

## Determinan Preferensi Konsumen dalam Penggunaan QR Payment di Provinsi Bali

### *Determinants of Consumer Preference in Using QR Payment in Bali Province*

Ni Made Wiwik Sulasih<sup>1</sup>, Luh Putu Mahyuni<sup>2</sup>✉

<sup>1</sup>Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Indonesia.

<sup>2</sup>Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Indonesia.

✉ Corresponding author: mahyuniluhputu@undiknas.ac.id

#### Abstrak

Era digital mempercepat perubahan berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk perkembangan pembayaran non-tunai. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris hal-hal yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam menggunakan QR Payment sebagai media pembayaran di Bali. Target populasi adalah seluruh pengguna QR Payment di Bali. Melalui teknik purposive sampling diperoleh 226 responden, yang kemudian dianalisis dengan model analisis jalur dan bantuan aplikasi SmartPLS3. Temuan penelitian membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel literasi keuangan terhadap persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan. Selain itu persepsi kepercayaan dan persepsi kegunaan dibuktikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan QR payment sebagai media pembayaran. Hasil penelitian ini tidak menemukan adanya hubungan antara persepsi keamanan, persepsi kemudahan, pengaruh pihak luar dan persepsi hambatan terhadap intensitas penggunaan QR payment di Provinsi Bali. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi literatur terkait preferensi konsumen menggunakan QR Payment sebagai media pembayaran. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi berharga bagi pengambil kebijakan terkait maupun perusahaan fintech.

#### Abstract

The digital era is accelerating changes in various aspects of human life, including the development of non-cash payments. This study aims to offer empirical evidence of the determinants of consumer preferences in using QR Payment in Bali. The target population is all QR Payment users in Bali. Using a purposive sampling technique, 226 respondents were obtained, which were then analyzed using the path analysis model and the help of the SmartPLS3 application. This research found a positive and significant effect of financial literacy on perceived usefulness and perceived convenience. In addition, perceptions of trust and perceived usefulness shown a positive and significant effect on the intensity of using QR payments. This study failed to find a relationship between perceived security, perceived convenience, influence of others, and perceived obstacles to the intensity of using QR payments in the Province of Bali. The results of this study are expected to provide significant contribution to the literature regarding consumer preferences for using QR Payment as a payment medium. This research is also expected to offer valuable recommendations for policy makers and fintech companies.

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



Copyright © 2024 Ni Made Wiwik Sulasih, Luh Putu Mahyuni.

#### Article history

Received 2024-01-07

Accepted 2024-01-15

Published 2024-01-30

#### Kata kunci

Preferensi Konsumen;  
QR Payment;  
Technology Acceptance Model;  
Theory of Planned Behavior.

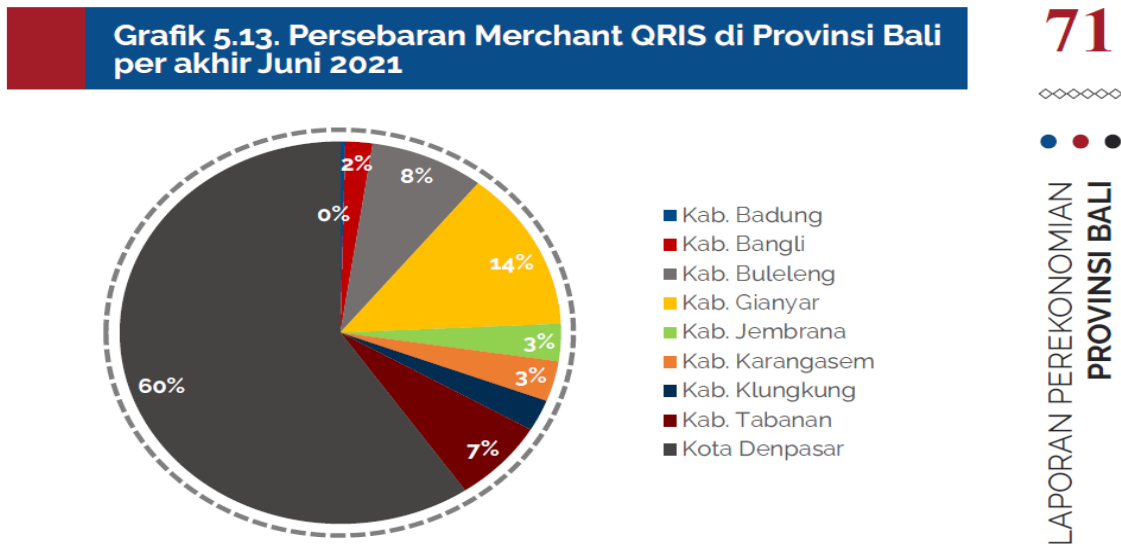
#### Keywords

Consumer Preferences;  
QR Payment;  
Technology Acceptance Model;  
Theory of Planned Behavior.

## 1. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 sedikit tidaknya turut menyumbang perilaku dan gaya hidup masyarakat termasuk pilihan dalam cara bertransaksi. Era digital semakin cepat membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan umat manusia, termasuk banyaknya pilihan ragam pembayaran non-tunai. Bank Indonesia sebagai otoritas Sistem Pembayaran di Indonesia telah mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada 14 Agustus 2014. Dengan adanya GNNT diharapkan dapat membantu terwujudnya *cashless society*. Hal ini diharapkan dapat mengurangi penggunaan uang tunai yang sarat akan kendala, seperti uang palsu, lusuh, serta kesalahan hitung akibat human error. Selain itu, uang tunai dianggap dapat menjadi salah satu media penularan berbagai penyakit diantaranya Covid-19 yang mulai mewabah di Indonesia sejak Maret 2020 lalu.

Berikut adalah gambaran sebaran Merchant QRIS di masing-masing Kabupaten di Provinsi Bali yang dikutip dari Buku Laporan Perekonomian Provinsi Bali Triwulan I 2022 yang dipublikasikan oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bali pada 2 Mei 2022. Gambar 1 menunjukkan sebaran merchant QRIS yang terkonsentrasi di Kota Denpasar. Oleh karena itu penting untuk mengetahui hal-hal yang mempengaruhi intensitas penggunaan QR Code sebagai media pembayaran non tunai di masing-masing kabupaten di Bali.



Sumber: Bank Indonesia, diolah

**Gambar 1. Grafik Sebaran Merchant QRIS di Provinsi Bali Juni 2021.**

Metode pembayaran dengan menggunakan QR Code belum dapat digunakan secara maksimal dikarenakan kurangnya sosialisasi tentang kelebihan dan kekurangan dari penggunaan QR Code ini (Arianti et al., 2019). Searah dengan hasil penelitian yang dilakukan di India yang menjelaskan beberapa hal. Pertama, tantangan digital payment adalah masalah keamanan. Kedua, mayoritas responden percaya bahwa kurangnya kesadaran dan pendidikan bertanggung jawab atas lambatnya adopsi pembayaran digital di India. Ketiga, sebagian besar responden transaksi cashless dapat mengurangi waktu dan biaya serta percaya manfaat dari transaksi cashless. Keempat, sebagian besar responden berpendapat bahwa terbatasnya implementasi transaksi online di India disebabkan oleh kurangnya kesadaran dan pendidikan (Mulla, 2021).

Penelitian terdahulu menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik dan minat generasi milenial untuk menggunakan *fintech* (Awalina, 2019); (T Aditya & Mahyuni, 2022). Selain itu pada penelitian terdahulu diperoleh hasil dimana persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat konsumen dalam menggunakan QRIS, *behavior intention* pada Kiosk Tyme Digital, serta minat menggunakan *platform crowdfunding* berbasis QR kode (R. Saputri, 2020); (Nazirwan, 2019); (Iqbal & Kadir, 2020).

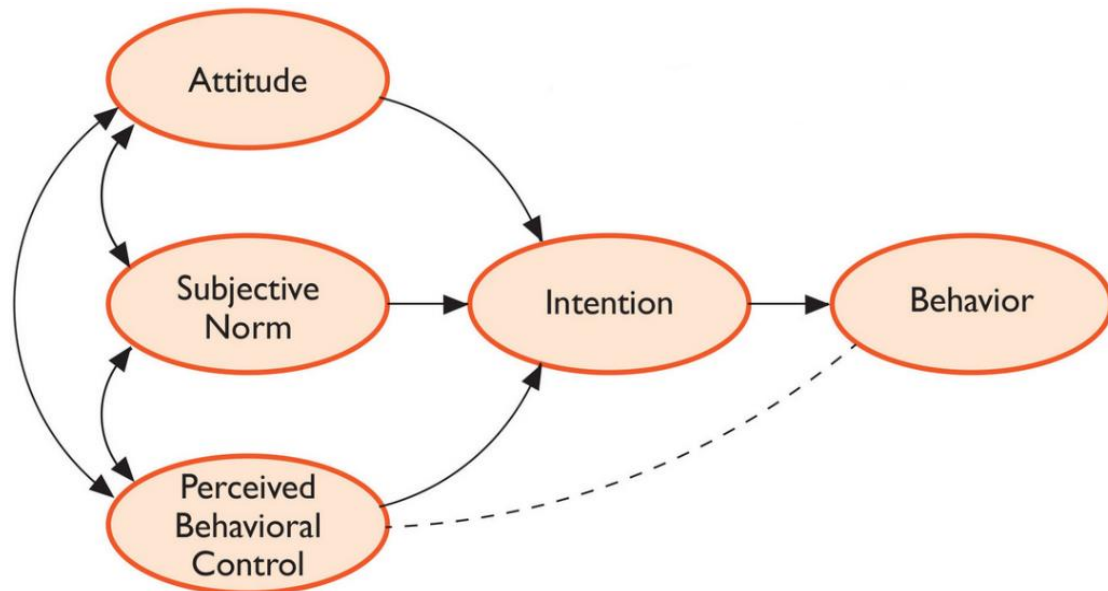
Sementara penelitian lainnya membuktikan bahwa persepsi kepercayaan tidak mempengaruhi intensitas penggunaan dimana banyak responden tidak memahami risiko menggunakan dan sepenuhnya mempercayai aplikasi OVO (Budyastuti, 2021). Penelitian sebelumnya juga menemukan bahwa persepsi keamanan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan fintech pada generasi milenial di provinsi Bali (T Aditya & Mahyuni, 2022). Pada penelitian sebelumnya ditemukan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan OVO, minat penggunaan *fintech* pada generasi milenial, minat menggunakan QRIS, uang elektronik dan mobile banking (Budyastuti, 2020); (T Aditya & Mahyuni, 2022); (R. Saputri, 2020); (M Aisyah & Ardiningsing, 2022); (Wiranata, 2020); (Awalina, 2019).

Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menemukan bahwa terdapat pengaruh positif antara persepsi kemudahan dengan intensitas penggunaan OVO, minat konsumen menggunakan QRIS serta minat bertransaksi menggunakan fintech (Budyastuti, 2020); (T Aditya & Mahyuni, 2022); (R. Saputri, 2020); (M Aisyah & Ardiningsing, 2022); (Wiranata, 2020); (Awalina, 2019); (A'la, 2021). Alasan persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat responden dalam penggunaan uang elektronik adalah karena pada produk uang elektronik berbasis server masih memerlukan jaringan untuk bisa melakukan transaksi, sehingga penggunaan produk uang elektronik berbasis server ini dirasa kurang praktis (Awalina, 2019).

Hasil penelitian terdahulu lainnya menjelaskan bahwa pengaruh pihak luar atau pengaruh sosial, berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi UMKM menggunakan QRIS serta minat generasi milenial untuk menggunakan fintech (Mahyuni & Setiawan, 2021); (T Aditya & Mahyuni, 2022). Peneliti lainnya membuktikan bahwa tingkat risiko berpengaruh tidak signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan QRIS (R. Saputri, 2020). Selain itu penelitian lainnya juga menemukan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh positif pada minat penggunaan mobile banking (M Aisyah & Ardiningsing, 2022). Hasil yang berlawanan juga dibuktikan pada penelitian terdahulu dimana *perceived risk* berpengaruh negatif terhadap behavior intention pada Kiosk Tyme Digital serta minat bertransaksi menggunakan *fintech* pada masyarakat Kota Medan (Nazirwan, 2019); (A'la, 2021). Hasil penelitian yang berbeda lagi dimana belum dapat dibuktikan adanya pengaruh signifikan antara persepsi hambatan terhadap intensi UMKM menggunakan QRIS (Mahyuni & Setiawan, 2021).

Penelitian ini penting untuk dilakukan mengingat berdasarkan data yang telah disampaikan di atas terdapat sebaran merchant QRIS yang terkonsentrasi di Kota Denpasar. Hal ini sekaligus menggambarkan ketidakmerataan penggunaan alat pembayaran non tunai di masing-masing daerah di Bali. Untuk menciptakan literasi pembayaran non tunai yang lebih terarah dan tepat sasaran, dibutuhkan informasi hal-hal yang dapat mempengaruhi intensitas penggunaan non tunai, khususnya penggunaan QR Code sebagai media pembayaran non tunai di masing-masing kabupaten di Bali.

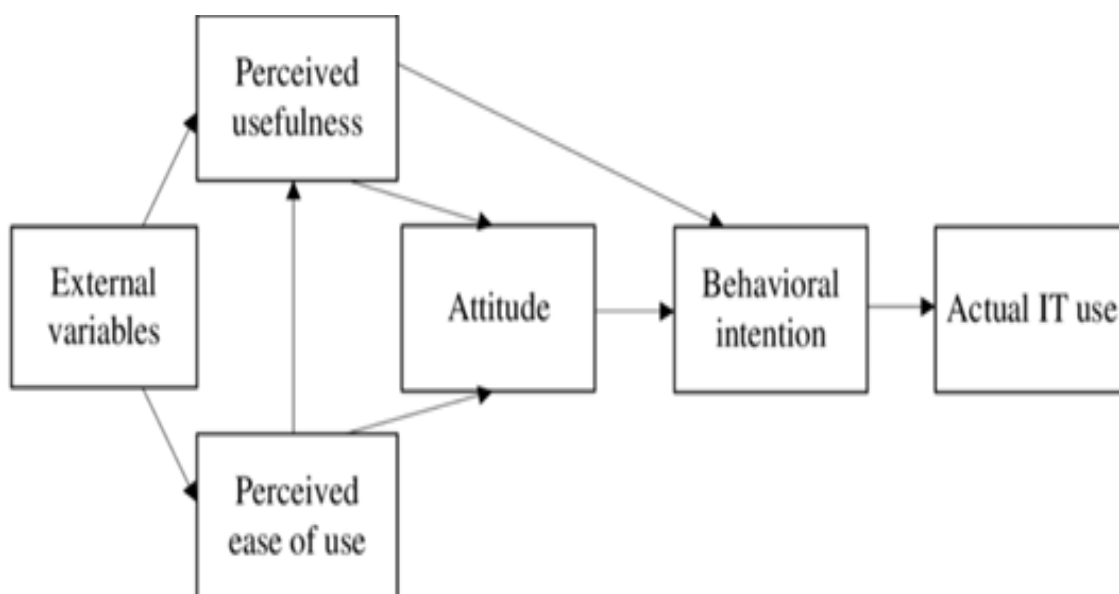
Dalam membangun kerangka teori pada penelitian ini, peneliti mengadopsi model Theory of Planned Behaviour/TPB (Ajzen, 2005) dan Technology Acceptance Model/TAM (Davis, 1989). TPB oleh Ajzen (2005) menjelaskan tiga faktor penentu sikap terhadap hasil perilaku. Faktor penentu pertama adalah *attitude* dimana sikap terhadap perilaku ini ditentukan oleh keyakinan mengenai konsekuensi dari suatu perilaku atau disebut juga *behavioral beliefs*. Faktor penentu yang kedua dari TPB oleh Ajzen (2005) adalah *subjective norm* yaitu manfaat yang memiliki dasar terhadap kepercayaan (*belief*) yang memiliki istilah *normative belief*. *Normative belief* merupakan kepercayaan terhadap kesepahaman ataupun ketidaksepahaman seseorang ataupun kelompok yang mempengaruhi individu pada suatu perilaku. Faktor penentu ketiga dari TPB oleh Ajzen (2005) yakni *Perceived Behavioral Control* yaitu perasaan seseorang mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu.



Gambar 2. Theory of Planned Behaviour (Ajzen, 2005).

Tiga faktor utama yang membentuk intensi dan perilaku seseorang, yakni motivasi internal yang dibentuk dari serangkaian persepsi terkait intensi dan perilaku (*attitude towards the behavior*), kemudian pengaruh pihak luar, terutama pihak yang dinilai berpengaruh dan penting (*subjective norm*), dan yang terakhir adalah persepsi hambatan untuk melaksanakan intensi dan perilaku (*percieved behavioral control*) (Mahyuni & Setiawan, 2021).

TAM menjelaskan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan dalam penggunaan merupakan variabel yang signifikan dalam menjelaskan motivasi penggunaan sistem teknologi informasi (Davis, 1989). Empat konstruksi TAM adalah persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, niat, dan adopsi teknologi actual (Gentry & Calantone, 2002). TAM telah dikembangkan dari penelitian-penelitian sebelumnya, dengan menambahkan beberapa variabel lain yang dianggap dapat memengaruhi seseorang dalam menerima suatu teknologi baru. Seperti penelitian yang menguji pengaruh *trust* terhadap penggunaan *mobile wallet*, dimana hasil penelitian tersebut menemukan bahwa *trust* mempengaruhi seseorang dalam menggunakan *mobile wallet* (Shaw, 2014). Penelitian membuktikan bahwa *trust* dan *perceived security* memengaruhi seseorang dalam menggunakan *mobile wallet* di India (Chawla & Joshi, 2019).



Gambar 3. Technology Acceptance Model (Davis, 1989).

Variabel dependen pada penelitian ini adalah intensitas konsumen menggunakan QR payment sebagai media pembayaran (Y). Maksud intensitas disini adalah seberapa sering konsumen menggunakan QR payment sebagai media pembayaran. Berdasarkan penelitian terdahulu, hal-hal yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi UMKM menggunakan QRIS yaitu pemahaman akan QRIS, persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan QRIS, serta pengaruh pihak eksternal. Sementara persepsi hambatan yakni kendala dalam penggunaan QRIS, koneksi internet yang tidak stabil, adanya biaya dan limit transaksi, belum dapat dibuktikan memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi UMKM menggunakan QRIS (Mahyuni & Setiawan, 2021).

Penelitian ini menggunakan 5 variabel independen yaitu literasi keuangan (X1), persepsi kepercayaan (X2), persepsi keamanan (X3), pengaruh pihak luar (X4), dan persepsi hambatan (X5). Penelitian ini juga menggunakan 2 variabel intervening yakni persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan. Variabel mediasi atau intervening adalah sebuah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak bisa diukur dan diamati. Variabel intervening terletak di antara variabel independen dan variabel dependen, sehingga variabel independen tidak secara langsung mempengaruhi variabel dependen (Sugiyono, 2015).

Penelitian ini juga menggunakan 2 variabel moderasi yakni usia dan tingkat pendidikan. Variabel moderasi merupakan variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel dependen dan independen (Sugiyono, 2015). Menurut Baresfod Research yang dipublikasikan Kompas.com tanggal 26 Desember 2021, secara umum pengelompokan generasi adalah sebagai berikut: Baby Boomers yang lahir antara 1946-1964, Gen X yang lahir antara 1965-1980, Gen Y atau Millenials yang lahir antara tahun 1980-1996, dan Gen Z yang lahir antara tahun 1997-2012. Peran usia dalam memoderasi pengaruh persepsi kegunaan terhadap intensitas penggunaan QR Payment pada penelitian ini dikelompokkan menjadi 4 kelompok seperti yang disebutkan diatas. Tingkat pendidikan yang dimaksud pada penelitian kali ini adalah tingkat pendidikan terakhir yang dibagi menjadi Tidak Sekolah, SD, SMP, SMA/SMK, Diploma, S1, S2, S3.

## 2. Metode

Untuk menjawab hipotesis diatas, penelitian ini dilakukan melalui pendekatan kuantitatif dengan Provinsi Bali sebagai lokasi penelitian. Adapun target populasi pada penelitian ini adalah pengguna QR Payment yang berdomisili di Bali. Melalui *purposive sampling* diperoleh 226 responden sebagai sampel penelitian yang mengisi kuesioner dalam bentuk *google form* pada rentang waktu 7-15 November 2022.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator dimaksud dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala likert, disusun dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju, dengan skor masing-masing 1-7 (Sugiyono, 2015). Pertanyaan maupun pernyataan kuesioner disajikan sebagaimana tabel 1.

**Tabel 1. Daftar pertanyaan/pernyataan kuesioner**

No	Pertanyaan / pernyataan	Respon
1	Email	diisi yang sesuai
2	Rentang tahun kelahiran	1946-1964; 1965-1980; 1980-1996; 1997-2012
3	Kota tempat tinggal/domisili	Badung ; Bangli ; Buleleng ; Denpasar ; Gianyar ; Jembrana ; Karangasem ; Klungkung ; Tabanan
4	Jenis Kelamin	Laki-laki ; Perempuan
5	Pendidikan Terakhir	Tidak sekolah ; SD ; SMP ; SMA/SMK ; Diploma ; S1 ; S2 ; S3
6	Pengeluaran dalam sebulan	< 5 jt ; 5 jt - 14 jt ; 15 jt - 25 jt ; 26 jt - 35 jt ; > 35 jt
7	Saya selalu membuat anggaran belanja setiap bulannya	1 "Sangat Tidak Setuju" ...7 "Sangat Setuju"

No	Pertanyaan / pernyataan	Respon
8	Saya memilih menyisihkan lebih banyak uang untuk di tabung	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"
9	Saya rutin melakukan pembayaran menggunakan QR <i>payment</i> setiap bulannya	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"
10	Kedepannya saya akan tetap menggunakan QR <i>payment</i> sebagai media pembayaran	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"
11	Mohon menilai seberapa tinggi tingkat kepercayaan Anda terhadap QR <i>Payment</i> sebagai media pembayaran	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"
12	Saya percaya keamanan menggunakan QR <i>Payment</i> sebagai media transaksi pembayaran	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"
13	Saya tidak pernah mengalami atau mengetahui data saya bocor akibat menggunakan QR <i>Payment</i>	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"
14	Saya tidak pernah mengalami atau mengetahui adanya penipuan saat menggunakan QR <i>Payment</i>	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"
15	Saya menggunakan QR <i>payment</i> untuk mengikuti tren	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"
16	Saya menggunakan QR <i>payment</i> karena saran dari teman	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"
17	Saya menggunakan QR <i>payment</i> karena diskon/undian atau pemanis lainnya	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"
18	Koneksi internet yang tidak stabil dapat menghalangi niat saya untuk menggunakan QR <i>Payment</i>	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"
19	Pengenaan biaya transaksi penggunaan QR <i>Payment</i> dapat menghalangi niat saya untuk menggunakan QR <i>Payment</i>	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"
20	Keterbatasan kemampuan telepon genggam saya dapat menghalangi niat saya untuk menggunakan QR <i>Payment</i>	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"
21	Menggunakan QR <i>payment</i> sebagai media pembayaran sangat menguntungkan	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"
22	Menggunakan QR <i>payment</i> sebagai media pembayaran meningkatkan efektivitas transaksi saya	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"
23	Menggunakan QR <i>payment</i> sebagai media pembayaran meningkatkan produktivitas transaksi saya	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"
24	Menggunakan QR <i>payment</i> sebagai media pembayaran meningkatkan kinerja saya	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"
25	QR <i>payment</i> sangat mudah digunakan	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"
26	Penggunaan QR <i>payment</i> sangat mudah dipelajari	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"
27	Penggunaan QR <i>payment</i> sangat mudah dipahami	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"
28	Transaksi menggunakan QR <i>Payment</i> hanya membutuhkan waktu kurang dari 5 menit	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"
29	Transaksi menggunakan QR <i>payment</i> sangat praktis, cukup dipindai menggunakan HP	1 "Sangat Tidak Setuju"...7 "Sangat Setuju"

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan model analisis jalur atau *path analysis model* dengan bantuan program SmartPLS 3. Pengujian dilakukan melalui tahap evaluasi model pengukuran dan evaluasi model struktural. Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode bootstrapping untuk melihat t-statistik dan p-value dengan tingkat signifikansi 5% (1.96). Uji peran mediasi dilakukan dengan menggunakan metode bootstrapping specific indirect effects untuk tingkat signifikansi 5%. Pengujian hipotesis memiliki pengaruh yang signifikan bila hasil t-values 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ), dan begitu juga sebaliknya.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Analisis data dengan bantuan SmartPLS 3 dilakukan dalam beberapa tahapan. Pertama dilakukan pengujian model pengukuran (*outer model*) untuk mengevaluasi pengaruh indikator terhadap variabel laten, yaitu dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk

mengetahui sejauh mana alat ukur yang digunakan mengukur apa yang seharusnya diukur (Jr et al., 2017)(Hair et al., 2017). Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan atau pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji Reliabilitas dalam PLS ini menggunakan metode uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) dan Composite Reliability. Sebuah variabel dikatakan reliabel jika nilai  $\alpha$  dan Composite Reliability  $> 0,70$  (Hair et al., 2017).

Setelah pengujian *outer model*, kemudian dilakukan evaluasi model struktural (*inner model*) untuk melihat seberapa kuat pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen. Terakhir untuk pengujian hipotesis dilakukan dengan metode bootstrapping dengan melihat t-statistik dan p-value. Kriteria penerimaan ataupun penolakan hipotesis adalah  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak ketika nilai t-statistik  $> 1.96$ . (Ketchen et al.,2013).

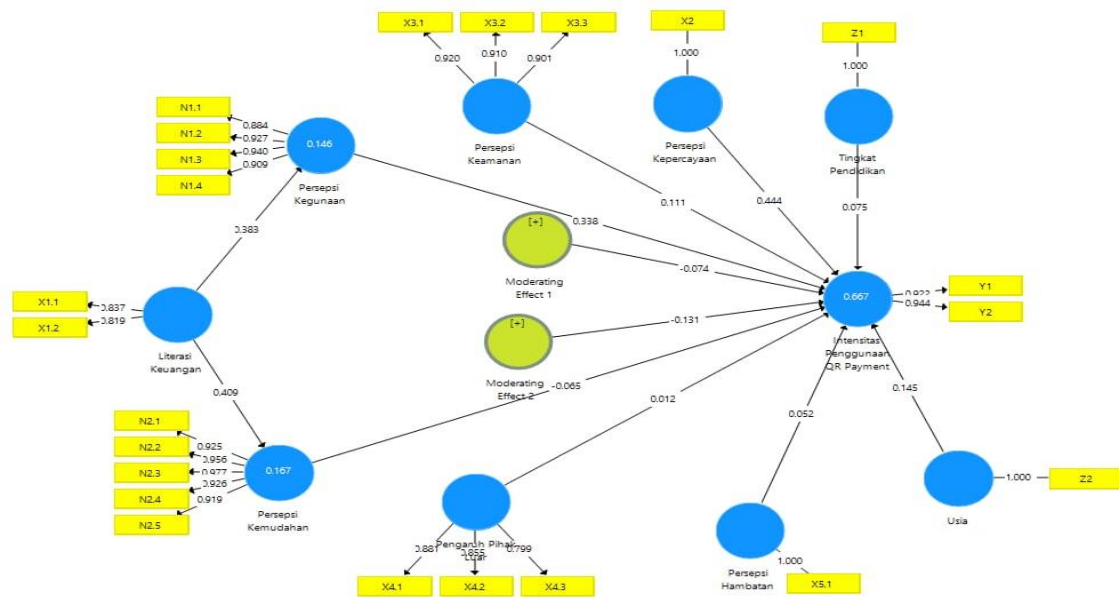
Hasil pengujian validitas (tabel 2), menunjukkan bahwa seluruh indikator yang digunakan pada setiap variabel laten memiliki nilai *outer loading* diatas 0.7. Begitupula dengan nilai AVE yang diperoleh memiliki nilai diatas 0.5. Dengan demikian seluruh variabel dapat dinyatakan valid. Nilai Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) dan nilai *Composite Reliability*  $> 0,70$  pada seluruh variabel menjelaskan bahwa seluruh variabel yang digunakan dapat dikatakan handal atau reliabel. Artinya konstruk memiliki konsistensi yakni apabila diukur kembali dengan responden yang berbeda, hasilnya akan konsisten.

**Tabel 2. Hasil pengujian model pengukuran**

No	Indikator reliabilitas /validitas	Variabel												
		Y	X1	N1	N2	X4	X5	X3	N1	N2	X2	Z1	Z2	
1	Cronbach's Alpha	0.853	0.854	1.000	1.000	0.800	1.000	0.897	0.935	0.967	1.000	1.000	1.000	
2	Composite Reliability	0.931	0.813	1.000	1.000	0.882	1.000	0.935	0.954	0.975	1.000	1.000	1.000	
3	Indicator reliability dan Discriminant (outer loading)	N1.1							0.884					
		N1.2							0.927					
		N1.3							0.940					
		N1.4							0.909					
		N2.1								0.925				
		N2.2								0.956				
		N2.3								0.977				
		N2.4								0.926				
		N2.5								0.919				
		Persepsi Kegunaan * Tingkat Pendidikan			0.928									
		Persepsi Kemudahan * Usia				0.915								
		X1.1		0.837										
		X1.2		0.819										
		X2										1.000		
		X3.1								0.920				
		X3.2								0.910				
		X3.3								0.901				
X4.1					0.881									
X4.2					0.855									
X4.3					0.799									
X5.1							1.000							
Y1	0.922													
Y2	0.944													
Z1											1.000			
Z2												1.000		
4	Convergent Validity :AVE	0.871	0.686	1.000	1.000	0.715	1.000	0.828	0.838	0.885	1.000	1.000	1.000	

**Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung**

Variabel	Path Coefficient	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Literasi Keuangan -> Persepsi Kegunaan	0.383	0.384	0.066	5.815	0.000
Literasi Keuangan -> Persepsi Kemudahan	0.409	0.407	0.067	6.060	0.000
Moderating Effect 1 -> Intensitas Penggunaan QR Payment	-0.074	-0.075	0.049	1.518	0.130
Moderating Effect 2 -> Intensitas Penggunaan QR Payment	-0.131	-0.129	0.047	2.800	0.005
Pengaruh Pihak Luar -> Intensitas Penggunaan QR Payment	0.012	0.016	0.043	0.286	0.775
Persepsi Hambatan -> Intensitas Penggunaan QR Payment	0.052	0.053	0.043	1.222	0.222
Persepsi Keamanan -> Intensitas Penggunaan QR Payment	0.111	0.106	0.109	1.015	0.311
Persepsi Kegunaan -> Intensitas Penggunaan QR Payment	0.338	0.342	0.098	3.437	0.001
Persepsi Kemudahan -> Intensitas Penggunaan QR Payment	-0.065	-0.073	0.081	0.798	0.425
Persepsi Kepercayaan -> Intensitas Penggunaan QR Payment	0.444	0.453	0.110	4.028	0.000
Tingkat Pendidikan -> Intensitas Penggunaan QR Payment	0.075	0.074	0.046	1.634	0.103
Usia -> Intensitas Penggunaan QR Payment	0.145	0.143	0.048	3.013	0.003



**Gambar 4. Path Model**

Sebagaimana data yang ditampilkan pada tabel 4, nilai *path coefficient* sebesar 0.383, nilai t statistik sebesar 5.815 dan p-value 0.000 menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara literasi keuangan dengan persepsi kegunaan. Begitu pula dengan terdapatnya pengaruh yang positif dan signifikan antara literasi keuangan dengan persepsi kemudahan, dimana nilai *path coefficient* 0.409, t statistik sebesar 6.060 dan p-value 0.000. Hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian dari Awalina (2019) yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik. Artinya semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka minat dalam menggunakan uang elektronik akan semakin tinggi. Dikatakan pada penelitian tersebut bahwa semakin besar literasi keuangan seseorang maka akan semakin besar kemungkinan seseorang tersebut untuk menyimpannya dalam tabungan. Hasil penelitian ini searah

pula dengan teori absolute income hypothesis dimana semakin tinggi literasi keuangan seseorang maka tingkat konsumsi dan tabungannya akan semakin bertambah (Keynes & Keynes, 2010). Itu berarti pula semakin tinggi literasi keuangan seseorang maka semakin besar kemungkinan seseorang melakukan transaksi melalui QR payment. Penelitian ini juga mendukung temuan penelitian lainnya dimana hasil pengujian secara empiris menunjukkan bahwa literasi keuangan secara positif dan signifikan mempengaruhi minat generasi milenial untuk menggunakan fintech (Trisna Aditya & Mahyuni, 2022).

Pengaruh positif dan signifikan lainnya yaitu adanya hubungan antara persepsi kepercayaan dengan intensitas penggunaan QR payment, dimana nilai *path coefficient* sebesar 0.444, nilai t statistik 4.03 dan p-value 0.00. Temuan penelitian ini mendukung beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, dimana trust berpengaruh positif terhadap behavior intention pada Kiosk Tyme Digital (Nazirwan, 2019), minat menggunakan *platform crowdfunding* berbasis QR kode (IQBAL et al., 2020a).

Selain itu pengaruh positif dan signifikan juga diperoleh pada hubungan antara persepsi kegunaan dengan intensitas penggunaan QR payment, dimana nilai *path coefficient* sebesar 0.338, nilai t statistik 3.44 dan p-value 0.001. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dimana persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan digital payment (OVO) (Budyastuti, 2020), terhadap minat penggunaan fintech pada generasi milenial di provinsi Bali (T Aditya & Mahyuni, 2022), terhadap minat penggunaan QRIS (O. B. Saputri, 2020), terhadap minat penggunaan mobile banking (M Aisyah & Meiria, n.d.), penggunaan uang elektronik (Astuti, 2022)(Awalina, 2019), terhadap *behavior intention* pengguna Kiosk Tyme Digital (Nazirwan, 2019).

Berdasarkan hasil uji hipotesis pengaruh langsung yang ditunjukkan pada tabel 4, terdapat pula variabel yang tidak memiliki hubungan, yakni pengaruh pihak luar terhadap intensitas penggunaan QR payment, dengan hasil t statistik 0.29 dan p-value 0.78. Kemudian tidak terdapat hubungan antara persepsi hambatan terhadap intensitas penggunaan QR payment, dengan nilai t statistik 1.22 dan p-value 0.22. Selain itu tidak terdapat hubungan antara persepsi keamanan dengan intensitas penggunaan QR payment, dengan nilai t statistik 1.02 dan p-value 0.31. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dimana ditemukan bahwa persepsi keamanan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan fintech pada generasi milenial di provinsi bali (T Aditya & Mahyuni, 2022). Pada penelitian kali ini persepsi keamanan tidak lagi menjadi faktor yang penting bagi seseorang dalam menggunakan QR Payment sebagai media pembayaran.

Nilai t statistik sebesar 1.63 dan p-value 0.10 menunjukkan tidak terdapatnya hubungan antara persepsi kemudahan dengan intensitas penggunaan QR payment. Hal ini dapat disebabkan karena masyarakat pengguna sudah familiar dengan transaksi menggunakan QR Payment, sehingga kemudahan dalam bertransaksi tidak lagi menjadi pengaruh bagi intensitas penggunaan QR Payment sebagai media pembayaran. Dikonfirmasi dari hasil jawaban responden pada 5 pertanyaan terkait persepsi kemudahan, dimana sebagian besar yakni diatas 75% memberikan jawaban di angka 6 dan 7. Artinya responden setuju dan sangat setuju bahwa QR Payment sangat mudah digunakan, dipelajari, dipahami, dan sangat praktis digunakan, serta hanya membutuhkan waktu kurang dari 5 menit untuk menggunakannya. Hasil penelitian ini turut mengkonfirmasi penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dimana ditemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat responden dalam penggunaan uang elektronik (Awalina, 2019). Selain itu hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dimana diperoleh hasil bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan digital payment (OVO) (Budyastuti, 2020), terhadap minat konsumen dalam menggunakan QRIS (O. B. Saputri, 2020), terhadap minat menggunakan crowdfunding berbasis QR kode (IQBAL et al., 2020b), terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech pada masyarakat di Kota Medan (A'la, 2021), serta terhadap minat generasi milenial untuk menggunakan fintech (T Aditya & Mahyuni, 2022).

Dari hasil uji moderasi sebagaimana tabel 4, diperoleh hasil bahwa sebagian pengaruh moderasi ditolak, yakni moderasi tingkat pendidikan pada pengaruh persepsi kegunaan terhadap intensitas

konsumen menggunakan QR Payment sebagai media pembayaran. Dimana angka p-value yang diperoleh sebesar 0.103 yaitu diatas 0.05. Selain itu terdapat peran moderasi yang terbukti signifikan dengan nilai p-value 0.003, yaitu moderasi usia pada hubungan persepsi kemudahan dengan intensitas konsumen menggunakan QR Payment sebagai media pembayaran. Hasil penelitian ini turut mendukung hasil penelitian sebelumnya dimana ditemukan bahwa usia mampu memoderasi hubungan antara *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* (SOVIAH, 2019).

#### 4. Simpulan

Penelitian ini menambah literatur terkait hal-hal yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan QR Payment sebagai media pembayaran. Hasil uji hipotesis yang diperoleh memberikan penjelasan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan dalam menggunakan QR payment sebagai media pembayaran. Selain itu persepsi kepercayaan dan persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas konsumen menggunakan QR Payment sebagai media pembayaran.

Hasil uji hipotesis pada penelitian ini tidak menemukan adanya hubungan antara persepsi keamanan, persepsi kemudahan, persepsi hambatan, dan pengaruh pihak luar terhadap intensitas konsumen menggunakan QR Payment sebagai media pembayaran. Penelitian ini menemukan pula bahwa usia memoderasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap intensitas konsumen menggunakan QR Payment sebagai media pembayaran. Moderasi dengan nilai positif dan signifikan disini mengindikasikan bahwa usia seseorang memberikan efek memperkuat pengaruh persepsi kemudahan terhadap intensitas konsumen menggunakan QR Payment sebagai media pembayaran. Sementara tingkat pendidikan tidak berhasil memoderasi hubungan antara persepsi kegunaan terhadap intensitas konsumen menggunakan QR Payment sebagai media pembayaran.

Kontribusi praktis yang dapat disampaikan kepada Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) maupun perusahaan fintech lainnya dari hasil penenilitan ini adalah terkait strategi yang dapat diambil dalam mempercepat perluasan penggunaan QR Payment di seluruh Kabupaten/Kota di Bali, antara lain bekerjasama dengan Bank Indonesia sebagai otoritas sistem pembayaran maupun pihak lainnya untuk memperluas literasi keuangan di seluruh wilayah Provinsi Bali, serta lebih banyak mengedukasi masyarakat terkait manfaat yang diperoleh jika menggunakan QR Payment sebagai media pembayaran. Adapun kontribusi yang dapat disampaikan pada penelitian ini untuk pengambil kebijakan, antara lain selain fokus pada penambahan jumlah merchant di Bali, Bank Indonesia khususnya BI Provinsi Bali dapat memberikan literasi non tunai juga kepada masyarakat di setiap Kabupaten/Kota di Bali terkait manfaat menggunakan QR Payment. Hal ini dilakukan agar antara jumlah merchant dan transaksi pengguna dapat seimbang. Selain dilakukan melalui sosialisasi secara langsung, literasi juga dapat dilakukan melalui media-media promosi seperti media sosial, media elektronik lainnya maupun berupa banner.

Berdasarkan pengalaman peneliti, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, yang dapat disempurnakan pada penelitian-penelitian selanjutnya. Keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain jumlah responden yang tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya. Penelitian selanjutnya di masa mendatang dapat dilakukan dengan fokus pada penelitian di satu kabupaten tertentu saja dengan menambah jumlah responden, sehingga dapat menghasilkan rekomendasi spesifik untuk untuk satu kabupaten.

#### Daftar Pustaka

- A'la, C. N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (FINTECH)(Studi Pada Masyarakat Kota Medan). *Jurnal Ekonomi*, 3(2), 6. <http://repository.uinsu.ac.id/11915/>
- Aditya, T, & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. Volume . 24 Issue 2 ( 2022 ) Pages 245-258 *Forum Ekonomi : Jurnal Ekonomi , Manajemen dan Akuntansi* ISSN : 1411-1713 ( Print ) 2528-150X ( Online ). <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI/article/view/10330>

- Aieni, A. N., & Purwantini, A. H. (2017). Exploring the Use of Mobile Banking: a Technology Acceptance Model Approach. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 15, 1-11. [www.sharevision.com](http://www.sharevision.com)
- Aisyah, M., & Ardiningsing, T. A. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko Dan Dukungan Pemerintah Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking: Peran Pemediasi Persepsi. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*. <http://103.19.180.24/index.php/fokus/article/view/5987>
- Aisyah, M., & Meiria, E. (n.d.). Analisis Penerimaan Mobile Banking Perbankan Syariah dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/54244>
- Ajzen, I. (2005). *Organizational Behavior and Human Decision Process: The Theory of Planned Behavior*. online. <http://home.comcast.net/~aizen/tpb.obhdp>
- Novi Arianti, N. L., Sri Darma, G., Fredy Maradona, A., & Mahyuni, L. P. (2019). Menakar Keraguan Penggunaan QR Code Dalam Transaksi Bisnis. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(2), 67. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i2.2041>
- Astuti, A. M. P. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) pada Generasi Milenial (Studi pada Masyarakat Kota Serang-Banten). *repository.uinbanten.ac.id*. <http://repository.uinbanten.ac.id/8738/>
- Awalina, M. (2019). Pengaruh persepsi kemanfaatan, kemudahan dan literasi keuangan terhadap minat penggunaan uang elektronik berbasis server dikalangan mahasiswa dalam perspektif islam (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan). *digilib.uinsby.ac.id*. <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/36391>
- Badan Pusat Statistik (2021). Hasil Sensus Penduduk 2020. Berita Resmi Statistik No.08/01/Th.II tanggal 21 Januari 2021. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Bank Indonesia (2022). Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan (SPIP). Online. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/uang-elektronik-transaksi.aspx>
- Budyastuti, T. (2020). Factors That Influence the Intensity of the Use of Digital Payment (Case Study in OVO Users). *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*, 89-99.. [https://www.eprajournals.com/jpanel/upload/900pm\\_17.EPRA JOURNALS-4614.pdf](https://www.eprajournals.com/jpanel/upload/900pm_17.EPRA JOURNALS-4614.pdf)
- Budyastuti, T. (2021). The Influence Of Financial Technology And Financial Literature On Business Sustainability. *Jurnal Online Insan Akuntan*. <http://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JOIA/article/view/1541>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India-An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- Davis, F. (1989). *Technology Acceptance Model: Origins*. Working Papers on Information Systems.
- Javier, F. (2021). E-wallet Jadi Alat Pembayaran Digital Terpopuler di 2021. *Tempo.co*. <https://data.tempo.co/data/1316/e-wallet-jadi-alat-pembayaran-digital-terpopuler-di-2021>
- Gentry, L., & Calantone, R. (2002). A comparison of three models to explain shop-bot use on the web. *Psychology & Marketing*. <https://doi.org/10.1002/mar.10045>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., (2017). Mirror, mirror on the wall: a comparative evaluation of composite-based structural equation modeling methods. *Journal of the Academy of .* <https://doi.org/10.1007/s11747-017-0517-x>
- Iqbal, M., Muharram, R. S., & SEI, M. E. I. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan platform crowdfunding berbasis QR kode (studi kasus pada generasi milenial di Solo Raya). *eprints.iain-surakarta.ac.id*. <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/315/1/SKRIPSi cetak.pdf>
- Ismail, V. Y., & Zain, E. (2008). Peranan Sikap, Norma Subjektif, dan Perceived Behavioral Control terhadap Intensi Pelajar SLTA untuk Memilih Fakultas Ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem informasi keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Jr, J. F. H., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2017). Advanced issues in partial least squares structural equation modeling. books.google.com. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=f1rDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=hair+partial+least+squares&ots=vY26hnFZc-&sig=EN-IZZgcbkI5D4TOpDtHskaDxwo>
- Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bali (2022). Laporan Perekonomian Provinsi Bali Agustus 2022. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/lpp/Pages/Laporan-Perekonomian-Provinsi-Bali-Agustus-2022.aspx>
- Keynes, J. M., & Keynes, J. M. (2010). The means to prosperity. Springer. [https://doi.org/10.1007/978-1-349-59072-8\\_26](https://doi.org/10.1007/978-1-349-59072-8_26)
- Mahliza, F. (2020). Consumer trust in online purchase decision. EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR), 142-149. <https://doi.org/10.36713/epra4022>
- Mahyuni, L. P., & Setiawan, I. W. A. (2021). Bagaimana QRIS menarik minat UMKM? Sebuah model untuk memahani intensi UMKM menggunakan QRIS. Forum Ekonomi. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI/article/view/10158>
- Mulla, M. (2021). A Study On Customer's Perception Towards Digital Payment With Special Reference To Bagalkot City, Karnataka. PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology. <https://www.archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/9346>
- Nazirwan, N. (2019). Peran Trust, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived E-Service Quality, Dan Perceived Risk Terhadap Behavior Intention: Suatu Penelitian Pada Kiosk Tyme Digital. repository.ibs.ac.id. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/192>
- Otoritas Jasa Keuangan (2017). Salinan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 30/SEOJK.07/2017 Tentang Pelaksanaan Kegiatan dalam rangka Meningkatkan Literasi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan. Online. <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/regulasi/surat-edaran-ojk/Pages/Surat-Edaran-Otoritas-Jasa-Kuangan-Nomor-30-SEOJK.07-2017.aspx>
- Rahardjo, B. (2021). Jeli Investasi Saham Ala Warren Buffet: Strategi Meraup Untung di Masa Krisis. books.google.com. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=ppEUEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=%22budi+rahardjo%22+keamanan+informasi&ots=r9qQM-NDmv&sig=ZmPhTBkEhx3DMYQChgBL3f9uzTo>
- Rizal, J.G. Mengenal Apa Itu Generasi Baby Boomers, X, Y, Z, Millenials, dan Alpha. Kompas.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/12/26/170000565/mengenal-apa-itu-generasi-baby-boomers-x-y-z-millennials-dan-alpha?page=all>
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi konsumen dalam menggunakan quick response code indonesia standard (qris) sebagai alat pembayaran digital. Kinerja. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/Kinerja/article/view/7355>
- Setiawan, I. W. A., & Mahyuni, L. P. (2020). QRIS di Mata UMKM: Eksplorasi Persepsi Dan Intensi UMKM Menggunakan QRIS. E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/article/download/63371/36925>
- Shaw, N. (2014). The mediating influence of trust in the adoption of the mobile wallet. Journal of Retailing and Consumer Services. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698914000447>
- Soviah, S. (2019). Analisa Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, dan Facilitating Condition terhadap Intensitas Penggunaan Layanan QR Code Sister .... repository.unej.ac.id. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/92532>
- Soviah, S. (2019). Analisa Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, dan Facilitating Condition terhadap Intensitas Penggunaan Layanan QR Code Sister For Student (SFS) Universitas Jember. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/92532>
- Sugiyono, M. (2015). Penelitian & pengembangan (Research and Development/R&D). Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Vitt, L. a., Kent, J., Lyter, D. M., Siegenthaler, J. K., & Ward, J. (2000). Personal Finance and the Rush To Competence: Financial Literacy Education in the U.S. Personal Finance, 1-234. Retrieved from [www.isfs.org/documents-pdfs/rep-finliteracy.pdf](http://www.isfs.org/documents-pdfs/rep-finliteracy.pdf)

- Wiranata, S. (2020). Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Masyarakat dan Religiusitas terhadap Minat Menabung serta Dampaknya pada Keputusan menjadi Nasabah Perbankan Syariah. repository.uinjkt.ac.id. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/55221>
- Yoebrilanti, A. (2018). Pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli produk fashion dengan gaya hidup sebagai variabel moderator (Survei konsumen pada jejaring sosial). Jurnal Manajemen. <http://ejournal.lppmunsera.org/index.php/JM/article/view/660>