

Factors Influencing the Decision to Use BCA QR-ku

Winda Suherman¹, Indana Zulfa Sari², Tiana Fenny Krisdina³

^{1,2,3}Universitas Singaperbangsa Karawang

winda.suherman@feb.unsika.ac.id, indana.zulfa@feb.unsika.ac.id, tiana.fenny@feb.unsika.ac.id

Article Info

Article history:

Received Aug
12, 2025

Revised Sep 20,
2025

Accepted Oct 17,
2025

Keywords:

QR-KU BCA
Technology
Acceptance
Model (TAM)
Behavioral
Intention to Use

ABSTRACT

This study investigates the factors influencing the adoption of the QR-KU BCA menu, utilizing a modified Technology Acceptance Model (TAM) framework to analyze public perception of this new BCA feature. The research employs multiple linear regression, processing data collected via a Likert-scale questionnaire to examine the relationship between variables and usage intention. The findings reveal that Perceived Usefulness (PU) and Trust significantly affect Behavioral Intention to Use the QR-KU BCA service. This underscores the importance of clear perceived benefits and user confidence as primary drivers for the adoption of this digital payment service. These results offer strategic recommendations for BCA: focus on improving utility value and strengthening user trust to encourage wider feature adoption.



Copyright © 2022 SINTESA. All rights reserved.

Corresponding Author:

Indana Zulfa Sari,
Program Studi Akuntansi,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Jl. HS. Ronggowaluyo, Puseurjaya, Kecamatan Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang, Jawa Barat 41361
Email: indana.zulfa@feb.unsika.ac.id

Introduction

Di era yang serba digital sekarang ini perusahaan tentu terus melakukan perkembangan khususnya di sisi teknologi untuk meningkatkan daya saingnya seiring dengan perkembangan digitalisasi yang terjadi di seluruh dunia. Tuntutan masyarakat yang terus menginginkan kemudahan layanan keuangan menjadi salah satu faktor pemicu pelaku usaha jasa keuangan (PUJK) untuk terus melakukan inovasi transformasi layanan konvensional menjadi layanan digital. Salah satunya di Indonesia, istilah Tekfin atau Fintech mulai sering terdengar dan menjadi hal yang tidak asing lagi. Salah satu lembaga jasa keuangan yang sudah melakukan pengembangan teknologi finansial ini adalah perbankan.

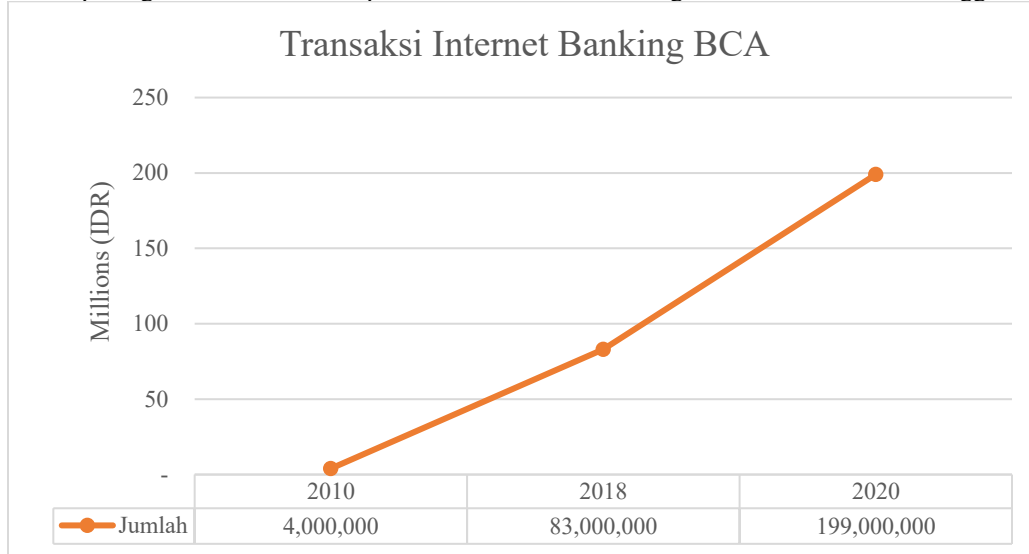
Perkembangan inovasi digital pada layanan perbankan disebut dengan digital banking yang menyediakan kemudahan bagi konsumen untuk mendapatkan informasi dan bertransaksi perbankan secara mandiri. Dimulai dari layanan konvensional dimana nasabah datang ke bank untuk melakukan transaksi kemudian muncul adanya ATM (Anjungan Teller Mandiri), mobile banking, internet banking, sms banking dan bahkan penggunaan QR (*Quick Response*) code untuk transaksi.

Laju pesatnya perkembangan layanan digital banking ini tentu tidak lepas dari bagaimana penerimaan masyarakat terhadap perkembangan tersebut. Pesatnya perkembangan yang tidak dapat diterima atau diikuti oleh masyarakat merupakan hal yang sia-sia seperti bisnis tanpa pelanggan.

Pada Agustus 2019, Bank Indonesia (BI) secara resmi merilis panduan implementasi *Quick Response* (QR) Code Indonesian Standard (QRIS). Pedoman ini diatur dalam Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG) No. 21/18/PADG/2019, yang berfokus pada Standar Nasional *Quick Response Code* untuk Pembayaran. QRIS

menetapkan standar baku untuk pembayaran menggunakan QR Code. Melalui regulasi ini, konsumen kini dapat menyelesaikan transaksi pembayaran kepada merchant menggunakan layanan dari bank atau Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) manapun yang telah terdaftar dan disahkan oleh BI dalam ekosistem QRIS. Tujuan utama dari penerbitan standar ini adalah untuk menjamin bahwa layanan pembayaran berbasis QRIS di seluruh Indonesia dapat berjalan secara optimal dan mencegah adanya monopoli atau praktik eksklusivitas layanan platform pembayaran di lokasi merchant tertentu.

Mengutip artikel yang diterbitkan oleh Fadliansyah (2020) PT Bank Central Asia Tbk (BCA) telah mengalami peningkatan signifikan dalam jumlah pengguna layanan perbankan digital selama satu dekade terakhir. Peningkatan ini bahkan semakin melonjak tajam, terutama dipicu oleh situasi pandemi COVID-19, yang mendorong nasabah untuk lebih sering menggunakan layanan mobile banking dan internet banking. Hal ini terkonfirmasi pada gambar 1.1, yang memperlihatkan peningkatan drastis dalam pemanfaatan internet banking BCA dari tahun 2010 hingga 2020, yaitu:



Sumber: Data diolah, 2022.

Gambar 1. Transaksi Internet Banking BCA

Oleh karena itu, mengidentifikasi faktor-faktor penentu adopsi layanan ini oleh publik menjadi hal yang krusial. Penelitian ini dirancang untuk menguji variabel-variabel yang memengaruhi penerimaan dan pemanfaatan fitur QRku BCA oleh masyarakat. Dengan menerapkan Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) seperti yang dikembangkan oleh Davis (2014), Wang (2003) dari teori Ajzen & Fishbein (1980), studi ini berupaya mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai persepsi masyarakat dan tingkat adopsi terhadap fitur baru yang diperkenalkan oleh BCA.

Adopsi publik terhadap layanan tersebut akan diukur menggunakan kerangka TAM yang diperluas. Variabel yang dianalisis mencakup persepsi masyarakat terhadap manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) saat menggunakan QRku BCA, kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*), niat perilaku untuk menggunakan (*behavioral intention to use*), serta tingkat kepercayaan (*trust*) terkait pemanfaatan fitur QRku BCA ini.

Methode

Desain Penelitian

Menurut Sugiyono (2017), "metode penelitian, atau desain riset, pada dasarnya adalah pendekatan ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data guna mencapai tujuan spesifik." Berdasarkan tujuannya untuk menjelaskan hubungan, studi ini menggunakan jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif, sebagaimana didefinisikan oleh Sugiyono (2017), merupakan perumusan masalah penelitian yang berfokus pada pertanyaan mengenai korelasi atau keterkaitan antara dua variabel atau lebih.

Hubungan yang diinvestigasi dalam riset ini bersifat kausal (sebab-akibat), yang berarti diuji adanya pengaruh antara variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini meliputi Perceived Ease of Use (X1), Perceived Usefulness (X2), dan Perceived Credibility / Trust (X3). Sementara itu, variabel terikat (Y) adalah Behavioral Intention to Use.

Metode utama yang diterapkan untuk mengumpulkan data dalam studi ini adalah metode survei. Hartono (2007) menjelaskan bahwa survei adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pemberian serangkaian pertanyaan kepada responden individu. Dalam pelaksanaannya, peneliti menyebarkan kuesioner secara langsung kepada para responden. Sebelum kuesioner diisi, peneliti memberikan penjelasan singkat mengenai tujuan riset serta tata cara pengisian yang benar.

Untuk mengukur respon, penelitian ini mengaplikasikan Skala Likert. Husein (2011) menyatakan bahwa Skala Likert berfungsi untuk mengukur sikap seseorang terhadap suatu pernyataan, seperti dimensi setuju-tidak setuju, senang-tidak senang, atau baik-tidak baik. Dalam kuesioner ini, peneliti menggunakan Skala Likert lima poin, yang menawarkan lima opsi respons kepada responden, yaitu: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), hingga Sangat Setuju (SS).

Unit Analisis

Menurut Hamidi (2005) unit analisis didefinisikan sebagai satuan yang menjadi fokus utama dalam penelitian. Satuan ini dapat berupa individu, kelompok, atau konteks peristiwa sosial, seperti kegiatan individu atau kolektif yang bertindak sebagai subjek riset. Dengan kata lain, unit analisis adalah entitas yang menjadi objek utama dari analisis studi. Dalam penelitian ini, pengguna layanan QRku BCA ditetapkan sebagai unit analisis. Individu-individu tersebut bertindak sebagai responden yang menjawab serangkaian pertanyaan yang diajukan. Jumlah keseluruhan sampel atau total responden yang terlibat dalam studi ini adalah 37 orang.

Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan langkah penting yang berfungsi untuk mengidentifikasi jenis dan indikator spesifik dari seluruh variabel yang relevan dalam penelitian, mencakup variabel dependen (terikat) maupun independen (bebas). Tujuan utama dari proses operasionalisasi ini adalah menetapkan skala pengukuran yang sesuai untuk setiap variabel. Dengan demikian, pengujian hipotesis dapat dilaksanakan secara akurat dan valid menggunakan alat analisis statistik yang tepat. Rincian operasionalisasi variabel dalam studi ini disajikan dalam tabel 1.

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
<i>Behavioral Intention to Use</i> merupakan kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya dapat dengan mudah mengakses QRku BCA kapan saja dan dimana saja 2. Saya tidak perlu menghabiskan waktu yang lama untuk mempelajari cara penggunaan QRku BCA 3. Saya dapat dengan mudah mendapatkan informasi penggunaan QRku BCA 4. Saya tidak perlu meminta bantuan orang lain untuk menggunakan QRku BCA 	Skala Likert 1-5 (sangat tidak setuju sampai sangat setuju)
<i>Perceived Usefulness</i> yakni persepsi individu terhadap manfaat penggunaan suatu sistem	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan QRku BCA sangat menghemat waktu saya untuk bertransaksi non tunai maupun transfer ke sesama rekening BCA 2. Saya selalu menggunakan QRku BCA untuk pembayaran non tunai dan transfer pada rekening BCA 	Skala Likert 1-5 (sangat tidak setuju sampai sangat setuju)
<i>Perceived Ease to Use</i> merupakan minat perilaku penggunaan pada perspektif kemudahan pengaplikasian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya berminat menggunakan QRku BCA sebagai pilihan utama untuk bertransaksi karena kepraktisannya 2. Saya akan menyarankan penggunaan QRku untuk bertransaksi di BCA kepada orang lain yang belum menggunakan 	Skala Likert 1-5 (sangat tidak setuju sampai sangat setuju)
<i>Trust</i> merupakan perspektif kepercayaan pengguna terhadap sistem	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya percaya bahwa BCA akan menjamin privasi dan keamanan data pelanggan selama bertransaksi 2. Saya yakin keamanan system QRku BCA sehingga tidak aka nada kegagalan transaksi atau bahkan peretasan 	Skala Likert 1-5 (sangat tidak setuju sampai sangat setuju)

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017), populasi didefinisikan sebagai area generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan kuantitas serta karakteristik tertentu, yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji dan ditarik kesimpulannya. Dalam studi ini, populasinya adalah seluruh pengguna aplikasi QRku BCA. Karena jumlah pasti

pengguna QRku BCA tidak dapat diakses atau diketahui secara spesifik, maka penelitian ini mengharuskan penggunaan rumus statistik untuk menentukan ukuran sampel yang akan digunakan..

Sampel merupakan representasi sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2017). Dalam proses penentuan ukuran sampel, Djarwanto & Pangestu (1998) menyatakan bahwa parameter yang diukur adalah nilai proporsi. Sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini ditentukan dengan menetapkan tingkat keyakinan (tingkat kepercayaan) sebesar 95%, yang setara dengan nilai Z sebesar 1,96 dalam tabel distribusi normal. Sementara itu, tingkat kesalahan taksiran (margin of error) yang diizinkan oleh peneliti ditetapkan tidak lebih dari 17%, atau 0,17. sehingga diperoleh:

$$\text{Rumus } n = 0,25 \left(\frac{Z}{E} \right)^2$$

keterangan:

n = Ukuran sampel

Z = angka normal standard

E = Tingkat error menaksir

$$\text{Total Sample} = 0,25 \left(\frac{1,96}{0,17} \right)^2$$

Untuk mendapatkan data yang lebih akurat maka peneliti menggunakan sebanyak 37 responden. Jumlah sampel tersebut dirasa cukup untuk mewakili populasi yang ada demi mendapatkan tujuan penelitian yang dibutuhkan.

Jenis dan Sumber Data

Dalam melaksanakan riset ini, peneliti memanfaatkan dua jenis sumber data utama: data primer dan data sekunder. Suharsimi (2006) mendefinisikan sumber data sebagai subjek atau entitas asal informasi penelitian diperoleh. Dalam konteks studi ini, data primer didapatkan melalui metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang merupakan pengguna layanan QRku BCA. Sedangkan data sekunder diperoleh dari hasil-hasil penelitian sebelumnya (literatur) yang memiliki relevansi atau kaitan dengan topik studi saat ini.

Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018), mutu data yang dihasilkan oleh suatu penelitian sangat bergantung pada kualitas instrumen riset dan proses pengumpulan data itu sendiri. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan beragam pendekatan, sumber, dan metode. Jika ditinjau dari pengaturan atau setting pelaksanaannya, data bisa dikumpulkan di lingkungan alami, melalui metode eksperimen di laboratorium, survei responden di rumah, dan lain-lain. Berdasarkan sumber data, informasi dapat dihimpun dari sumber primer dan sekunder. Sementara itu, dari segi teknik atau cara, pengumpulan data dapat dilakukan melalui wawancara (*interview*), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), atau kombinasi dari ketiga metode tersebut.

Tabel 2. Skala Ordinal Penelitian

NO	PERNYATAAN	SKOR
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Pengolahan dan Analisis Data

Data yang telah terkumpul berupa nilai dari masing-masing variabel penelitian kemudian diolah menggunakan regresi linear berganda untuk menganalisis signifikansi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Suharyadi & Purwanto (2004), analisis regresi berganda adalah metode statistik yang relevan untuk mengukur besaran hubungan dan dampak dari dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Penelitian ini mengaplikasikan metode tersebut dengan melibatkan variabel-variabel berikut: *Perceived Ease of Use* (X1), *Perceived Usefulness* (X2), dan *Perceived Credibility/Trust* (X3) sebagai variabel bebas, yang memengaruhi *Behavioral Intention to Use* (Y) sebagai variabel terikat.

Berdasarkan penetapan variabel-variabel tersebut, model persamaan regresi yang digunakan dalam studi ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Behavioral Intention to Use
β	= Koefisien Regresi
α	= konstanta
X1	= Perceived Ease of Use
X2	= Perceived Usefulness
X3	= Trust
e	= Error

Data dan model yang digunakan pada penelitian ini juga diuji validitas dan reliabilitasnya. Validitas didefinisikan sebagai tingkat ketepatan atau kecermatan yang dimiliki suatu instrumen dalam melakukan pengukuran. Pengujian validitas umumnya dibedakan menjadi validitas faktor (mengukur korelasi antara skor setiap item dalam satu faktor dengan skor total faktor tersebut) dan validitas item (menghitung korelasi skor satu item dengan skor total dari keseluruhan item). Sebuah instrumen dapat dikategorikan valid apabila koefisien korelasi yang dihasilkan bersifat signifikan terhadap skor total, menandakan bahwa item tersebut mendukung instrumen secara keseluruhan (Dewi, 2018). Teknik yang sering digunakan untuk menguji validitas dalam perangkat lunak statistik seperti SPSS adalah korelasi Bivariate Pearson atau Corrected Item-Total Correlation.

Reliabilitas mencerminkan akurasi, konsistensi, dan ketepatan suatu alat ukur ketika digunakan untuk melakukan pengukuran yang berulang (Hartono, 2008). Dalam konteks pemodelan persamaan struktural berbasis varian seperti PLS (*Partial Least Squares*), dua metode umum untuk menguji reliabilitas adalah Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (Abdillah, 2015). *Cronbach's Alpha* menetapkan batas minimal untuk nilai reliabilitas suatu konstruk; sebuah konstruk dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha*-nya lebih besar dari 0,6(>0,6).

2.4. Pengujian

Menurut Sugiyono (2017), hipotesis merupakan jawaban atau dugaan sementara terhadap perumusan masalah penelitian. Dugaan ini harus diuji dan dibuktikan kebenarannya melalui analisis data yang telah berhasil dikumpulkan. Dalam konteks statistik, hipotesis didefinisikan sebagai suatu pernyataan yang merangkum kondisi populasi (parameter). Kebenaran pernyataan ini kemudian akan diuji menggunakan bukti yang didapatkan dari data sampel penelitian (statistik).

- Uji Statistik t

Uji t bertujuan untuk menentukan sejauh mana setiap variabel bebas (X) secara individu atau parsial memengaruhi variabel terikat (Y). Hipotesis yang diuji menggunakan metode ini adalah H1, H2, dan H3. Dalam penelitian ini, tingkat signifikansi (α) yang ditetapkan adalah 5% (0,05), dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Hipotesis nol (H0) akan diterima jika nilai signifikansi (sig.) yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 (sig.>0,05). Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial, tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari *Perceived Ease of Use* (X1), *Perceived Usefulness* (X2), dan *Trust* (X3) terhadap *Behavioral Intention to Use* (Y).

Hipotesis nol (H0) akan ditolak jika nilai signifikansi (sig.) yang dihasilkan lebih kecil dari 0,05 (sig.<0,05). Kondisi ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari *Perceived Ease of Use* (X1), *Perceived Usefulness* (X2), atau *Trust* (X3) terhadap *Behavioral Intention to Use* (Y) secara parsial.

- Uji Statistik F

Uji statistik F digunakan untuk mengevaluasi apakah seluruh variabel independen (X) yang dimasukkan dalam model regresi secara kolektif (simultan) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali 2011). Hasil dari uji F akan mengindikasikan adanya pengaruh simultan dari variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat jika nilai p-value (pada kolom Sig.) yang dihasilkan lebih rendah dari tingkat signifikansi (level of significance) yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, tingkat toleransi (α) yang digunakan adalah 5% (0,05), dengan kriteria keputusan sebagai berikut:

Hipotesis nol (H0) akan diterima apabila nilai signifikansi (sig.) lebih besar dari 0,05 (sig.>0,05). Hal ini berarti bahwa secara simultan, *Perceived Ease of Use* (X1), *Perceived Usefulness* (X2), dan *Trust* (X3) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* (Y).

Hipotesis nol (H0) akan ditolak apabila nilai signifikansi (sig.) lebih kecil dari 0,05 (sig.<0,05). Kondisi ini menunjukkan bahwa secara kolektif, terdapat pengaruh yang signifikan dari *Perceived Ease of Use* (X1), *Perceived Usefulness* (X2), dan *Trust* (X3) terhadap *Behavioral Intention to Use* (Y).

- Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R²) berfungsi sebagai alat ukur untuk menilai sejauh mana kapabilitas model regresi dalam menjelaskan variasi pada variabel terikat melalui variabel bebas. Nilai R² yang rendah mengindikasikan bahwa kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen masih terbatas (Ghozali, 2013).

Hubungan antara variabel independen dan dependen dianggap kuat ketika nilai R square (R²) dan Adjusted R square mendekati angka 1. Semakin dekat nilai ini ke 1, semakin besar proporsi variasi variabel dependen (Behavioral Intention to Use) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

Dalam analisis koefisien determinasi studi ini, digunakan nilai Adjusted R square. Penggunaan R square seringkali bermasalah karena nilainya cenderung meningkat secara otomatis dengan adanya penambahan variabel bebas ke dalam model, tanpa mempertimbangkan apakah variabel baru tersebut benar-benar berkorelasi dengan variabel terikat. Fenomena ini dapat menyebabkan bias. Oleh karena itu, banyak peneliti memilih menggunakan Adjusted R square dalam analisis determinasi. Berbeda dengan R square yang selalu naik dengan penambahan variabel, nilai Adjusted R square dapat naik atau turun tergantung pada adanya korelasi substantif antara variabel bebas yang ditambahkan dengan variabel terikat.

Result and Discussion

Result

• Uji Validitas Data

Menurut (Dewi, 2018), validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam pengukuran. Untuk mengetahui validitas instrument (dalam hal ini kuesioner) dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor masing-masing variabel dengan skor totalnya. Suatu variabel (pertanyaan) dikatakan valid apabila skor variabel tersebut berkorelasi secara signifikan dengan skor totalnya. Teknik korelasi yang digunakan adalah korelasi Pearson Product Moment dengan keputusan uji yakni:

- Taraf kepercayaan (sig 5%) atau tergantung peneliti
- Bila nilai r hitung $\geq r$ tabel maka bukti kuesioner yang dimaksud valid
- Bila nilai r hitung $\leq r$ tabel maka bukti kuesioner yang dimaksud tidak valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Kriteria Validitas	Kesimpulan
Perceived Ease of Use (X1)	Semua rhitung > 0,325 dan Sig. < 0,05	4 item Valid
Perceived Usefulness (X2)	Semua rhitung > 0,325 dan Sig. < 0,05	2 item Valid
Trust (X3)	Semua rhitung > 0,325 dan Sig. < 0,05	2 item Valid
Behavioral Intention to Use (Y)	Semua rhitung > 0,325 dan Sig. < 0,05	2 item Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2022

• Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran (Hartono, 2008). Ada dua metode yang dapat digunakan untuk menguji reliabilitas dalam PLS yaitu *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* (Abdillah, 2015). *Cronbach's alpha* mengukur batas bahwa nilai reliability suatu konstruk dan dikatakan reliabel jika nilainya harus > 0,6. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan SPSS 26 untuk semua variabel. Ringkasan hasil uji reliabilitas tersaji pada tabel 4. Karena semua nilai Cronbach's Alpha dari seluruh variabel melebihi 0,60, disimpulkan bahwa semua instrumen pertanyaan dalam penelitian ini adalah reliabel atau handal.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Perceived Ease of Use (X1)	0.982	Reliabel
Perceived Usefulness (X2)	0.638	Reliabel
Trust (X3)	0.91	Reliabel
Behavioral Intention to Use (Y)	0.783	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS, 2022

• Hasil Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengukur signifikansi pengaruh variabel perceived ease of use, perceived usefulness, dan trust terhadap behavioral intention to use. Dengan demikian, seperti yang telah dimodelkan pada bab tiga, behavioral intention to use menjadi variabel dependen, sedangkan variabel lainnya menjadi variabel independen. Hasil analisis regresi berganda menggunakan software SPSS disajikan pada tabel 5.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Berganda

Variable	Coefficient	Sig.
C	0.244	0.846
Perceived Ease of Use (X1)	0.081	0.383
Perceived Usefulness (X2)	0.524	0.004
Trust (X3)	0.246	0.096

Sumber: Data diolah SPSS, 2022

Tabel 5 menunjukkan hasil analisis regresi berganda dengan menyajikan nilai koefisien dan signifikansi masing-masing variabel penelitian menggunakan Uji-t. Berdasarkan hasil tersebut, variabel perceived usefulness secara statistik berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Behavioral Intention to Use dengan tingkat kepercayaan 95% (nilai signifikansi p-value kurang dari 0.05). Sedangkan dua variabel lainnya yaitu Perceived Ease of Use dan Trust tidak berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention to Use. Akan tetapi, jika menggunakan nilai α sebesar 10% (0.10), atau tingkat kepercayaan 90%, maka variabel Trust juga dapat dianggap signifikan secara statistik berpengaruh terhadap Behavioral Intention to Use. Hasil ini merupakan hasil Uji-t atau parsial yaitu menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

Tabel 5. Hasil Uji-F

Model	df (Degrees of Freedom)	F	Sig.
Regression	3	14.727	0
Residual	33		
Total	36		

Sementara itu, untuk mengukur pengaruh ketiga variabel independen secara bersama-sama, digunakan uji-F berdasarkan hasil Uji-F Nilai Sig. < 0,05, maka Perceived Ease of Use (X1), Perceived of Usefulness (X2), dan Trust (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Behavioral Intention to Use (Y) aplikasi QRku BCA. Kemudian, nilai F yang dihitung sebesar 14,727 yang mana > F tabel 2,92 maka, sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa Perceived Ease of Use (X1), Perceived of Usefulness (X2), dan Trust (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Behavioral Intention to Use (Y) aplikasi QRku BCA.

Koefisien determinasi (R²) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel bebas. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel-variabel terikat yang terbatas (Ghozali, 2013). Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini:

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,757 ^a	0.572	0.534

Berdasarkan analisis koefisien determinasi (Tabel 6), diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,534. Nilai ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama (simultan), gabungan variabel bebas memiliki kemampuan yang signifikan dan kuat dalam menjelaskan variabel terikat, karena nilainya melebihi 0,5 (atau 50%). Dengan demikian, variabel Perceived Ease of Use (X1), Perceived Usefulness (X2), dan Trust (X3) mampu menerangkan variasi dalam Behavioral Intention to Use (Y) pada layanan QRku BCA sebesar 53,4%. Sementara itu, sisa 46,6% dari perubahan Behavioral Intention to Use dipengaruhi oleh variabel atau faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model

penelitian ini. Berdasarkan tabel 6 di atas, nilai R senilai 0,757 yang berarti bahwa korelasi tersebut adalah korelasi kuat positif dikarenakan nilai $R\ 0,757 > 0,5$.

Discussion

Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention to Use

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel perceived ease of use tidak berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention to use. Hal tersebut terlihat pada Tabel 4.14, di mana nilai sig dari t-statistik X1 sebesar 0,383. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Kemudian, nilai t hitung variabel perceived ease of use (X1) adalah sebesar $0,884 < t\ tabel\ 2,035$ maka Ha1 ditolak. Dengan demikian, perceived ease of use secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention to use pada QRku BCA.

Hal tersebut disebabkan karena pengguna QRku lebih mengedepankan faktor lain atas keputusan penggunaan aplikasi QRku tersebut, sehingga tingkat kemudahan penggunaan hanya penambah nilai positif dari aplikasi QRku sendiri. Sehingga jika keputusan penggunaan aplikasi QRku ini hanya mengedepankan kemudahan penggunaan saja tanpa mempertimbangkan aspek lainnya maka pengguna aplikasi QRku akan cenderung untuk tidak menggunakan aplikasi tersebut. Selain itu, fakta BCA merupakan salah satu bank yang besar di Indonesia yang dibuktikan dengan market capitalization terbesar per tanggal 26 Maret 2021 ini juga menjadikan persepsi ease of use bukan menjadi faktor utama yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi QRku yang diluncurkan BCA tersebut. Pengguna tidak lagi mempertanyakan tentang tingkat kemudahan penggunaan aplikasi QRku karena sudah terbukti dari nama besar dan pengalaman serta familiaritas dengan aplikasi BCA lainnya.

Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Behavioral Intention to Use

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel perceived usefulness berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention to use. Hal tersebut terlihat pada Tabel 4.14, di mana nilai sig dari t-statistik X1 sebesar 0,004. Nilai tersebut kurang dari 0,05. Kemudian, nilai t hitung variabel Perceived of Usefulness (X2) adalah sebesar $3,122 > t\ tabel\ 2,035$ maka Ha2 diterima. Dengan demikian, perceived usefulness secara parsial berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention to use pada QRku BCA.

Hal tersebut disebabkan karena persepsi manfaat yang dirasakan pengguna terhadap sebuah aplikasi adalah salah satu faktor yang penting dalam mempertimbangkan keputusan penggunaan aplikasi QRku. Sehingga jika aplikasi QRku BCA terasa bermanfaat bagi pengguna maka dipastikan mereka akan tetap menggunakan QRku BCA.

Pengaruh Trust Terhadap Behavioral Intention to Use

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel trust tidak berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention to use. Hal tersebut terlihat pada Tabel 4.14, di mana nilai sig dari t-statistik X1 sebesar 0,096. Nilai tersebut kurang dari 0,05. Kemudian, nilai t hitung variabel Trust (X3) adalah sebesar 1,713, karena nilai t hitung $1,713 < t\ tabel\ 2,035$ maka Ha3 ditolak. Dengan demikian, variabel trust secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention to use pada QRku BCA.

Hal tersebut disebabkan karena faktor keyakinan atas keamanan penggunaan aplikasi QRku tidak menjadi faktor penentu yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi, melainkan hanya menjadi nilai tambah dari penggunaan aplikasi itu sendiri. Selain itu, fakta BCA merupakan salah satu bank yang besar di Indonesia yang dibuktikan dengan market capitalization terbesar per tanggal 26 Maret 2021 ini juga menjadikan persepsi trust bukan menjadi faktor utama yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi QRku yang diluncurkan BCA tersebut. Pengguna tidak lagi mencari info dan mempertanyakan keyakinannya akan keamanan aplikasi QRku ini.

Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness dan Trust Terhadap Behavioral Intention to Use

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel perceived ease of use, perceived usefulness dan trust berpengaruh signifikan secara simultan terhadap behavioral intention to use. Hal tersebut terlihat pada Tabel 4.15 Nilai Sig. $< 0,05$, maka Perceived Ease of Use (X1), Perceived of Usefulness (X2), dan Trust (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Behavioral Intention to Use (Y) aplikasi QRku BCA. Kemudian, nilai F hitung sebesar $14,727 > F\ tabel\ 2,92$ maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa Perceived Ease of Use (X1), Perceived of Usefulness (X2), dan Trust (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Behavioral Intention to Use (Y) aplikasi QRku BCA.

Hal ini menunjukkan bahwa jika aspek kemudahan penggunaan, manfaat dan keamanan digabungkan dalam aplikasi dan dirasakan oleh pengguna maka akan membuat pengguna untuk cenderung tetap menggunakan aplikasi tersebut. Terlihat pula pada nilai adjusted R square sebesar 0,534 dan menunjukkan nilai $> 0,5$ atau $> 50\%$ maka menunjukkan bahwa sekumpulan variabel bebas secara simultan mampu menjelaskan variabel terikat secara signifikan dan kuat yaitu sebesar 53,4% sedangkan sisanya 46,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti. Hasil ini didukung oleh penelitian (Putra, 2018).

Conclusion

Berdasarkan pembahasan, peneliti menyimpulkan bahwa Perceived Ease of Use (X1), Perceived of Usefulness (X2), dan Trust (X3) mampu menjelaskan perubahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention to Use (Y) pada QRku BCA dengan 37 responden dan tingkat pengaruh sebesar 53,4%. Adapun kesimpulan dalam penelitian ini adalah; pertama, Variabel Perceived Ease of Use (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention to Use (Y) pada QRku BCA dengan 37 responden karena fakta akan nama besar BCA sehingga pengguna tidak lagi mempertanyakan tingkat kemudahan penggunaan aplikasi QRku BCA dan lebih mengedepankan faktor lain atas keputusan penggunaan aplikasi QRku tersebut, sehingga tingkat kemudahan penggunaan hanya penambah nilai positif dari aplikasi QRku sendiri.

Kedua, Variabel Perceived of Usefulness (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention to Use (Y) pada QRku BCA dengan 37 responden karena persepsi manfaat yang dirasakan pengguna terhadap sebuah aplikasi adalah salah satu faktor yang penting dalam mempertimbangkan keputusan penggunaan aplikasi QRku. Ketiga, Variabel Trust (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention to Use (Y) pada QRku BCA dengan 37 responden karena karena fakta akan nama besar BCA sehingga pengguna tidak lagi mempertanyakan tingkat keyakinan atas keamanan penggunaan aplikasi QRku dan lebih mengedepankan faktor lain atas keputusan penggunaan aplikasi QRku sehingga trust hanya menjadi nilai tambah dari penggunaan aplikasi itu sendiri. Variabel Perceived Ease of Use (X1), Perceived of Usefulness (X2) dan Trust (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention to Use (Y) pada QRku BCA dengan 37 responden karena aspek kemudahan penggunaan, manfaat dan keamanan digabungkan dalam aplikasi dan dirasakan oleh pengguna maka akan membuat pengguna untuk cenderung tetap menggunakan aplikasi tersebut.

Peneliti menyadari saat dilakukan penelitian terdapat keterbatasan, adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah; pertama, Studi ini dilaksanakan dengan mengandalkan data primer yang dikumpulkan melalui wawancara. Keterbatasan mendasar dari metode ini adalah potensi subjektivitas peneliti. Hasil temuan sangat bergantung pada bagaimana peneliti menginterpretasikan makna yang tersirat selama proses wawancara. Oleh karena itu, adanya kecenderungan bias dalam analisis dan kesimpulan penelitian tetap menjadi risiko yang perlu dipertimbangkan. Kedua, Jumlah responden dalam penelitian hanya 37 responden, jumlah tersebut sangat jauh dari jumlah pemakai QRku BCA sehingga kurang dapat menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.

Dengan demikian untuk penelitian selanjutnya terkait dengan minat penggunaan QRku BCA, peneliti menyarankan dan merekomendasikan untuk menambahkan variabel lain untuk memperkuat hasil penelitian, seperti dalam hasil penelitian ini ketiga variabel yang ada yakni Perceived Ease of Use (X1), Perceived of Usefulness (X2), dan Trust (X3) memberikan pengaruh 53,4% terhadap minat penggunaan QRku BCA dan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti, seperti keakraban (Familiarity), pengaruh sosial (Social influence), kualitas aplikasi (Quality) dan variabel lainnya. Selain itu, penambahan jumlah sampel juga patut dipertimbangkan untuk lebih menjamin akurasi hasil penelitian dan bila dimungkinkan dengan mengambil sample dari beberapa lokasi penyebaran, seperti dari beberapa provinsi agar data yang diperoleh dapat mewakili jumlah populasi.

References

- Arikunto Suharsimi, 2006. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi VI. PT Rineka Cipta, Jakarta .
- Dian Ayunita Nugraheni Nurmala Dewi, 2018. Uji Validitas dan Reliabilitas, in: *Modul Uji Validitas Dan Reliabilitas*. pp. 17–23.
- Djarwanto PS, Subagyo Pangestu, 1998. *Statistik Induktif*. Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Fadliansyah Muchammad Egi, 2020. Pengguna Digital Banking BCA Melonjak Signifikan Selama Pandemi Corona.
- Fred Davis, 2014. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Manag. Inf. Syst. Res. Center, Univ. Minnesota* 13, 319–339.
- Hamidi, 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. UMM Press, Malang.
- Icek Ajzen, Martin Fishbein, 1980. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior* . NJ: Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Jogiyanto Hartono, 2008. *Teori Portfolio dan Analisis Investasi*. BPFE, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2017. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Suharyadi, Purwanto, 2004. *Statistika: Untuk Ekonomi & Keuangan Modern*. Salemba Empat, Jakarta.
- Trihutama Rizky Putra, 2018. Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Trust Terhadap

Behavioral Intention to Use 1–132.

Umar Husein, 2011. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Rajawali Pers, Jakarta.

Wang Yi Shun, 2003. Determinants of User Acceptance of Internet Banking: An Empirical Study. *Int. J. Serv. Ind. Manag.* 14, 501–519.

Willy Abdillah, Jogiyanto, 2015. Partial Least Square (PLS) Alternatif SEM Dalam Penelitian Bisnis , 1st ed. CV Andi Offset, Tegal.