaskan variabel dependen serta sisanya diinterpretasi berbagai elemen lainnya diluar model penelitian sebesar 25,4%.

4.5 Pembahasan

Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap Minat Penggunaan *QRIS*

Uji hipotesis yang dilaksanakan memperlihatkan hasil terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *perceived usefulness* dengan minat penggunaan pembayaran digital *QRIS* pada pelaku UMKM. Hasil temuan ini membuktikan hasil uji hipotesis secara perhitungan statistik memperlihatkan bukti hipotesis pertama diterima dalam penelitian ini yang mengungkapkan variabel *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital *QRIS* pada pelaku UMKM.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa adanya *perceived usefulness* yang baik akan memberikan kepercayaan pelaku UMKM dalam menggunakan pembayaran digital *QRIS* serta memiliki kemudahan dalam proses pembayarannya. Hasil penelitian ini didukung oleh Prasetya dan Putra [8] yang hasil penelitiannya menunjukkan variabel persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat penggunaan produk *e-money* di kota Surabaya, dimana semakin meningkat variabel persepsi manfaat maka akan meningkatkan pula minat dalam menggunakan *e-money*.

Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap Minat Penggunaan *QRIS*

Uji hipotesis yang dilaksanakan memperlihatkan hasil terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *perceived ease of use* dengan minat penggunaan pembayaran digital *QRIS* pada pelaku UMKM. Hasil temuan ini membuktikan hasil uji hipotesis secara perhitungan statistik memperlihatkan bukti hipotesis kedua diterima dalam penelitian ini yang mengungkapkan variabel *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital *QRIS* pada pelaku UMKM.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa adanya *perceived ease of use* akan memudahkan pelaku UMKM dalam meningkatkan produktivitas kerja dengan penggunaan pembayaran digital *QRIS* serta meningkatkan minat penggunaannya. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Pratama [5], dimana ditemukan bahwa persepsi manfaat serta persepsi kemudahan penggunaan diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel sikap pelanggan tokopedia.com. Hal ini memperlihatkan persepsi kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi sikap pelanggan e-commerce. H₂: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap pelanggan.

Pengaruh *Perceived Risk* Terhadap Minat Penggunaan *QRIS*

Uji hipotesis yang dilaksanakan memperlihatkan hasil terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *perceived risk* dengan minat penggunaan pembayaran digital *QRIS* pada pelaku UMKM. Hasil temuan ini membuktikan hasil uji hipotesis secara perhitungan statistik memperlihatkan bukti hipotesis ketiga diterima dalam penelitian ini yang mengungkapkan variabel *perceived risk* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital *QRIS* pada pelaku UMKM.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa adanya *perceived risk* akan membuat pelaku UMKM lebih *update* informasi terkait pembayaran digital *QRIS* serta memiliki kemudahan dalam proses pembayarannya.

Hasil penelitian didukung oleh penelitian Prasetya dan Putra [8], dimana variabel persepsi risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*. Sedangkan penelitian Utami [20] menyatakan bahwa variabel persepsi risiko mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat pembelian produk secara online.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan dalam penelitian ini yaitu : pertama variabel *perceived usefulness*, kedua variabel *perceived ease of use* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital *QRIS* pada pelaku UMKM di kota Salatiga, dan ketiga variabel *perceived risk* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital *QRIS* pada pelaku UMKM di kota Salatiga.

5.2 Saran

Harapan kedepan penyedia layanan pembayaran digital selalu memberikan inovasi produk dan juga berbagai fitur menarik agar semakin memudahkan masyarakat khususnya pelaku UMKM. Kemudahan serta manfaat layanan pembayaran digital wajib dibarengi dengan edukasi terkait tingkat risiko penggunaannya. Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel, yaitu: *perceived usefulness*, *perceived*

ease of use dan *perceived of risk* yang mungkin lebih banyak lagi variabel yang perlu diteliti terkait minat penggunaan pembayaran digital QRIS pada pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] W. Desita dan G. A. K. R. S. Dewi, "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet)," *J. Akunt. Profesi*, vol. 13, no. 01, hal. 115–124, 2022.
- [2] S. Priambodo dan B. Prabawani, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)," *J. Ilmu Adm. Bisnis*, vol. 5, no. 2, hal. 127–135, 2016.
- [3] A. Ahdiat, "Tren Transaksi QRIS Meningkatkan Pesat sejak Awal Pandemi," *katadata.co.id*, 2022.
- [4] D. F. Risalah, "Transaksi QRIS Pada Februari 2023 Capai Rp 12,28 Triliun," <https://ekonomi.republika.co.id/>, 2023. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/rsyerb370/transaksi-qr-is-pada-februari-2023-capai-rp-1228-triliun>
- [5] D. A. Pratama, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Niat Beli Pelanggan Melalui Sikap Pelanggan Sebagai Mediasi Pada Tokopedia.Com," *Agora*, vol. 8, no. 1, hal. 1–6, 2020.
- [6] F. D. Davis, R. P. Bagozzi, dan P. R. Warshaw, "User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models," *Manage. Sci.*, vol. 35, no. 8, hal. 982–1003, 1989.
- [7] O. Marisa, "Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology," *J. Adm. Kant.*, vol. 8, no. 2, hal. 139–152, 2020, [Daring]. Tersedia pada: <http://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/1448%0Ahttp://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/download/1448/1241>
- [8] H. Prasetya dan S. E. Putra, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya," *J. Din. Ekon. Bisnis*, vol. 17, no. 2, hal. 151–158, 2020, doi: 10.34001/jdeb.v17i2.1340.
- [9] O. B. Saputri, "Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital," *Journals Econ. Bus. Mulawarman*, vol. 17, no. 2, hal. 1–11, 2020.
- [10] I. A. Widhiaswara dan H. Soesanto, "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Gofood di Kota Semarang)," *J. Sains Pemasar. Indones. (Indonesian J. Mark. Sci.)*, vol. 19, no. 2, hal. 114–125, 2020, doi: 10.14710/jspi.v19i2.114-125.
- [11] H. Z. Salsabila, "Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan," *J. Ilm. Manaj. Kesatuan*, vol. 9, no. 1, hal. 75–84, 2021, doi: 10.37641/jimkes.v9i1.442.
- [12] V. Venkatesh dan F. D. Davis, "Theoretical acceptance extension model: Field four studies of the technology longitudinal," *Manage. Sci.*, vol. 46, no. 2, hal. 186–204, 2000.
- [13] E. Yulianawati, "Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian," *Optim. J. Ekon. Dan Kewirausahaan*, vol. 12, no. 1, hal. 34–49, 2018.
- [14] N. Dewi dan I. Warmika, "Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar," *J. Ilmu Adm. Bisnis*, vol. 5, no. 4, hal. 251442, 2016.
- [15] H. Jogiyanto, "Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Pertama." Yogyakarta: Penerbit Andi Offset, 2007.
- [16] S. S. Utami dan B. Kusumawati, "Faktor-faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta)," *Balanc. Econ. Business, Manag. Account. J.*, vol. 14, no. 02, 2017.
- [17] S. Efendi dan Tukiran, "Metode Penelitian Survei," *Jakarta: LP3ES*, 2014.
- [18] S. Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D," 2013.
- [19] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Kombinasi dan R&D)*. 2018.
- [20] A. R. H. Utami, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Risiko

Analisis Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Perceived Risk Terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Digital Quick Response Indonesia Standard (QRIS) Pada Pelaku UMKM (Edwin Zusrony)

Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce,” *Prism. (Platform Ris. Mhs. Akuntansi)*, vol. 01, hal. 79–93, 2020, [Daring]. Tersedia pada: <http://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma/article/view/694%0Ahttp://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma/article/download/694/265>