



Intention to Scan QRIS Memediasi Trust dan Attitude terhadap Use Mobile Banking

Nemshy Elfa Saputri¹, Endah Susilowati²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional Veteran/Jl. Rungkut Madya No. 1, Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur/Indonesia

Email: nemshyelfa@gmail.com¹, endahs.ak@upnjatim.ac.id²

Citation: Saputri, N. E., & Susilowati, E. (2025). Intention to Scan QRIS Memediasi Trust dan Attitude terhadap Use Mobile Banking. *Gorontalo Accounting Journal*, 8(2), 311-321. DOI: [10.32662/gaj.v8i2.3759](https://doi.org/10.32662/gaj.v8i2.3759)

Artikel info

Artikel history:

Received: 30-07-2024

Revised: 31-07-2025

Accepted: 11-09-2025

Abstract. *This study aims to examine how the intention to scan QRIS serves as a mediator between trust and attitude toward the use of mobile banking. A quantitative research approach was employed through the distribution of questionnaires. The population in this study consisted of students enrolled in the "Kartu Indonesia Pintar Kuliah" program at the National Development University "Veteran" East Java. A sample of 93 students was selected using probability sampling techniques. Data were analyzed using the Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) method. The findings indicate that trust and attitude significantly influence the use of mobile banking; trust and attitude also influence the intention to scan QRIS; the intention to scan QRIS positively affects the use of mobile banking; and the intention to scan QRIS mediates the effect of trust on the use of mobile banking but does not mediate the effect of attitude on the use of mobile banking. The novelty of this research lies in examining the mediating role of the intention to scan QRIS, which has not been previously investigated in earlier studies.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *intention to scan QRIS* sebagai variabel mediasi antara *trust* dan *attitude* terhadap penggunaan *mobile banking*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner. Populasi penelitian adalah mahasiswa yang terdaftar dalam program Kartu Indonesia Pintar Kuliah di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Sampel penelitian berjumlah 93 mahasiswa yang ditentukan dengan teknik *probability sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trust* dan *attitude* berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*; *trust* dan *attitude* berpengaruh terhadap *intention to scan QRIS*; *intention to scan QRIS* berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*; serta *intention to scan QRIS* memediasi pengaruh *trust* terhadap penggunaan *mobile banking*, namun tidak memediasi pengaruh *attitude* terhadap

penggunaan *mobile banking*. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian variabel mediasi *intention to scan QRIS* yang belum pernah diuji dalam penelitian sebelumnya.

Keywords:

*Trust; Use Mobile
Banking; Intention to
Scan QRIS*

Corresponden author:

Email: nemshyelfa@gmail.com

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi digital di berbagai sektor, termasuk sektor keuangan (Novendra & Aulianisa, 2020). Transaksi keuangan kini semakin mudah dan praktis dengan hadirnya berbagai metode pembayaran digital. Salah satu metode pembayaran digital yang populer di Indonesia adalah *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* dan *mobile banking*. QRIS memungkinkan pembayaran digital yang cepat dan aman, sementara *mobile banking* menyediakan berbagai layanan perbankan langsung dari perangkat *mobile*.

Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) menggabungkan berbagai QR Code dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menjadi satu kode tunggal untuk memudahkan, mempercepat, dan meningkatkan keamanan transaksi. Pengguna dapat mengakses QRIS melalui aplikasi pembayaran di ponsel mereka, yang memungkinkan transaksi lebih cepat dan mudah dengan hanya memindai kode QR (Bank Indonesia, 2024). Pertumbuhan teknologi ini mendukung keberhasilan organisasi dalam persaingan bisnis, terutama di sektor perbankan yang terus beradaptasi dengan kemajuan teknologi informasi (Aritonang *et al.*, 2023). Melalui pemanfaatan teknologi seluler, *mobile banking* memungkinkan nasabah melakukan transaksi perbankan dengan mudah dan cepat. Layanan ini memerlukan pendaftaran ke bank, pemasangan aplikasi *mobile banking*, dan penggunaan data seluler.

Evolusi *fintech* yang pesat juga tercermin dari berkurangnya penggunaan kartu ATM di Indonesia. Bank Indonesia mencatat transaksi menggunakan kartu ATM mencapai Rp 619,19 triliun hingga April 2024, jumlah tersebut menunjukkan penurunan sebesar 12,49% dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Sebaliknya, transaksi bank digital meningkat hingga Rp5.340,92 triliun, mengalami kenaikan sebesar 19,08% dibandingkan tahun sebelumnya (Detik Sumut, 2024). Hal tersebut disebabkan oleh gaya hidup masyarakat yang semakin terdigitalisasi terutama sejak pandemi Covid-19 yang mendorong preferensi terhadap perbankan online (Fatimah, 2024).

Transaksi yang sebelumnya bergantung pada model konvensional kini menjadi lebih efisien dan cepat. Paradigma transaksi keuangan yang dulunya terbatas oleh jarak dan waktu kini menjadi lebih terbuka, instan, dan mudah diakses melalui perangkat digital (Raharjo, 2021). Namun, meski manfaatnya jelas, adopsi teknologi ini masih beragam, terutama di kalangan mahasiswa yang diharapkan menjadi penggerak utama dalam transformasi digital (Arifin *et al.*, 2023). Berdasarkan pra *survey* yang dilakukan kepada 30 mahasiswa Kartu Indonesia Pintar Kuliah Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, menunjukkan sebanyak 85% dari mahasiswa tidak menggunakan QRIS untuk melakukan transaksi pembayaran, sedangkan 15% memilih menggunakan QRIS untuk tujuan tersebut. Sebaliknya, semua responden menyatakan bahwa mereka memanfaatkan layanan *mobile banking* untuk mengakses rekening pribadi Mereka.

Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan dalam pemanfaatan teknologi keuangan digital, khususnya QRIS, yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dari sisi ekonomi, mahasiswa KIP-K umumnya berasal dari keluarga dengan kondisi finansial terbatas, sehingga prioritas mereka lebih pada pengeluaran dasar daripada adaptasi teknologi baru yang dianggap tidak esensial. Dari sisi sosial, masih terdapat kebiasaan kuat menggunakan uang tunai dalam aktivitas sehari-hari, serta minimnya literasi digital terkait manfaat dan keamanan penggunaan QRIS. Dari sisi infrastruktur, tidak semua lingkungan tempat tinggal atau kampus menyediakan dukungan sistem pembayaran QRIS secara optimal, seperti mitra penjual atau koneksi internet yang memadai. Oleh karena itu, memahami perilaku mahasiswa KIP-K dalam mengadopsi teknologi keuangan menjadi penting, karena kelompok ini tidak hanya merepresentasikan pengguna dengan keterbatasan sumber daya, tetapi juga dapat menjadi indikator keberhasilan inklusi keuangan digital di masa depan.

Penelitian ini mengadopsi dua model teori yang umum digunakan dalam penelitian penerimaan teknologi, yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989) dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) mempengaruhi niat pengguna dalam memindai QRIS dan menggunakan *mobile banking*. Kepercayaan dan sikap bersama-sama menentukan niat pengguna untuk menggunakan teknologi. Kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan dan keandalan teknologi, ditambah sikap positif, meningkatkan niat penggunaan. Niat yang kuat tersebut mendorong perilaku penggunaan yang lebih tinggi. Selain itu, sikap positif dapat memoderatori hubungan antara kepercayaan dan perilaku; pengguna dengan sikap positif cenderung lebih toleran terhadap kesulitan dalam penggunaan teknologi (Prakosa, 2019). Sementara *Theory of Planned Behavior* (TPB) mempertimbangkan faktor norma subjektif dan *attitude*.

Penelitian ini menjadi penting karena dapat memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang dapat meningkatkan adopsi QRIS dan *mobile banking*, yang pada akhirnya dapat meningkatkan inklusi keuangan dan efisiensi sistem pembayaran di Indonesia. Penelitian ini juga menarik karena menggabungkan analisis perspektif teori TAM terhadap dua teknologi finansial yang berbeda namun saling terkait, yaitu QRIS dan *mobile banking*. Sebelumnya, banyak penelitian yang hanya berfokus pada salah satu dari kedua teknologi tersebut secara terpisah. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti konteks pengguna teknologi finansial bagi kalangan yang jarang terekspose, yaitu mahasiswa KIPK.

Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa yang tergabung dalam program KIPK UPN “Veteran” Jawa Timur. Jumlah sampel yang digunakan adalah 93 mahasiswa yang diperoleh melalui rumus slovin dengan teknik pengumpulan sampel teknik random sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebarikan melalui *platform* media sosial dengan menggunakan teknik pengukuran skala *likert*.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dan uji hipotesis dengan *Partial Least Square* (PLS) menggunakan *software* SmartPLS 4.0. PLS dipilih karena keunggulannya dalam menganalisis beragam jenis data, termasuk sampel kecil, melakukan konfirmasi teori, dan mengeksplorasi pola data dalam situasi dengan teori yang terbatas (Sholihin & Ratmono, 2021).

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Trust</i> (X_1)	Keyakinan penuh nasabah terhadap keamanan, keandalan, integritas, dan kompetensi layanan bank, yang memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi dengan nyaman dan tanpa keraguan.	Kerahasiaan informasi, Keamanan uang yang ditransfer secara online, Perlindungan privasi, Sistem keamanan bertingkat dan teruji (Sohrabi et al., 2013)	<i>Likert</i>
<i>Attitude</i> (X_2)	Gambaran bagaimana seseorang menerima teknologi informasi dengan menyatakan preferensi terhadap hal-hal yang disukai atau tidak disukai, yang meliputi aspek-aspek seperti cara berpikir (kognitif), perasaan (afektif), dan perilaku.	Teknologi internet banking menyenangkan untuk digunakan, Teknologi internet banking baik untuk digunakan, Teknologi internet banking penting untuk digunakan (Ajzen, 1991)	<i>Likert</i>
<i>Intention to Scan QRIS</i> (Z)	Niat pelanggan untuk menggunakan teknologi <i>Quick Response Code Indonesian Standard</i> (QRIS) dalam melakukan transaksi pembayaran digital.	Niat atau rencana penggunaan, Keyakinan akan penggunaan, Kemampuan untuk membayangkan penggunaan (Cheng et al., 2006)	<i>Likert</i>
<i>Use Mobile Banking</i> (Y)	Tindakan individu dalam menggunakan teknologi layanan perbankan untuk memenuhi berbagai kebutuhan, tujuan, atau kegiatan melalui ponsel	Kemudahan penggunaan untuk transaksi online, Mudah dimengerti, Efisiensi waktu, Akurasi Sistem, Keamanan Sistem (Yusnaini, 2010)	<i>Likert</i>

Sumber: Data Diolah Peneliti, (2024)

Pengaruh *Trust* dan *Attitude* terhadap *Use Mobile Banking*

Kepercayaan (*trust*) didefinisikan sebagai keyakinan atau harapan positif seseorang terhadap sistem atau aplikasi (Sharma & Sharma, 2019). Konsumen yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap aplikasi *mobile banking* akan lebih merasa aman dan nyaman menggunakannya, sehingga meningkatkan penggunaan *mobile banking*. *Attitude* sebagai penerimaan seseorang terhadap teknologi informasi dimana sikap menyatakan apa yang kita sukai dan tidak, yang terdiri atas beberapa unsur diantaranya cara pandang (*cognitive*), afektif (*affective*), dan *behavioral components* (Santoso & Zusrony, 2020). Cara pandang, perasaan, dan perilaku, mencerminkan tingkat penerimaan mereka terhadap teknologi dan memengaruhi adopsi, penggunaan, serta kepuasan mereka. Pengguna yang memiliki sikap positif terhadap *mobile banking* akan lebih tertarik dan merasa terdorong untuk menggunakannya dalam melakukan transaksi keuangan.

H_1 : *Trust* dan *Attitude* berpengaruh secara langsung terhadap *Use Mobile Banking*.

Pengaruh *Trust* dan *Attitude* terhadap *Intention to Scan QRIS*

Kepercayaan mencerminkan keyakinan individu bahwa mereka dapat bergantung pada individu, merek, atau entitas tersebut untuk memenuhi janji dan memberikan layanan yang jujur dan berintegritas (Mamesah *et al.*, 2023). Kepercayaan yang tinggi terhadap QRIS dapat mendorong individu untuk lebih termotivasi dan bersedia menggunakan QRIS secara rutin dalam berbagai kegiatan pembayaran mereka. Sikap adalah penilaian evaluatif yang mencerminkan keyakinan, perasaan, dan kecenderungan seseorang terhadap suatu sistem atau teknologi tertentu (Ho *et al.*, 2020). Sikap yang positif cenderung meningkatkan niat atau keinginan pelanggan untuk aktif memindai QRIS untuk melakukan transaksi, sementara sikap yang negatif atau ragu-ragu dapat menghambat adopsi dan penggunaan QRIS secara luas.

H₂: *Trust* dan *Attitude* berpengaruh secara langsung terhadap *Intention to Scan QRIS*

Pengaruh *Intention to Scan QRIS* terhadap *Use Mobile Banking*

Intention to Scan QRIS (Niat untuk Memindai QRIS) didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk menggunakan QRIS (*Quick Response Indonesian Standard*) dalam melakukan pembayaran digital (Kusyanti & Arifin, 2017). Niat memindai QRIS mencerminkan kemungkinan individu untuk melakukan tindakan mengunduh dan menginstal aplikasi *mobile banking* yang menyediakan fitur QRIS, mengaktifkan fitur QRIS pada aplikasi *mobile banking* mereka, menggunakan QRIS untuk melakukan pembayaran di berbagai tempat melalui *mobile banking*.

H₃: *Intention to Scan QRIS* berpengaruh secara langsung terhadap *Use Mobile Banking*

Intention to Scan QRIS* memediasi Pengaruh *Trust* dan *Attitude* terhadap *Mobile Banking

Trust didefinisikan sebagai keyakinan individu terhadap keamanan, keandalan, dan kejujuran penyedia layanan *mobile banking* (Aditiansyah *et al.*, 2022). Pengguna dengan kepercayaan yang tinggi terhadap *mobile banking* akan merasa lebih aman dan nyaman untuk menggunakan QRIS dalam melakukan pembayaran. Kepercayaan ini akan mendorong mereka untuk lebih sering menggunakan QRIS untuk melakukan pembayaran melalui *mobile banking*. Sikap terhadap teknologi informasi mengacu pada respons perilaku pengguna, yang menunjukkan kesediaannya untuk menerima atau menolak teknologi ini dalam aktivitas pekerjaannya (Wardani, 2021). Pengguna yang memiliki attitude positif terhadap QRIS cenderung memandang sistem pembayaran ini sebagai sistem pembayaran yang mudah digunakan, praktis, aman, dan memiliki banyak manfaat, sehingga meningkatkan kesediaan mereka untuk menggunakan QRIS dalam transaksinya. *Intention to scan QRIS* kemudian dapat mendorong peningkatan penggunaan *mobile banking* secara keseluruhan. Hal ini karena pengguna yang memiliki *intention to scan QRIS* lebih cenderung menggunakan *mobile banking* untuk melakukan pembayaran, transfer uang, dan transaksi lainnya.

H₄: *Trust* dan *Attitude* berpengaruh secara tidak langsung terhadap *use mobile banking* dengan *intention to scan QRIS* sebagai variabel mediasi.

Hasil Dan Pembahasan Uji *Outer* dan *Inner* Model

Tabel 2. Nilai loading factor

Variabel	Indikator	Nilai Loading
<i>Trust</i> (X_1)	T1	0,922
	T2	0,937
	T3	0,927
	T4	0,935
<i>Attitude</i> (X_2)	ATT1	0,870
	ATT2	0,900
	ATT3	0,812
	ITS1	0,885
<i>Intention to Scan QRIS</i> (Y)	ITS2	0,934
	ITS3	0,915
	ITS4	0,907
	UMB1	0,753
<i>Use Mobile Banking</i> (Z)	UMB2	0,848
	UMB3	0,848
	UMB4	0,798
	UMB5	0,784

Sumber: Data Diolah Peneliti, (2024)

Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh nilai *loading* yang dihasilkan $>0,7$. Semua indikator pada variabel *trust*, *attitude*, *intention to scan QRIS*, dan *use mobile banking* telah menunjukkan hasil yang valid.

Tabel 3. Hasil Pengujian *Outer* dan *Inner* Model

Keterangan	AVE	R ²
<i>Trust</i> (X_1)	0,865	
<i>Attitude</i> (X_2)	0,742	
<i>Use Mobile Banking</i> (Y)	0,651	0,582
<i>Intention to Scan QRIS</i> (Z)	0,829	0,390

Sumber: Data diolah peneliti, (2024)

Semua indikator dalam penelitian ini tergolong valid dan reliabel karena nilai AVE telah melebihi 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam tiap indikator mampu mengukur konsep yang ingin diukur dengan baik. Nilai *R-Square* 0,582 untuk penggunaan *mobile banking* menunjukkan bahwa 58,2% variasi dalam penggunaan *mobile banking* dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model penelitian ini. Artinya, 41,8% variasi sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diuji dalam penelitian ini. Demikian pula, nilai *R-Square* 0,390 untuk niat memindai QRIS menunjukkan bahwa 39% variasi dalam niat memindai QRIS dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model penelitian ini. Sisanya 61% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan memeriksa nilai signifikansi P-Value. Pada pengujian dengan tingkat signifikansi alpha 5%, nilai probabilitas yang diharapkan adalah $<0,05$. Jika P-Value $< 0,05$, maka hipotesis diterima, sedangkan jika P-Value $> 0,05$, maka hipotesis ditolak (Sholihin & Ratmono, 2021).

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

	T Statistics	P-Value	Hasil
<i>Trust</i> → <i>Intention to Scan QRIS</i>	0,110	0,000	Diterima
<i>Trust</i> → <i>Use Mobile Banking</i>	0,091	0,003	Diterima
<i>Attitude</i> → <i>Intention to Scan QRIS</i>	0,124	0,028	Diterima
<i>Attitude</i> → <i>Use Mobile Banking</i>	0,085	0,000	Diterima
<i>Intention to Scan QRIS</i> → <i>Use Mobile Banking</i>	0,082	0,005	Diterima
<i>Trust</i> → <i>Intention to Scan QRIS</i> → <i>Use Mobile Banking</i>	2,114	0,035	Diterima
<i>Attitude</i> → <i>Intention to Scan QRIS</i> → <i>Use Mobile Banking</i>	1,729	0,084	Ditolak

Sumber: Data diolah peneliti, (2024)

Pengaruh *Trust* dan *Attitude* terhadap *Use Mobile Banking*

Kepercayaan (*Trust*) didefinisikan sebagai keyakinan penuh nasabah pada keamanan, keandalan, integritas, serta kompetensi segala produk dan aktivitas yang ditawarkan oleh bank yang memberikan rasa aman dan nyaman untuk melakukan aktivitas keuangan tanpa rasa khawatir atau keraguan (Astriyanti *et al.*, 2023). Kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Kepercayaan mencerminkan keyakinan pengguna terhadap keamanan dan keandalan layanan yang ditawarkan bank. *Trust* bertindak sebagai pengurang risiko yang dirasakan, sehingga mendorong pengguna untuk terus menggunakan layanan *mobile banking*. Temuan ini konsisten dengan penelitian (Deliyana *et al.*, 2021; Rozi & Ziyad, 2019), meskipun berbeda dengan (Ningrum, 2020) yang menemukan bahwa *trust* tidak selalu berpengaruh secara langsung terhadap minat.

Sikap (*attitude*) didefinisikan sebagai evaluasi individu secara keseluruhan terhadap penggunaan *mobile banking*, baik berupa evaluasi positif, negatif, atau netral (Suebtimrat & Vonguai, 2021). Sikap terhadap *mobile banking* juga menunjukkan pengaruh yang signifikan. Sikap positif, yang terbentuk dari pengalaman sebelumnya, kepercayaan pribadi, dan persepsi manfaat, meningkatkan kecenderungan seseorang untuk menggunakan *mobile banking*. Hasil ini mendukung teori TAM (*Technology Acceptance Model*) sebagaimana ditunjukkan oleh (Patrik & Lady, 2022; Amihisa *et al.*, 2020). Namun, terdapat perbedaan hasil dalam penelitian (Sodik *et al.*, 2022) yang menyebutkan adanya korelasi negatif antara sikap dan niat.

Pengaruh *Trust* dan *Attitude* terhadap *Intention to Scan QRIS*

Menurut (Naufaldi & Tjokrosaputro, 2020) kepercayaan (*Trust*) merujuk pada kesiapan untuk tetap setia kepada penyedia layanan berdasarkan keyakinan positif terhadap perilaku penyedia layanan di masa mendatang. Hal ini dapat dijelaskan dengan beberapa alasan; (1) Kepercayaan terhadap keamanan dan keandalan QRIS dalam memproses transaksi keuangan mendorong pengguna untuk menggunakannya tanpa rasa khawatir; (2) Kepercayaan terhadap kredibilitas dan reputasi penyelenggara QRIS, seperti Bank Indonesia dan Penyedia Layanan Pembayaran Elektronik, meyakinkan masyarakat bahwa transaksi mereka akan aman dan terjamin. (3) Kepercayaan terhadap kemudahan penggunaan QRIS dalam melakukan pembayaran juga berkontribusi pada peningkatan niat untuk menggunakannya.

Penelitian ini menunjukkan *Trust* berpengaruh signifikan terhadap niat untuk memindai QRIS. Kepercayaan terhadap keamanan, reputasi penyedia (misalnya Bank Indonesia), dan kemudahan dalam menggunakan QRIS mendorong niat

pengguna untuk menggunakannya. Temuan ini sejalan dengan teori TAM dan didukung oleh penelitian (Sebayang, 2023; Mamesah et al., 2023). Namun, penelitian (Juan & Indrawati, 2023) tidak menemukan hubungan yang signifikan antara trust dan niat menggunakan QRIS.

Sikap mengacu pada evaluasi atau perasaan individu terhadap suatu objek, dalam hal ini QRIS. Sikap positif terhadap QRIS menunjukkan bahwa pengguna memiliki keyakinan dan perasaan yang menguntungkan tentang teknologi ini. Sebaliknya, sikap negatif menunjukkan keyakinan dan perasaan yang tidak menguntungkan. Sikap positif terhadap QRIS juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap niat pengguna untuk memindai QRIS. Sikap ini dibentuk oleh pengalaman sebelumnya, persepsi kemudahan dan manfaat, serta pengaruh sosial. Penelitian ini memperkuat temuan (Widowati & Khusaini, 2022; Wibowo, 2023), meskipun bertentangan dengan (Ananda, 2023) yang menyebutkan bahwa *attitude* tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan QRIS.

Pengaruh *Intention to Scan QRIS* terhadap *Use Mobile Banking*

Intention to Scan QRIS didefinisikan sebagai niat individu menggunakan QRIS (*Quick Response Indonesian Standard*) untuk melakukan transaksi pembayaran melalui *mobile banking*. Beberapa faktor yang dapat mendorong *Intention to Scan QRIS* antara lain: *Perceived Usefulness* yaitu keyakinan individu bahwa QRIS bermanfaat dan dapat memudahkan proses pembayaran; *Perceived Ease of Use*, yaitu keyakinan individu bahwa QRIS mudah digunakan dan dipahami; *Perceived Security*, yaitu keyakinan individu bahwa QRIS aman dan terjamin dari penipuan; *Social Influence*, yaitu pengaruh norma dan ekspektasi sosial terhadap penggunaan QRIS; *Promotional Activities*, yaitu upaya promosi dan edukasi yang dilakukan oleh penyedia layanan *mobile banking* dan Bank Indonesia (Prastiawan et al., 2021). Niat untuk menggunakan QRIS ini selanjutnya akan memengaruhi perilaku penggunaan (*actual use*) QRIS dalam *mobile banking*. Individu yang memiliki niat yang kuat untuk menggunakan QRIS akan lebih cenderung untuk mengunduh aplikasi *mobile banking* yang menyediakan layanan QRIS, mendaftarkan akun QRIS pada aplikasi *mobile banking*, menghubungkan akun QRIS dengan rekening bank, melakukan transaksi pembayaran menggunakan QRIS.

Intention to scan QRIS memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Individu dengan niat tinggi untuk menggunakan QRIS lebih cenderung memanfaatkan fitur *mobile banking* untuk melakukan transaksi digital. Faktor yang memengaruhi niat ini meliputi persepsi kemudahan, manfaat, keamanan, pengaruh sosial, dan promosi dari penyedia layanan (Prastiawan et al., 2021). Hasil ini mendukung temuan (Susilowati & Auliah, 2023; Ayaz & Yanartaş, 2020) yang menyatakan bahwa niat merupakan langkah awal dalam membentuk perilaku penggunaan aktual.

Intention to Scan QRIS* memediasi Pengaruh *Trust* dan *Attitude* terhadap *Mobile Banking

Hasil analisis menunjukkan bahwa *intention to scan QRIS* memediasi secara signifikan pengaruh *trust* terhadap *use mobile banking*. Semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap bank dan layanan *mobile banking*, semakin besar niat mereka menggunakan QRIS, yang pada akhirnya meningkatkan penggunaan *mobile banking*. Temuan ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model (TAM)*, di mana kepercayaan menjadi prediktor utama dalam membentuk niat dan perilaku pengguna terhadap teknologi (Meileny & Wijaksana, 2020). Persepsi terhadap keamanan seperti enkripsi data, proteksi privasi, serta fitur seperti verifikasi biometrik, turut memperkuat kepercayaan tersebut. Kemudahan penggunaan dan pengalaman positif dari QRIS, termasuk promosi seperti diskon dan *cashback*, juga meningkatkan kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking* melalui QRIS.

Sebaliknya, *intention to scan QRIS* tidak memediasi pengaruh *attitude* terhadap *use mobile banking*. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior (TPB)*, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan memengaruhi niat individu (Sularto, 2004). Namun, dalam konteks penelitian ini, sikap terhadap QRIS lebih berfokus pada fitur pembayaran, sedangkan *use mobile banking* mencakup fungsi yang lebih luas seperti transfer dana dan cek saldo. Selain itu, pengaruh langsung sikap terhadap *use mobile banking* cukup kuat, sehingga efek mediasi melalui *intention to scan QRIS* menjadi tidak signifikan.

Kesimpulan Dan Saran

Penelitian ini menemukan bahwa *trust* dan *attitude* sama-sama berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking. *Trust* juga terbukti berpengaruh terhadap *intention to scan QRIS*, yang selanjutnya memediasi pengaruh *trust* terhadap *use mobile banking*. Hal ini menunjukkan bahwa rasa percaya terhadap keamanan, kenyamanan, dan keandalan layanan digital (termasuk QRIS) membentuk niat untuk memanfaatkan fitur pembayaran berbasis QR code, yang kemudian memperkuat adopsi mobile banking secara menyeluruh. Temuan ini konsisten dengan kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*, di mana *trust* berperan sebagai pendorong utama terbentuknya niat perilaku digital yang lebih spesifik sebelum mengarah pada perilaku aktual. Sebaliknya, meskipun *attitude* berpengaruh signifikan terhadap *intention to scan QRIS* dan *use mobile banking*, tidak ditemukan efek mediasi dari *intention to scan QRIS*. Hal ini kemungkinan disebabkan karena cakupan sikap pengguna terhadap mobile banking yang lebih luas, mencakup fitur seperti transfer, cek saldo, dan top-up, sementara QRIS hanyalah salah satu komponen di dalamnya. Pengaruh langsung *attitude* terhadap *use mobile banking* yang cukup kuat mengindikasikan bahwa pengguna dengan sikap positif cenderung langsung menggunakan layanan tanpa melalui niat spesifik terhadap QRIS. Ini menunjukkan bahwa dalam konteks mobile banking, fitur tertentu seperti QRIS tidak selalu menjadi perantara utama bagi pengaruh sikap, terutama ketika sikap pengguna sudah cukup kuat dalam mendorong perilaku secara langsung.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model dengan memasukkan variabel lain seperti *perceived risk*, *technology anxiety*, atau digital literacy guna memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai perilaku pengguna mobile banking. Selain itu, penggunaan metode longitudinal dapat menjadi alternatif untuk mengamati dinamika perubahan sikap dan perilaku pengguna terhadap mobile banking dan QRIS dalam jangka waktu tertentu. Peneliti juga perlu mempertimbangkan perluasan cakupan responden, tidak terbatas pada mahasiswa KIP-K, tetapi mencakup masyarakat umum atau pelaku UMKM agar hasil yang diperoleh lebih general dan aplikatif dalam konteks yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- Aditiansyah, M. F., Suryoko, S., & Dewi, R. S. (2022). Digitalization Of Banking Services: The Effect Of Trust And Service Quality On Customer Satisfaction And Loyalty Of Bank Customers In Using Mobile Banking. *Journal of Syntax Literate*, 7(7).
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Amihsa, A. R., Saferian, E., & Syarhaki, S. (2020, Oktober). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile payment di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(3), 10–25.
- Ananda, M. F. (2023). Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap Perilaku Konsumsi

- Makanan Generasi Z Perspektif Ekonomi Islam*. Universitas Islam Indonesia.
- Arifin, R., Rosa, S. T., Warsah, I., & Pebriyadi, P. (2023). Analisis Rendahnya Literasi Mahasiswa dalam Pemahaman Keuangan Syariah dan Penggunaan Fintech Syariah. *Manhaj: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 12(2), 96–108.
- Aritonang, R. S., Astiti, S., & Fernandez, S. (2023). Analisis Perbandingan Nilai Usability pada Mobile Banking Menggunakan Metode SUS dan NAU. *TEKNIKA: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Rekayasa*, 17(2), 277–286.
- Astriyanti, N. L. D., Giantari, I. G. A. K., Rastini, N. M., & Wardana, I. M. (2023). *Kepuasan Nasabah Pada Lembaga Keuangan Non Bank: Lembaga Perkreditan Desa*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Ayaz, A., & Yanartaş, M. (2020). An analysis on the unified theory of acceptance and use of technology theory (UTAUT): Acceptance of electronic document management system (EDMS). *Computers in Human Behavior Reports*, 2, 100032. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2020.100032>
- Bank Indonesia. (2024). QRIS. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/fintech/Pages/default.aspx>
- Cheng, T. C. E., Lam, D. Y. C., & Yeung, A. C. L. (2006). Adoption of internet banking: an empirical study in Hong Kong. *Decision Support Systems*, 42(3), 1558–1572.
- Deliyana, R., Permatasari, B., & Sukmasari, D. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking BCA. *Journal of Economic and Business Research*, 2(2), 1–16.
- Detik Sumut. (2024). *BI Catat Penggunaan ATM Menurun, Transaksi Digital Meningkat*. <https://www.detik.com/sumut/bisnis/d-7354505/bi-catat-penggunaan-atm-menurun-transaksi-digital-meningkat>
- Fatimah, S. (2024). Pengaruh Service Quality, E-Trust adn Transformasi Digital terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk BSI Mobile. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(1), 378–408.
- Ho, J. C., Wu, C.-G., Lee, C.-S., & Pham, T.-T. T. (2020). Factors affecting the behavioral intention to adopt mobile banking: An international comparison. *Technology in Society*, 63, 101360.
- Juan, E., & Indrawati, L. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Melakukan Pembayaran Menggunakan QRIS. *Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen*, 2(1).
- Kusyanti, A., & Arifin, A. (2017). QRISHing: a user perspective. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 8(10).
- Mamesah, J., Mangantar, M., & Rumokoy, J. L. (2023). Analysis Of Consumer Perceived Quality And Trust To Usage Intention Of QRIS At Coffeeshops Transaction In Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 1395–1407.
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica*, 4(2), 201–202.
- Naufaldi, I., & Tjokrosaputro, M. (2020). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, dan trust terhadap intention to use. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 715–722.
- Ningrum, R. (2020). *Pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking di bank mega syariah cabang palu*. IAIN Palu.
- Novendra, B., & Aulianisa, S. S. (2020). Konsep Dan Perbandingan Buy Now, Pay

- Later Dengan Kredit Perbankan Di Indonesia: Sebuah Keniscayaan Di Era Digital Dan Teknologi. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 9(2), 183.
- Patrik, J., & Lady. (2022). Faktor yang mempengaruhi untuk menggunakan mobile banking dari Internet Banking terhadap penggunaan konsumen perbankan di Indonesia. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 284–299.
- Prakosa, A. (2019). Analisis pengaruh persepsi teknologi dan persepsi risiko terhadap kepercayaan pengguna m-banking. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 270–282.
- Prastiawan, D. I., Aisjah, S., & Rofiaty, R. (2021). The effect of perceived usefulness, perceived ease of use, and social influence on the use of mobile banking through the mediation of attitude toward use. *APMBA (Asia Pacific Management and Business Application)*, 9(3), 243–260.
- Raharjo, B. (2021). Fintech Teknologi Finansial Perbankan Digital. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1–299.
- Rozi, F., & Ziyad, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirusahaan*, 3(2), 92–102.
- Santoso, B., & Zusrony, E. (2020). Analisis Persepsi Pengguna Aplikasi Payment Berbasis Fintech Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 11(1), 49–54.
- Sebayang, N. I. T. B. (2023). Pengaruh Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital UMKM Halal Kota Medan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(2), 491–502.
- Sharma, S. K., & Sharma, M. (2019). Examining the role of trust and quality dimensions in the actual usage of mobile banking services: An empirical investigation. *International Journal of Information Management*, 44, 65–75.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis*. Penerbit Andi.
- Sodik, F., Zaida, A. N., & Zulmiati, K. (2022). Analisis Minat Penggunaan pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI: Pendekatan TAM dan TPB. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 1(1), 35–53.
- Sohrabi, M., Yee, J. Y. M., & Nathan, R. J. (2013). Critical Success Factors for the Adoption of e-Banking in Malaysia. *Int. Arab. J. e Technol.*, 3(2), 76–82.
- Suebtimrat, P., & Vonguai, R. (2021). An investigation of behavioral intention towards QR code payment in Bangkok, Thailand. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 939–950.
- Sularto, L. (2004). Pengaruh Privasi, Kepercayaan dan Pengalaman Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui Internet. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 3(9), 138–155.
- Susilowati, E., & Auliah, A. N. (2023). Factors Affecting Students' Use of Mobile Banking: An Extension of Technology Acceptance Model. *JASF*, 6(1), 16–34.
- Wardani, D. (2021). Faktor-faktor pengaruh penggunaan mobile banking. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 2(1), 15–32.
- Wibowo, R. I. (2023). Analisis Model UTAUT (Unified Theory Of And Use Of Technology Syaria) Pada Pengguna QRIS di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2935–2941.
- Widowati, N., & Khusaini, M. (2022). Adopsi Pembayaran Digital QRIS Pada UMKM Berdasarkan Technology Acceptance Model. *Journal Of Development Economic And Social Studies*, 1(2), 325–347.
- Yusnaini. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan Internet Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Bank Swasta. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 2(1), Maret-Agustus.