



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

Bramantio Fajar Wibisono

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta

Corry Yohana

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta

Rizka Zakiah

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta

Jl. Rawamangun Muka Raya No.11, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung,

Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220.

Korespondensi penulis : bramafajar25@gmail.com

Abstrak. *This study aims to analyze the impact of Perceived Ease of Use (PEOU), Perceived Usefulness (PU), and User Experience (UX) mediated by Trust on the adoption of QRIS in improving business efficiency for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in DKI Jakarta. This research uses a quantitative approach, collecting data through surveys distributed to 210 MSME owners in Jakarta. The collected data is analyzed using the SmartPLS 4 application with Structural Equation Modeling (SEM) to test the relationships between the variables. The results of this study prove that all three variables—PEOU, PU, and UX—mediated by Trust, have a positive and significant impact on business efficiency in MSMEs. This study is expected to provide insights into the factors influencing the adoption of QRIS in the context of MSMEs, as well as the importance of Trust in enhancing business efficiency through digital payment technology. The study also offers recommendations for stakeholders to facilitate the adoption of QRIS in MSMEs to support digital transformation and improve their competitiveness.*

Keywords: *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, User Experience, Trust, QRIS, business efficiency, MSMEs.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* (PEOU), *Perceived Usefulness* (PU), dan *User Experience* (UX) yang dimediasi oleh *Trust* terhadap penggunaan QRIS dalam meningkatkan efisiensi bisnis pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui survei yang disebarluaskan kepada 210 pelaku usaha UMKM di wilayah Jakarta. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan aplikasi SmartPLS 4 dengan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji hubungan antara variabel-variabel tersebut. Hasil penelitian membuktikan bahwa ketiga variabel *Perceived Ease of Use* (PEOU), *Perceived Usefulness* (PU), dan *User Experience* (UX) yang dimediasi oleh *Trust*, berpengaruh positif dan signifikan terhadap *business efficiency* pada UMKM. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi QRIS dalam konteks UMKM, serta pentingnya peran *Trust* dalam meningkatkan efisiensi bisnis melalui teknologi pembayaran digital.

Kata Kunci: *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, User Experience, Trust, QRIS, business efficiency, UMKM.*

PENDAHULUAN

Industri financial technology (fintech) di Indonesia membawa perubahan besar dalam akses layanan keuangan, terutama dengan diperkenalkannya QRIS sebagai solusi pembayaran digital. QRIS menawarkan efisiensi dan inklusi keuangan yang lebih baik

dibandingkan sistem pembayaran konvensional, membuka akses bagi masyarakat yang sebelumnya terisolasi dari layanan keuangan formal (Arner et al., 2021). Implementasi QRIS, yang diatur oleh Bank Indonesia, juga melibatkan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) dan penyedia layanan pembayaran seperti fintech dan perbankan untuk memastikan interoperabilitas dan keamanan transaksi (Suryono et al., 2020).

Pemerintah Indonesia melalui Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) mendorong digitalisasi pembayaran untuk meningkatkan inklusi keuangan dan mengurangi ketergantungan pada uang tunai, khususnya di kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Imron, 2021). QRIS telah menjadi bagian dari transformasi sistem pembayaran, memberikan kemudahan transaksi dengan integrasi berbagai layanan pembayaran seperti e-wallet dan aplikasi perbankan. Hal ini meningkatkan efisiensi transaksi dan fleksibilitas, yang penting bagi UMKM dalam menghadapi tantangan digitalisasi.

Di Tiongkok, adopsi QR Code sebagai alat pembayaran telah membawa perubahan signifikan dalam ekosistem pembayaran digital, dengan aplikasi seperti Alipay dan WeChat Pay menggantikan metode pembayaran tradisional dan mengarah pada masyarakat tanpa uang tunai (Wang et al., 2022). Keberhasilan adopsi teknologi QR di Tiongkok menjadi contoh global dalam penerapan sistem pembayaran yang efisien, didorong oleh kebijakan pemerintah yang mendukung inovasi fintech dan regulasi progresif, yang kemudian menjadi inspirasi bagi negara-negara lain, termasuk Indonesia.

Namun, meskipun QRIS telah diterima luas di Indonesia, adopsi di kalangan UMKM masih belum merata. Data dari Bank Indonesia menunjukkan bahwa meskipun lebih dari 30 juta merchant telah menggunakan QRIS, tantangan adopsi masih ada, terutama terkait dengan *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* sistem tersebut ((Himmah et al., 2024). Program Jakpreneur di Jakarta telah berperan penting dalam mendukung digitalisasi UMKM melalui edukasi dan pelatihan, tetapi tantangan seperti minimnya minat generasi muda dan kesulitan dalam akses pembiayaan masih perlu diatasi.

Penelitian ini berfokus pada analisis persepsi UMKM di Jakarta terhadap QRIS, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *User Experience*, dan *Trust* sebagai mediator yang memengaruhi keputusan penggunaan QRIS untuk meningkatkan efisiensi bisnis. Meskipun studi sebelumnya telah meneliti berbagai aspek penggunaan QRIS, gap penelitian masih ada dalam hal mengintegrasikan *User Experience* dan *Trust* sebagai mediator dalam konteks efisiensi operasional UMKM (Venkatesh & Bala, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk mengisi gap tersebut dan memberikan wawasan lebih dalam tentang faktor-faktor yang mendorong atau menghambat adopsi QRIS di kalangan pelaku UMKM Jakarta.

KAJIAN TEORI

Perceived Ease Of Use

Perceived Ease of Use adalah konsep yang merujuk pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem atau teknologi akan bebas dari usaha yang

signifikan. Dalam konteks model *Technology Acceptance Model* (TAM), *Perceived Ease of Use* tetap menjadi salah satu faktor kunci yang mempengaruhi niat pengguna untuk mengadopsi teknologi. Penelitian terbaru oleh (Al-Harbi, 2020) menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berkontribusi pada peningkatan *perceived usefulness*, yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan pengguna untuk menggunakan teknologi.

Dari keseluruhan teori diatas dapat disimpulkan bahwa *Perceived Ease of Use* adalah konsep utama dalam penerimaan teknologi, yang mencerminkan seberapa mudah pengguna percaya bahwa menggunakan suatu sistem adalah hal yang mudah. Konsep ini secara signifikan memengaruhi sikap, persepsi kegunaan, dan niat perilaku terhadap adopsi teknologi, tetapi pembentukan dan dampaknya dibentuk oleh berbagai faktor psikologis, pengalaman, dan kontekstual.

Perceived Usefulness

Perceived usefulness adalah konsep yang sangat penting dalam teori adopsi teknologi, yang merujuk pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem atau teknologi akan meningkatkan kinerja mereka. Menurut (Davis, 1989) dalam model *Technology Acceptance Model* (TAM), *Perceived usefulness* adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi niat pengguna untuk mengadopsi teknologi baru. Penelitian oleh (Wu et al., 2004) menegaskan bahwa *Perceived usefulness* tidak hanya dipengaruhi oleh fitur teknologi itu sendiri, tetapi juga oleh pengalaman pengguna sebelumnya dan konteks sosial di mana teknologi tersebut digunakan.

Dari keseluruhan teori diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Perceived usefulness* adalah konsep utama dalam memahami mengapa individu mengadopsi dan terus menggunakan sistem informasi, teknologi, dan sumber daya online.

User Experience

User Experience merupakan persepsi, respons, dan emosi pengguna saat berinteraksi dengan suatu sistem, produk, atau layanan. Teori ini berfokus pada aspek holistik pengalaman pengguna, meliputi usability (kemudahan penggunaan), accessibility (aksesibilitas), emotional design (desain emosional), dan satisfaction (kepuasan). Menurut (Hassenzahl et al., 2021), *User Experience* tidak hanya terkait fungsionalitas teknis, tetapi juga bagaimana pengguna merasakan nilai subjektif seperti kesenangan, kepercayaan, atau keterikatan selama interaksi. Dalam konteks teknologi seperti QRIS, *User Experience* yang baik harus memastikan proses transaksi yang intuitif, minim kesalahan, dan memberikan rasa nyaman bagi pengguna.

Dari keseluruhan teori diatas dapat disimpulkan bahwa *User Experience* merupakan persepsi, respons, dan emosi pengguna saat berinteraksi dengan suatu sistem, produk, atau layanan dan dipengaruhi oleh faktor kontekstual seperti latar belakang pengguna, tujuan penggunaan, dan lingkungan operasional.

Trust

Trust merupakan keyakinan pengguna terhadap kemampuan, integritas, dan kebaikan suatu sistem atau pihak dalam memberikan hasil yang diharapkan tanpa risiko eksploitasi. Dalam konteks teknologi, *trust* dibangun melalui persepsi keamanan (*perceived security*), reliabilitas (*reliability*), dan transparansi (*transparency*) sistem. Menurut (Mayer et al., 2019), *trust* terdiri dari tiga komponen utama: *ability* (kemampuan sistem untuk berfungsi sesuai tujuan), *integrity* (konsistensi dan kejujuran sistem), dan *benevolence* (niat baik penyedia layanan). Pada sistem pembayaran digital seperti QRIS, *trust* menjadi krusial karena melibatkan pertukaran data sensitif dan transaksi finansial.

Dari keseluruhan teori diatas maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan pengguna terhadap kemampuan suatu sistem untuk memberikan hasil yang diharapkan tanpa risiko eksploitasi.

Business Efficiency

Business Efficiency (efisiensi bisnis) merujuk pada kemampuan suatu organisasi atau pelaku usaha untuk memaksimalkan output (hasil) dengan meminimalkan input sumber daya seperti waktu, biaya, dan tenaga. Teori ini berfokus pada optimalisasi proses operasional, pengurangan pemborosan (*waste reduction*), dan peningkatan produktivitas melalui pemanfaatan teknologi, manajemen strategis, atau inovasi. Konsep efisiensi bisnis sering dikaitkan dengan prinsip *Pareto Efficiency*. Menurut studi (Kountzakis & Letters, 2023), *Pareto Efficiency* yaitu di mana suatu sistem mencapai titik optimal ketika tidak ada lagi peningkatan output tanpa mengorbankan sumber daya tambahan.

Dari keseluruhan teori diatas maka dapat disimpulkan bahwa *business efficiency* adalah menggunakan sumber daya untuk mencapai tujuan mereka dengan pemborosan minimal, memaksimalkan output relatif terhadap input. Memahami dan meningkatkan efisiensi bisnis sangat penting untuk mempertahankan daya saing, profitabilitas, dan kemampuan beradaptasi dalam lingkungan yang terus berubah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan alat penelitian . Menurut (Etikan et al., 2020) Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk diteliti. Kriteria responden adalah pemilik usaha di Jakarta yang telah mengadopsi QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) sebagai metode pembayaran dalam bisnis mereka minimal 6 bulan dengan

rentan usia 18-65 tahun. Penentuan jumlah sample mengacu pad penelitian (Hair, 2021) dengan minimal 5-10 kali jumlah indikator, sehingga ditetapkan 210 responden.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a) Uji R-Square (R^2)

Nilai R-Square pada PL-SEM digunakan untu mengukur pengaruh antar variabel. Terdapat kategori untuk melihat nilai R Square, yaitu 0,75 (tinggi), 0,5 (sedang) dan 0,25 (rendah) (Hair et al., 2019). Berikut hasil uji penelitian ini.

	R-square	R-square adjusted
BE	0.690	0.688
T	0.783	0.777

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan data diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

- Nilai R-square sebesar 0,690, yang menunjukkan bahwa model dapat menjelaskan 69% variasi pada *Business Efficiency* serta nilai Adjusted R-square untuk Business Efficiency adalah 0,688, memberikan estimasi yang lebih akurat dengan memperhitungkan jumlah variabel prediktor
- Trust (T) memiliki nilai R-square sebesar 0,783 dan Adjusted R-square 0,777, yang berarti model mampu menjelaskan sekitar 78% variasi pada Trust. Hal ini menunjukkan kontribusi signifikan dari variabel-variabel prediktor dalam menjelaskan Trust.

b) Q - Square (Q^2)

Uji Q-Square digunakan untuk menilai kemampuan prediktif model. Seberapa baik variabel independent mampu menilai variabel dependen. Terdapat kategori untuk melihat nilai Uji Q Square, yaitu 0.02 (kecil), 0.15 (sedang) dan 0.35 (tinggi) (Hair, 2021). Berikut hasil uji penelitian ini.

	Q²predict	RMSE	MAE
BE	0.654	0.604	0.490
T	0.787	0.486	0.394

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

- Nilai Q^2 pada *Business Efficiency* sebesar 0,654 menunjukkan kemampuan prediksi yang kuat, dengan sekitar 65% variasi pada efisiensi bisnis UMKM di DKI Jakarta dapat dijelaskan oleh variabel-variabel dalam model.
- Nilai Q^2 pada *Trust* sebesar 0,787 mengindikasikan kemampuan prediksi yang sangat kuat, karena nilainya jauh di atas ambang batas minimum 0,35, yang menunjukkan tingkat prediktabilitas yang lebih tinggi dibandingkan *Business Efficiency*.

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

- c) Nilai *Root Mean Square Error* (RMSE) untuk *Business Efficiency* adalah 0,604 dan untuk T adalah 0,486, menunjukkan bahwa tingkat kesalahan prediksi model relatif rendah.
- d) Nilai *Mean Absolute Error* (MAE) untuk *Business Efficiency* adalah 0,490 dan untuk T adalah 0,394, yang juga menunjukkan tingkat kesalahan prediksi yang rendah.

c) F - Square (F^2)

F-Square adalah pengukuran yang digunakan untuk mengevaluasi pengaruh relative dari suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen (Purwanto & Sudargini, 2021). Berikut merupakan nilai F-Square pada penelitian ini.

	BE	PEOU	PU	T	UX
BE					
PEOU	0.054			0.621	
PU	0.071			0.662	
T	0.116				
UX	0.080			0.591	

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

- a) *Perceived Ease of Use* terhadap *Trust* menunjukkan nilai f^2 sebesar 0,054, yang berada di bawah ambang batas 0,15, mengindikasikan pengaruh kecil. Ini berarti bahwa kemudahan penggunaan memberikan kontribusi terhadap pembentukan kepercayaan, meskipun pengaruhnya relatif rendah.
- b) *Perceived Usefulness* terhadap *Trust* memperoleh nilai f^2 sebesar 0,071, yang juga termasuk dalam kategori pengaruh kecil, menunjukkan bahwa kegunaan yang dirasakan turut berkontribusi pada kepercayaan, namun dengan pengaruh yang terbatas.
- c) *User Experience* terhadap *Trust* memiliki nilai f^2 sebesar 0,116, yang meskipun lebih tinggi dari *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness*, tetap berada di bawah ambang batas 0,15, sehingga juga dikategorikan sebagai pengaruh kecil. Hal ini mengonfirmasi bahwa pengalaman pengguna tetap relevan dalam membangun kepercayaan.
- d) *Trust* terhadap *Business Efficiency* memperoleh nilai f^2 sebesar 0,080, yang juga termasuk dalam kategori pengaruh kecil. Meskipun *Trust* berkontribusi positif terhadap peningkatan efisiensi bisnis UMKM pengguna *QRIS*, pengaruhnya masih terbatas.

d) Goodness of Fit (GoF)

Goodness of Fit merupakan ukuran tunggal yang digunakan untuk memvalidasi performa gabungan antara model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model) (Accounting, 2021). Nilai Goodness of Fit (GoF) dapat dilihat dari nilai standardized root mean square residual (SRMR). Menurut Wetzels et al., (2021) Nilai pada Indeks Goodness of Fit (Gof) kecil yaitu berada di angka 0.10, untuk nilai sedang berada di angka 0.25 dan untuk nilai besar berada di angka 0.36. Berikut merupakan nilai GoF dalam penelitian ini.

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.674	0.674

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan hasil di atas menunjukkan bahwa nilai SRMR sebesar 0.674 sehingga model sudah sesuai atau sudah memenuhi kriteria goodness of fit model.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menilai hubungan antar variabel dengan metode bootstrapping. Cara yang digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel dapat dilihat dengan nilai *Pvalue* dan nilai *t*.

1. Analisis Pengaruh Langsung (Direct Effect)

Analisis efek langsung berguna untuk menguji hipotesis pengaruh langsung suatu variabel independen terhadap variabel dependen (Astuti & Hasbi, 2020). Dalam penelitian ini menggunakan Koefisien jalur (*path coefficients*) digunakan untuk menunjukkan arah dan kekuatan pengaruh antar variabel dalam model penelitian.

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>
X1 -> Z	0.175	0.175	0.054	3.227	0.001
X1 -> Y	0.389	0.390	0.036	10.940	0.000
X2 -> Z	0.209	0.210	0.053	3.941	0.000
X2 -> Y	0.414	0.414	0.032	12.909	0.000
Y -> Z	0.407	0.405	0.084	4.836	0.000
X3 -> Z	0.223	0.222	0.050	4.461	0.000
X3 -> Y	0.400	0.399	0.037	10.864	0.000

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai T-statistik dari setiap hubungan antar variabel telah melebihi ambang batas 1,96, dengan nilai p-value yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini diterima, yang

mengindikasikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antar variabel-variabel yang diuji. Berikut penjelasan masing-masing uji hipotesis berdasarkan data yang ada:

- a. Uji Hipotesis 1: *Perceived Ease of Use* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Business Efficiency* (Z).

Berdasarkan hasil pada tabel di atas, koefisien beta untuk hubungan *Perceived Ease of Use* (PEOU) $\rightarrow$ *Business Efficiency* (BE) adalah 0,175, dengan *T-statistic* sebesar 3,227 dan nilai *p-value* 0,001. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *Perceived Ease of Use* (PEOU), semakin tinggi pula *Business Efficiency* (BE). Peningkatan satu satuan PEOU akan meningkatkan BE sebesar 17,5%. *T-statistic* yang lebih besar dari 1,96 dan *p-value* yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa **H1 diterima**.

- b. Uji Hipotesis 2: *Perceived Ease of Use* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust* (Y).

Koefisien beta untuk hubungan *Perceived Ease of Use* (X1) $\rightarrow$ *Trust* (Y) adalah 0,389, dengan *T-statistic* sebesar 10,940 dan *p-value* 0,000. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *Perceived Ease of Use* (X1), semakin tinggi pula *Trust* (Y). Peningkatan satu satuan *Perceived Ease of Use* akan meningkatkan *Trust* sebesar 38,9%. Nilai *T-statistic* yang lebih besar dari 1,96 dan *p-value* yang lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan bahwa **H2 diterima**.

- c. Uji Hipotesis 3: *Perceived Usefulness* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Business Efficiency* (Z).

Koefisien beta untuk hubungan *Perceived Usefulness* (X2) $\rightarrow$ *Business Efficiency* (Z) adalah 0,209, dengan *T-statistic* sebesar 3,941 dan *p-value* 0,000. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *Perceived Usefulness* (X2), semakin tinggi pula *Business Efficiency* (Z). Peningkatan satu satuan *Perceived Usefulness* akan meningkatkan *Business Efficiency* sebesar 20,9%. Nilai *T-statistic* yang lebih besar dari 1,96 dan *p-value* yang lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan bahwa **H3 diterima**.

- d. Uji Hipotesis 4: *Perceived Usefulness* (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust* (Y).

Koefisien beta untuk hubungan *Perceived Usefulness* (X2) $\rightarrow$ *Trust* (Y) adalah 0,414, dengan *T-statistic* sebesar 12,909 dan *p-value* 0,000. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *Perceived Usefulness* (X2), semakin tinggi pula *Trust* (Y). Peningkatan satu satuan *Perceived Usefulness* akan meningkatkan *Trust* sebesar 41,4%. Nilai *T-statistic* yang lebih besar dari 1,96 dan *p-value* yang lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan bahwa **H4 diterima**.

- e. Uji Hipotesis 5: *Trust* (Y) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Business Efficiency* (Z).

Koefisien beta untuk hubungan *Trust* (Y) $\rightarrow$ *Business Efficiency* (Z) adalah 0,407, dengan *T-statistic* sebesar 4,836 dan *p-value* 0,000. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Trust* (Y), semakin tinggi pula *Business Efficiency* (Z). Peningkatan satu satuan *Trust* akan meningkatkan *Business Efficiency* sebesar 40,7%. Nilai *T-statistic* yang lebih besar dari 1,96 dan *p-value* yang lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan bahwa **H5 diterima**.

- f. Uji Hipotesis 6: *User Experience* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Business Efficiency* (Z).

Koefisien beta untuk hubungan *User Experience* (X3) $\rightarrow$ *Business Efficiency* (Z) adalah 0,223, dengan *T-statistic* sebesar 4,461 dan *p-value* 0,000. Ini menunjukkan bahwa semakin baik *User Experience* (X3), semakin tinggi pula *Business Efficiency* (Z). Peningkatan satu satuan *User Experience* akan meningkatkan *Business Efficiency* sebesar 22,3%. Nilai *T-statistic* yang lebih besar dari 1,96 dan *p-value* yang lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan bahwa **H6 diterima**.

- g. Uji Hipotesis 7: *User Experience* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust* (Y).

Koefisien beta untuk hubungan *User Experience* (X3) $\rightarrow$ *Trust* (Y) adalah 0,400, dengan *T-statistic* sebesar 10,864 dan *p-value* 0,000. Ini menunjukkan bahwa semakin baik *User Experience* (X3), semakin tinggi pula *Trust* (Y). Peningkatan satu satuan *User Experience* akan meningkatkan *Trust* sebesar 40,0%. Nilai *T-statistic* yang lebih besar dari 1,96 dan *p-value* yang lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan bahwa **H7 diterima**.

2. Analisis Pengaruh Tidak Langsung

Analisis pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi. Pengukuran *indirect effect* dapat dilihat dari nilai *p-value*, di mana jika *p-value* < 0,05 maka pengaruh tidak langsung dinyatakan signifikan, yang berarti variabel intervening memiliki peran dalam memediasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika *p-value* > 0,05 maka pengaruh tidak langsung dinyatakan tidak signifikan, sehingga variabel intervening tidak berperan sebagai mediator dalam hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dengan demikian, signifikansi *indirect effect* menjadi indikator penting dalam menentukan apakah suatu variabel intervening efektif dalam menjembatani hubungan antar variabel utama dalam model penelitian.

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

Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Ket.
X1 -> Y -> Z	0.159	0.158	0.036	4.460	0.000	Diterima
X2 -> Y -> Z	0.169	0.168	0.037	4.552	0.000	Diterima
X3 -> Y -> Z	0.163	0.162	0.038	4.327	0.000	Diterima

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025) (*Output SmartPLS 4.0*)

- a. Uji Hipotesis 8: : *Perceived Ease of Use* (X1) terhadap *Business Efficiency* (Z) melalui *Trust* sebagai variabel mediasi.

Koefisien beta untuk hubungan *Perceived Ease of Use* (X1) terhadap *Business Efficiency* (Z) melalui *Trust* (Y) adalah 0,159, dengan *T-statistic* sebesar 4,460 dan *p-value* 0,000. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *Perceived Ease of Use* (X1), semakin tinggi pula *Business Efficiency* (Z) melalui peningkatan *Trust* (Y). Peningkatan satu satuan *Perceived Ease of Use* akan meningkatkan *Business Efficiency* sebesar 15,9% melalui *Trust*. Nilai *T-statistic* yang lebih besar dari 1,96 dan *p-value* yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa **H8 diterima**

- b. Uji Hipotesis 9: *Perceived Usefulness* (X2) terhadap *Business Efficiency* (Z) melalui *Trust* sebagai variabel mediasi.

Koefisien beta untuk hubungan *Perceived Usefulness* (X2) terhadap *Business Efficiency* (Z) melalui *Trust* (Y) adalah 0,169, dengan *T-statistic* sebesar 4,552 dan *p-value* 0,000. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *Perceived Usefulness* (X2), semakin tinggi pula *Business Efficiency* (Z) melalui peningkatan *Trust* (Y). Peningkatan satu satuan *Perceived Usefulness* akan meningkatkan *Business Efficiency* sebesar 16,9% melalui *Trust*. Nilai *T-statistic* yang lebih besar dari 1,96 dan *p-value* yang lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan bahwa **H9 diterima**.

- c. Uji Hipotesis 10: *User Experience* (X3) terhadap *Business Efficiency* (Z) melalui *Trust* sebagai variabel mediasi.

Koefisien beta untuk hubungan *User Experience* (X3) terhadap *Business Efficiency* (Z) melalui *Trust* (Y) adalah 0,163, dengan *T-statistic* sebesar 4,327 dan *p-value* 0,000. Ini menunjukkan bahwa semakin baik *User Experience* (X3), semakin tinggi pula *Business Efficiency* (Z) melalui peningkatan *Trust* (Y). Peningkatan satu satuan *User Experience* akan meningkatkan *Business Efficiency* sebesar 16,3% melalui *Trust*. Nilai *T-statistic* yang lebih besar dari 1,96 dan *p-value* yang lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan bahwa **H10 diterima**.

Kesimpulan

Dalam penelitian, suatu hipotesis dapat bersifat positif atau negatif, tergantung pada arah hubungan antara variabel-variabel yang diuji. Sebagai contoh, hipotesis positif

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

seperti "Perceived Ease of Use memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap trust" menunjukkan bahwa semakin mudah sistem digunakan, semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem tersebut. Ini berarti, jika kemudahan penggunaan meningkat, maka tingkat kepercayaan juga akan semakin tinggi, dan sebaliknya, jika sistem semakin sulit digunakan, tingkat kepercayaan pengguna akan menurun.

Sebaliknya, hipotesis negatif menyatakan bahwa ada hubungan terbalik antara dua variabel. Sebagai contoh, dalam hipotesis "apabila tingkat stres karyawan menurun, maka tingkat produktivitas perusahaan meningkat," hubungan negatif berarti bahwa semakin rendah stres yang dialami karyawan, semakin tinggi produktivitas mereka. Sebaliknya, jika stres karyawan meningkat, maka produktivitas perusahaan cenderung menurun. Dalam kedua jenis hipotesis ini, arah hubungan antara variabel sangat penting untuk menentukan apakah pengaruhnya bersifat positif atau negatif, yang mempengaruhi interpretasi hasil penelitian. Berikut adalah kesimpulan dari seluruh hipotesis dari penelitian ini:

1. *Perceived Ease of Use memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap trust*
2. *Perceived Usefulness memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap trust.*
3. *User Experience memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap trust.*
4. *Perceived Ease of Use memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap business efficiency*
5. *Perceived Usefulness memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap business efficiency.*
6. *User Experience memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap business efficiency.*
7. *Trust memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap business efficiency.*
8. *Perceived Ease of Use memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap business efficiency melalui trust.*
9. *Perceived Usefulness memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap business efficiency melalui trust.*
10. *User Experience memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap business efficiency melalui trust.*

DAFTAR PUSTAKA

Al-Harbi, K. (2020). *Investigating factors influencing the adoption of e-learning: Saudi students' perspective.*

- https://figshare.le.ac.uk/articles/thesis/Investigating_Factors_Influencing_the_Adoption_of_E-learning_Saudi_Students_Perspective/10101944
- Arner, D. W., Barberis, J. N., & Buckley, R. P. (2021). The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm? *SSRN Electronic Journal*.
<https://doi.org/10.2139/SSRN.2676553>
- Davis, 1989. (1989). Davis' technology acceptance model (TAM)(1989). *Igi-Global.Com*. <https://www.igi-global.com/chapter/davis-technology-acceptance-model-tam-1989/127133>
- Etikan, I., Journal, K. B.-B. & B. I., & 2017, U. (2020). Sampling and sampling methods. *Academia.Edu*. <https://www.academia.edu/download/76605654/BBIJ-05-00149.pdf>
- Hair. (2021). Next-generation prediction metrics for composite-based PLS-SEM. *Emerald.Com*, 121(1), 5–11. <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2020-0505/>
- Kountzakis, C., & Letters, D. R.-. (2023). Pareto efficiency without topology. *Springer*, 17(7), 1633–1641. <https://doi.org/10.1007/s11590-022-01968-5>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (2019). An Integrative Model Of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
<https://doi.org/10.5465/AMR.1995.9508080335>
- Suryono, R. R., Budi, I., & Purwandari, B. (2020). Challenges and trends of financial technology (Fintech): A systematic literature review. In *Information (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 12, pp. 1–20). MDPI AG. <https://doi.org/10.3390/info11120590>
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2020). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273–315.
<https://doi.org/10.1111/J.1540-5915.2008.00192.X>
- Wang, X., Lu, A., Lin, T., Liu, S., Song, T., Huang, X., & Jiang, L. (2022). Perceived usefulness predicts second language learners' continuance intention toward language learning applications: a serial multiple mediation model of integrative motivation and flow. *Education and Information Technologies*, 27(4), 5033–5049.
<https://doi.org/10.1007/s10639-021-10822-7>
- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., Quarterly, C. V. O.-M., & 2009, U. (2021). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *JSTOR*. <https://www.jstor.org/stable/20650284>
- Wu, J., management, S. W.-I. &, & 2005, undefined. (2004). What drives mobile commerce?: An empirical evaluation of the revised technology acceptance model. *Elsevier*. <https://doi.org/10.1016/j.im.2004.07.001>