



Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention* dengan *User Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi

Najwan Tsaqib¹, Diena Noviarini², Sabo Hermawan³

Program Studi S1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia^{1,2,3}

*Email Korespondensi: najwantsaqib5@gmail.com

Diterima: 12-08-2026 | Disetujui: 17-08-2026 | Diterbitkan: 19-08-2026

ABSTRACT

The growth in QRIS users and transactions in Indonesia has increased significantly in recent years; however, this rise in adoption has not been fully accompanied by sustained usage, given that user complaints regarding transaction issues and resistance to QRIS from some business owners still persist. This study aims to examine the influence of perceived ease of use and perceived usefulness on continuance intention, with user satisfaction serving as a mediating variable among QRIS users. The method used in this study was a quantitative approach employing purposive sampling, specifically targeting Generation Z residents of the Greater Jakarta area aged 17 to 27 who had previously used QRIS as a payment method. A total of 130 respondent data points were collected, processed, and analyzed using SmartPLS 4.0 via the Partial Least Squares Structural Equation Modeling approach, including evaluation of the outer model covering convergent validity, discriminant validity, and reliability, and the inner model covering R-Square, Q-Square, and path coefficient significance testing. The results indicate that perceived usefulness and perceived ease of use have a positive and significant influence on user satisfaction, and that perceived usefulness, perceived ease of use, and user satisfaction were found to have a positive and significant influence on the continuance intention of QRIS users, confirming user satisfaction's role as a mediating variable in this relationship.

Keywords: *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, User Satisfaction, Continuance Intention, QRIS.*

ABSTRAK

Pertumbuhan pengguna dan transaksi QRIS di Indonesia meningkat signifikan dalam beberapa tahun terakhir, namun peningkatan adopsi tersebut belum sepenuhnya diiringi dengan keberlanjutan penggunaan, mengingat masih ditemukan keluhan pengguna terkait kendala transaksi dan resistensi sebagian pelaku usaha terhadap QRIS. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* dengan *user satisfaction* sebagai variabel mediasi pada pengguna QRIS. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*, yaitu generasi Z yang berdomisili di wilayah Jabodetabek, berusia 17 sampai 27 tahun, dan pernah menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Sebanyak 130 data responden yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis menggunakan program SmartPLS 4.0 melalui pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*, meliputi evaluasi *outer model* yang mencakup *convergent validity*, *discriminant validity*, dan reliabilitas, serta *inner model* yang mencakup R-Square, Q-Square, dan uji signifikansi path coefficient. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *user satisfaction*, serta *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *user satisfaction* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* pengguna QRIS, sehingga *user satisfaction* terkonfirmasi berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut.

Kata kunci: *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, User Satisfaction, Continuance Intention, QRIS.*

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Tsaqib, N., Noviarini, D. ., & Hermawan , S. . (2026). Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Continuance Intention dengan User Satisfaction sebagai Variabel Mediasi. *Indonesia Economic Journal*, 2(2), 2357-2369. <https://doi.org/10.63822/vpgkhf47>

PENDAHULUAN

. Perkembangan digitalisasi teknologi pada era Society 5.0 mendorong transformasi berbagai sektor kehidupan, termasuk transisi ekonomi konvensional menuju ekonomi digital di Indonesia. Berdasarkan laporan E-conomy SEA 2024, GMV ekonomi digital Indonesia meningkat 13% dari US\$80 miliar pada 2023 menjadi US\$90 miliar pada 2024 (Sinta Rosma Dewi, 2025), dengan pembayaran digital sebagai salah satu penggerak utama percepatan digitalisasi tersebut (Haryanto, 2025). Salah satu inovasi pembayaran digital yang berkembang pesat adalah *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), standar nasional kode QR yang diresmikan Bank Indonesia pada Agustus 2019 untuk memfasilitasi transaksi yang lebih mudah, cepat, murah, aman, dan efisien (Bank Indonesia, 2025). Data Bank Indonesia dalam Laporan Perekonomian Indonesia 2025 mencatat QRIS sebagai metode pembayaran dengan pertumbuhan volume transaksi tertinggi pada kuartal IV 2025, yaitu 139,9% secara tahunan (Talita Aqila Shafidhya, 2026), berdasarkan data dari Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia, (2025) jumlah pengguna sistem pembayaran QRIS mencapai 60 juta pada periode yang sama, meningkat 233% dibandingkan 18 juta pengguna pada 2022. Nilai transaksi QRIS turut menunjukkan tren serupa, mencapai Rp164 triliun pada Januari 2026 atau naik 103,35% secara tahunan (Rista Wulandari, 2026)

Meskipun pertumbuhan pengguna dan transaksi QRIS tergolong tinggi, hal tersebut belum sepenuhnya mencerminkan keberlanjutan penggunaan, karena laju pertumbuhan pengguna baru mulai melambat dan memasuki fase pematangan, sehingga tantangan bergeser dari akuisisi pengguna menuju retensi penggunaan (Kontan.co.id, 2026) Fenomena ini diperkuat oleh sejumlah kendala di lapangan, antara lain resistensi pelaku usaha kecil terhadap QRIS akibat keterlambatan pencatatan transaksi secara *real time* dan beban biaya *Merchant Discount Rate* (Nugraha Perdana, 2025), serta keluhan pengguna terkait kegagalan sistem yang menyebabkan saldo terpotong tanpa transaksi tercatat pada sisi *merchant* (Dimensinews, 2026). Kondisi tersebut mengindikasikan masih adanya hambatan pada aspek kemudahan dan efektivitas penggunaan QRIS yang berpotensi menurunkan kepuasan pengguna serta memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan (*continuance intention*).

Keberlanjutan penggunaan suatu teknologi pada dasarnya sama pentingnya dengan tingkat adopsi awalnya, karena pengguna yang mengadopsi teknologi akibat faktor eksternal seperti tren tidak selalu berencana menggunakannya secara berulang dalam jangka panjang. Merujuk pada model *IS Continuance* yang dikembangkan Bhattacherjee (2001), *continuance intention* pengguna dipengaruhi oleh tingkat kepuasan mereka terhadap penggunaan sistem, yang pada gilirannya berperan sebagai mediator antara pengalaman pengguna dan keputusan untuk melanjutkan penggunaan. Untuk menjelaskan proses penerimaan teknologi yang mendasari kepuasan tersebut, penelitian ini mengadopsi *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Fred D. Davis (1989), yang menempatkan *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* sebagai faktor penentu keputusan individu dalam menerima suatu teknologi.

Sejumlah penelitian terdahulu mendukung keterkaitan antarkonstruksi tersebut. Savitha et al. (2022) menemukan bahwa *usefulness* memperkuat persepsi positif terhadap kinerja aplikasi *fintech* sehingga mendorong *continuance intention*. Abas dan Puspawati (2024) membuktikan bahwa *perceived ease of use* memengaruhi *continuance intention* melalui mediasi *customer satisfaction*, sementara Nguyen Ngoc Duy et al. (2020) menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna *e-wallet*, yang selanjutnya mendorong penggunaan berulang. Namun

demikian, studi-studi tersebut umumnya masih berfokus pada konteks sistem informasi organisasi, *e-commerce*, atau layanan *fintech* secara luas, dan belum secara spesifik mengarah pada sistem pembayaran berbasis kode QR seperti QRIS yang memiliki karakteristik transaksi berbeda. Di sisi lain, penelitian yang mengintegrasikan *Expectation Confirmation Model* (ECM) dan TAM dalam konteks QRIS, khususnya dengan menempatkan *user satisfaction* sebagai variabel mediasi antara *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *continuance intention* masih terbatas (Abas & Puspawati, 2024; Nguyen Ngoc Duy et al., 2020; Savitha et al., 2022)

Berdasarkan urgensi empiris berupa gejala perlambatan pertumbuhan dan keluhan pengguna, serta kesenjangan teoritis pada literatur yang belum banyak mengkaji QRIS secara spesifik melalui integrasi TAM dan ECM, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *continuance intention* pengguna QRIS, baik secara langsung maupun melalui *user satisfaction* sebagai variabel mediasi.

METODE PENELITIAN

. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berlandaskan filsafat positivisme dengan metode survei, yang menekankan pengujian hubungan antar-variabel secara objektif melalui data numerik yang diolah menggunakan teknik statistik. Populasi penelitian adalah pengguna QRIS dari kalangan generasi Z yang berdomisili di wilayah Jabodetabek, dengan pertimbangan bahwa wilayah tersebut menyumbang sekitar 43–45% transaksi QRIS nasional (Lia, 2025) dan generasi Z merepresentasikan mayoritas pengguna pembayaran digital di Indonesia (Astiansyah & Damayanti, 2024). Sampel ditentukan melalui teknik *purposive sampling* bagian dari *non-probability sampling* dengan kriteria responden berdomisili di Jabodetabek, berusia 12–27 tahun, dan pernah menggunakan QRIS. Mengacu pada pedoman ukuran sampel PLS-SEM yang mensyaratkan rasio observasi 10 kali jumlah indikator (Hair et al., 2022), penelitian ini menetapkan 130 responden sebagai sampel, berdasarkan 13 indikator yang digunakan dalam model.

Data dikumpulkan melalui kuesioner daring berbasis *Google Forms* yang mengukur empat konstruk laten *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *user satisfaction*, dan *continuance intention* menggunakan skala *Likert* lima poin (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju), mengikuti pendekatan yang juga digunakan pada penelitian sejenis mengenai *continuance intention* pada layanan pembayaran digital (Ana et al., 2023; Savitha et al., 2022). Setiap konstruk diukur melalui tiga hingga empat indikator yang diadaptasi dari instrumen penelitian terdahulu: *perceived usefulness* mengacu pada Ly & Ly (2024), *perceived ease of use* pada Lim et al. (2024), *continuance intention* pada Novira et al. (2024), dan *user satisfaction* pada Prasetyo et al. (2023).

Data dianalisis menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui SmartPLS 4.0, dipilih karena kesesuaiannya dengan model prediktif berukuran sampel terbatas dan kompleksitas struktural yang melibatkan banyak indikator (Hair et al., 2022). Model penelitian menempatkan *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* sebagai variabel eksogen yang memengaruhi *user satisfaction* selaku variabel mediasi, yang selanjutnya bersama kedua variabel eksogen tersebut diproyeksikan memengaruhi *continuance intention* sebagai variabel endogen. Analisis dilakukan melalui dua tahap evaluasi, yaitu *outer model* (model pengukuran) yang menilai validitas dan reliabilitas indikator

melalui uji *convergent validity*, *discriminant validity*, dan reliabilitas konstruk, serta *inner model* (model struktural) yang menilai kekuatan hubungan antar-konstruk melalui *coefficient of determination* (R^2), *predictive relevance* (Q^2), dan uji signifikansi koefisien jalur (*path coefficient*) menggunakan prosedur *bootstrapping*. Ketentuan ambang nilai pada setiap tahap pengujian mengikuti pedoman *rule of thumb* PLS-SEM sebagaimana dirujuk pada Hair et al. (2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data penelitian dikumpulkan pada Mei–Juni 2026 melalui kuesioner daring (*Google Forms*) yang disebarkan kepada pengguna QRIS generasi Z di wilayah Jabodetabek. Dari proses penyebaran tersebut, diperoleh 130 responden yang memenuhi kriteria dan dinyatakan layak untuk dianalisis lebih lanjut menggunakan pendekatan PLS-SEM melalui SmartPLS 4.0.

Uji *Convergent Validity*

Tabel 1. *Outer Loading* dan AVE

Item Kode	PU	PEOU	US	CI	Average Variance Extracted (AVE)
PU1	0.863				0.723
PU2	0.842				
PU3	0.827				
PU4	0.870				
PEOU1		0.884			0.732
PEOU2		0.846			
PEOU3		0.835			
US1			0.790		0.664
US2			0.848		
US3			0.805		
CI1				0.849	0.716
CI2				0.811	
CI3				0.877	

Sumber: Diolah Peneliti (2026)

Hasil pengujian pada Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh indikator pada keempat konstruk memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70, sehingga dinyatakan valid secara konvergen. Pada konstruk *perceived usefulness*, nilai *outer loading* berkisar 0,827-0,870 dengan nilai tertinggi pada PU4 (0,870), sementara pada *perceived ease of use* nilainya menjadi yang tertinggi di antara seluruh konstruk, yaitu PEOU1 sebesar 0,884, PEOU2 sebesar 0,846, dan PEOU3 sebesar 0,835. Pada konstruk *user satisfaction*, nilai *outer loading* sedikit lebih rendah, yaitu US1 sebesar 0,790, US2 sebesar 0,848, dan US3 sebesar

0,805, sedangkan pada *continuance intention*, CI1 memperoleh nilai 0,849, CI2 sebesar 0,811, dan CI3 sebesar 0,877. Secara keseluruhan, nilai *outer loading* pada seluruh konstruk berada pada rentang 0,790 hingga 0,884, yang tergolong tinggi dan menunjukkan tidak ada indikator lemah yang perlu dieliminasi dari model pengukuran.

Uji Discriminant Validity

Tabel 2. Fornell-Larcker Criterion

	CI	PEOU	PU	US
CI	0.846			
PEOU	0.598	0.855		
PU	0.589	0.556	0.850	
US	0.659	0.664	0.663	0.815

Sumber: Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil yang sudah ditemukan, pengujian *discriminant validity* melalui *Fornell-Larcker Criterion* menunjukkan bahwa akar kuadrat AVE setiap konstruk (PEOU = 0,855; PU = 0,850; CI = 0,846; US = 0,815) lebih besar dibandingkan korelasinya dengan konstruk lain, sebagaimana dirangkum pada Tabel 3. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap konstruk memiliki keterpisahan (*distinctiveness*) yang baik dan mampu merepresentasikan indikator-indikatornya secara lebih kuat dibandingkan konstruk lain, sehingga tidak terjadi tumpang tindih antar-konstruk dalam model penelitian (Hair et al., 2022).

Uji Reliability

Tabel 3. Reliability

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability (ρA)</i>	<i>Composite Reliability (ρC)</i>	Status
CI	0.801	0.808	0.883	Reliabel
PEOU	0.817	0.821	0.891	Reliabel
PU	0.873	0.875	0.913	Reliabel
US	0.746	0.746	0.855	Reliabel

Sumber: Diolah Peneliti (2026)

Reliabilitas konstruk diuji melalui *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*, dengan ambang batas $\geq 0,70$ untuk dinyatakan reliabel (Hair et al., 2022). Hasil pengujian pada Tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh konstruk memenuhi ambang batas tersebut, dengan nilai *Cronbach's Alpha* tertinggi pada PU (0,875) dan terendah pada US (0,746). Temuan ini menandakan bahwa indikator-indikator pada setiap konstruk memiliki konsistensi internal yang tinggi, sehingga seluruh instrumen dinyatakan layak digunakan pada tahap analisis model struktural.

Uji Q- Square

Tabel 4. Predictive Relavance

	SSO	SSE	$Q^2 (= 1 - SSE/SSO)$
PU	520.000	520.000	0.000
PEOU	390.000	390.000	0.000
CI	390.000	255.811	0.344
US	390.000	247.354	0.366

Sumber: Diolah Peneliti (2026)

Hasil uji *predictive relevance* (Q^2) melalui prosedur *blindfolding* menunjukkan nilai Q^2 sebesar 0,366 untuk *User Satisfaction* dan 0,344 untuk *Continuance Intention*, sebagaimana disajikan pada Tabel 5. Kedua nilai tersebut lebih besar dari nol ($Q^2 > 0$), yang menandakan model penelitian memiliki daya prediksi yang baik terhadap kedua konstruk endogen tersebut (Hair et al., 2017)

Uji R- Square

Tabel 5. Hasil Uji R-Square

	R-Square	R-Square Adjusted	Kategori
CI	0,507	0,495	Sedang (<i>Moderate</i>)
US	0,565	0,558	Sedang (<i>Moderate</i>)

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Nilai *Coefficient of Determination* (R^2) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* mampu menjelaskan 56,5% variasi pada *user satisfaction* ($R^2 = 0,565$), sementara ketiga konstruk secara bersama menjelaskan 50,7% variasi pada *continuance intention* ($R^2 = 0,507$), sebagaimana dirangkum pada Tabel 6. Berdasarkan kriteria Hair et al. (2022) nilai *R-Square* dapat dikategorikan R^2 0,75 (kuat), 0,50 (moderat), dan 0,25 (lemah) kedua nilai tersebut termasuk kategori moderat, yang berarti model penelitian memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan variasi konstruk endogen, meski masih terdapat faktor lain di luar model yang turut berkontribusi.

Uji Hipotesis

Tabel 6. Uji Path Coefficient dan Signfikansi Pengaruh

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Status
PU → US	0,425	0,423	0,088	4,829	0,000	Signifikan
PEOU → US	0,428	0,417	0,085	5,050	0,000	Signifikan
PU → CI	0,223	0,229	0,091	2,446	0,014	Signifikan
PEOU → CI	0,240	0,233	0,104	2,305	0,021	Signifikan
US → CI	0,352	0,351	0,101	3,470	0,001	Signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Continuance Intention dengan User Satisfaction sebagai Variabel Mediasi
(Tsaqib, et al.)

Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *User Satisfaction*

Hasil uji menunjukkan *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user satisfaction* ($\beta = 0,425$; $t = 4,829$; $p = 0,000$), sehingga H1 diterima. Temuan ini menandakan bahwa ketika pengguna merasa QRIS mampu meningkatkan performa transaksi, memudahkan pengelolaan keuangan, meningkatkan efisiensi, serta memberikan manfaat nyata dalam memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari, mereka cenderung merasakan kepuasan yang lebih tinggi terhadap layanan tersebut.

Hasil ini sejalan dengan temuan Roro & Sarassina (2022) pada konteks *m-payment*, yang menunjukkan bahwa kemampuan sistem pembayaran digital dalam meningkatkan kecepatan, produktivitas, dan efektivitas transaksi keuangan merupakan aspek yang berkontribusi langsung terhadap peningkatan kepuasan pengguna. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Rahi et al. (2021) pada layanan internet *banking*, yang menemukan bahwa ketika teknologi mampu meningkatkan produktivitas pengguna dalam menyelesaikan aktivitas keuangannya, tingkat kepuasan mereka terhadap teknologi tersebut turut meningkat. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat konsistensi temuan lintas konteks layanan finansial digital bahwa *perceived usefulness* merupakan salah satu determinan utama kepuasan pengguna, sekaligus menegaskan bahwa manfaat fungsional QRIS menjadi pertimbangan penting bagi generasi Z dalam menilai kepuasan mereka terhadap sistem pembayaran ini.

Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *User Satisfaction*

Hasil uji menunjukkan *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user satisfaction* ($\beta = 0,428$; $t = 5,050$; $p = 0,000$), sehingga H2 diterima, dengan koefisien jalur yang sedikit lebih besar dibandingkan pengaruh *perceived usefulness*. Temuan ini menggambarkan bahwa ketika pengguna merasa penggunaan QRIS mudah dilakukan, mudah dipelajari, serta tidak memerlukan banyak langkah rumit dalam proses transaksinya, mereka cenderung merasakan kepuasan yang lebih tinggi.

Hasil ini didukung oleh penelitian Abas & Puspawati (2024) pada penggunaan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran dalam *live streaming shopping*, yang menemukan bahwa rasa senang dan puas terhadap suatu sistem dapat tercipta ketika pengguna merasakan kemudahan dalam mengoperasikannya. Temuan Li & Liang (2025) pada perangkat lunak simulasi pendidikan teknik mekatronika turut mengonfirmasi bahwa kemudahan mempelajari dan mengoperasikan suatu sistem dapat meningkatkan kepuasan pengguna karena tidak memerlukan usaha yang besar. Selain itu, penelitian Kim et al. (2026) pada layanan *digital banking* juga menunjukkan bahwa *ease of use* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, karena minimnya hambatan teknis menurunkan beban kognitif pengguna dan menghasilkan evaluasi afektif yang lebih positif terhadap layanan. Konsistensi temuan pada berbagai konteks layanan digital ini memperkuat bahwa *perceived ease of use* merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan pengguna QRIS, khususnya pada generasi Z yang terbiasa dengan antarmuka teknologi yang intuitif dan minim hambatan.

Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention*

Hasil uji menunjukkan *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* ($\beta = 0,223$; $t = 2,446$; $p = 0,014$), sehingga H3 diterima, meskipun dengan koefisien jalur yang jauh lebih kecil dibandingkan pengaruhnya terhadap *user satisfaction*. Hasil ini mengindikasikan bahwa ketika pengguna merasakan manfaat seperti peningkatan performa transaksi, kemudahan, dan efisiensi saat menggunakan QRIS, mereka memiliki keinginan lebih tinggi untuk menggunakannya secara

berulang di masa mendatang, meskipun pengaruh manfaat ini terhadap niat keberlanjutan tidak sekuat pengaruhnya terhadap kepuasan.

Hasil ini didukung oleh penelitian Ikhsan et al. (2025) yang menguji pengaruh faktor-faktor dalam model TAM terhadap niat keberlanjutan penggunaan teknologi, yang menemukan bahwa ketika teknologi membantu pengguna menyelesaikan tugas secara lebih cepat, hal ini menciptakan kesadaran akan pentingnya adopsi teknologi yang pada akhirnya memengaruhi kesediaan pengguna untuk terus menggunakannya. Savitha et al. (2022) pada layanan *fintech peer-to-peer payment* di India turut menemukan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *continuance intention*, ketika pengguna merasakan manfaat berupa kemudahan transaksi, penghematan waktu, dan peningkatan efisiensi. Penelitian lain oleh Inan et al. (2023) pada layanan *mobile banking* juga menunjukkan bahwa pengguna yang menganggap layanan tersebut bermanfaat cenderung memiliki niat untuk terus menggunakannya karena membantu mereka menjadi lebih produktif dalam urusan keuangan. Dengan demikian, temuan pada penelitian ini konsisten dengan pola pada berbagai layanan finansial digital lainnya, bahwa manfaat yang dirasakan berkontribusi terhadap niat keberlanjutan, meskipun kontribusinya cenderung lebih kecil dibandingkan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna.

Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Continuance Intention*

Hasil uji menunjukkan *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* ($\beta = 0,240$; $t = 2,305$; $p = 0,021$), sehingga H4 diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kemudahan yang dirasakan pengguna, semakin besar pula niat mereka untuk menggunakan QRIS secara berulang, karena sistem yang mudah dipahami dan dioperasikan membuat proses transaksi terasa lebih efisien.

Hasil ini diperkuat oleh penelitian Lim et al. (2024) dalam konteks *e-wallet* di Malaysia, yang menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*. Penelitian Al-Marooif et al. (2021) pada platform *e-learning* turut mengonfirmasi bahwa ketika pengguna tidak perlu mengeluarkan upaya mental yang besar dalam mengoperasikan suatu teknologi, mereka cenderung membentuk kebiasaan penggunaan yang stabil dan berkelanjutan. Selain itu, penelitian Al Amin et al. (2022) pada layanan *mobile banking* menemukan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*, ketika antarmuka yang ramah pengguna dan fitur yang mudah digunakan membangun persepsi positif yang mendorong pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut. Konsistensi temuan ini di berbagai konteks layanan digital menegaskan bahwa kemudahan penggunaan bukan hanya membentuk kepuasan, tetapi juga secara langsung mendorong niat keberlanjutan penggunaan QRIS di kalangan generasi Z.

Pengaruh *User Satisfaction* terhadap *Continuance Intention*

Hasil uji menunjukkan *user satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* ($\beta = 0,352$; $t = 3,470$; $p = 0,001$), sehingga H5 diterima, dengan koefisien jalur tertinggi di antara ketiga jalur yang menuju *continuance intention*. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pengguna saat menggunakan QRIS, semakin besar pula niat mereka untuk terus menggunakannya di masa mendatang, menjadikan kepuasan sebagai prediktor paling kuat terhadap keberlanjutan penggunaan dalam model penelitian ini.

Hasil ini konsisten dengan temuan Sari & Mimba (2025) yang meneliti faktor-faktor penentu *continuance* penggunaan *e-wallet* di Bali menggunakan kerangka *Technology Continuance Theory*, yang menemukan bahwa pengguna yang puas terhadap antarmuka sistem, kemudahan operasional, dan minimnya hambatan transaksi menunjukkan niat penggunaan berkelanjutan yang lebih tinggi. Penelitian Suzianti & Paramadini (2021) dalam konteks *e-learning* turut menemukan bahwa kepuasan secara konsisten menjadi determinan utama niat penggunaan berkelanjutan lintas konteks sistem informasi. Lebih lanjut, dalam konteks mobile internet, penelitian yang mengintegrasikan ECM dengan konstruk tambahan juga mengonfirmasi bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* (Jumaan et al., 2020), sementara Bergmann et al. (2023) menemukan pola serupa pada konteks *financial technology*. Konsistensi temuan ini di berbagai jenis layanan digital, mulai dari *e-wallet*, *e-learning*, hingga *fintech*, memperkuat posisi *user satisfaction* sebagai jembatan utama antara persepsi pengguna terhadap suatu teknologi dan keputusan mereka untuk terus menggunakannya, sekaligus menegaskan relevansi temuan ini dalam konteks QRIS di Indonesia.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user satisfaction*, dengan *perceived ease of use* menunjukkan pengaruh yang sedikit lebih besar. Ketiga variabel tersebut, baik secara langsung maupun melalui *user satisfaction* sebagai mediator, juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* pengguna QRIS di kalangan generasi Z wilayah Jabodetabek, sehingga kelima hipotesis yang diajukan seluruhnya diterima. *User satisfaction* tercatat sebagai prediktor langsung terkuat terhadap *continuance intention*, lebih besar dibandingkan pengaruh langsung dari kedua variabel lainnya. Dengan demikian, keberlanjutan penggunaan QRIS pada kelompok ini tidak semata ditentukan oleh persepsi manfaat dan kemudahan secara langsung, melainkan turut dijumpai oleh tingkat kepuasan yang terbentuk dari kedua persepsi tersebut, sejalan dengan kerangka *IS Continuance* yang mengintegrasikan TAM dan ECM.

Berdasarkan temuan tersebut, penyedia layanan QRIS dan pemangku kebijakan disarankan untuk tidak hanya berfokus pada perluasan adopsi pengguna baru, tetapi juga memprioritaskan penguatan aspek kemudahan operasional dan manfaat fungsional transaksi sebagai jalur strategis dalam meningkatkan kepuasan dan retensi pengguna dalam jangka panjang, mengingat kepuasan terbukti menjadi determinan yang lebih kuat terhadap niat keberlanjutan dibandingkan pengaruh langsung dari persepsi kegunaan maupun kemudahan.

Kesimpulan ini perlu dimaknai secara berhati-hati mengingat sejumlah keterbatasan penelitian. Cakupan responden yang terbatas pada 130 pengguna generasi Z di wilayah Jabodetabek menyebabkan temuan belum dapat digeneralisasikan pada kelompok usia atau wilayah lain secara luas, sementara desain *cross-sectional* yang digunakan hanya menangkap persepsi pengguna pada satu titik waktu sehingga belum mampu menggambarkan dinamika perubahan perilaku dari waktu ke waktu. Selain itu, model penelitian ini hanya melibatkan empat konstruk utama sehingga belum mempertimbangkan faktor lain yang berpotensi relevan, seperti *trust*, *security*, atau *social influence*. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah dan kelompok responden, mempertimbangkan desain longitudinal untuk menangkap dinamika niat penggunaan dari waktu ke waktu, serta memperkaya model dengan

variabel tambahan atau memperluas objek kajian pada layanan pembayaran digital lain guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai keberlanjutan penggunaan teknologi pembayaran di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abas, N. I., & Puspawati, D. (2024). E-Wallet Adoption in Continuance Intention As A e-Payment System for Live Streaming Shopping. *Procedia Computer Science*, 234, 1137–1144. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.03.109>
- Al Amin, M., Arefin, M. S., Alam, M. S., & Rasul, T. F. (2022). Understanding the Predictors of Rural Customers' Continuance Intention toward Mobile Banking Services Applications during the COVID-19 Pandemic. *Journal of Global Marketing*, 35(4), 324–347. <https://doi.org/10.1080/08911762.2021.2018750>
- Al-Marouf, R. S., Alhumaid, K., & Salloum, S. (2021). *The Continuous Intention to Use E-Learning, from Two Different Perspectives*. <https://doi.org/10.3390/educsci>
- Ana, J., Sanchez, R., & Tanpoco, M. (2023). Continuance Intention of Mobile Wallet Usage in the Philippines: A Mediation Analysis. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 12, 128.
- Astiansyah, S. A., & Damayanti, S. D. (2024). Analisis Preferensi Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Generasi Z. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 96–101. <https://doi.org/10.57151/jeko.v3i2.389>
- Bank Indonesia. (2025). *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/kanal-layanan/qr/default.aspx>
- Bergmann, M., Maçada, A. C. G., de Oliveira Santini, F., & Rasul, T. (2023). Continuance intention in financial technology: a framework and meta-analysis. In *International Journal of Bank Marketing* (Vol. 41, Number 4, pp. 749–786). Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2022-0168>
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model Author(s): Anol Bhattacharjee Source. In *MIS Quarterly* (Vol. 25, Number 3).
- Dimensinews. (2026, March). *Transaksi Digital Bermasalah, Konsumen Mengaku Dirugikan Saat Berbelanja di Indomaret Kamal Raya 12 Cengkareng*. <https://www.dimensinews.co.id/236673/transaksi-digital-bermasalah-konsumen-mengaku-dirugikan-saat-berbelanja-di-indomaret-kamal-raya-12-cengkareng.html>
- Fred D. Davis. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. Source: *MIS Quarterly*. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Hair, J. F. ., Hult, G. T. M. ., Ringle, C. M. ., & Sarstedt, Marko. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, Marko. (2022). *Business Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Haryanto, A. T. (2025, May). *Laporan Google: Ekonomi Digital RI Diproyeksikan Tembus Rp 1.672 Triliun di 2025*. <https://inet.detik.com/business/d-8209252/laporan-google-ekonomi-digital-ri>

Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Continuance Intention dengan User Satisfaction sebagai Variabel Mediasi

(Tsaqib, et al.)

- diproyeksikan-tembus-rp-1-672-triliun-di-2025?utm_source=chatgpt.com#google_vignette
- Ikhsan, R. B., Fernando, Y., Prabowo, H., Yuniarty, Gui, A., & Kuncoro, E. A. (2025). An empirical study on the use of artificial intelligence in the banking sector of Indonesia by extending the TAM model and the moderating effect of perceived trust. *Digital Business*, 5(1). <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2024.100103>
- Inan, D. I., Nizar Hidayanto, A., Juita, R., Fadhilah Soemawilaga, F., Melinda, F., & Amalia, Y. (2023). Service Quality and Self-Determination Theory Towards Continuance Usage Intention of Mobile Banking. *Journal of Science and Technology Policy Management*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JSTPM-01-2021-0005>
- Jumaan, I. A., Hashim, N. H., & Al-Ghazali, B. M. (2020). The role of cognitive absorption in predicting mobile internet users' continuance intention: An extension of the expectation-confirmation model. *Technology in Society*, 63. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101355>
- Kim, L., Rakangthong, N. K., Lak, C., & Aujiropongpan, S. (2026). A Competency Mechanism for Customer Trust Enhancement in Digital Banking Services. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 100752. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2026.100752>
- Kontan.co.id. (2026, March 20). *Jumlah Pengguna QRIS Periode 2022-2025*. Kontan.Co.Id. https://pusatdata.kontan.co.id/infografik/212/Jumlah-Pengguna-QRIS-Periode-2022-2025?utm_source=chatgpt.com
- Li, J., & Liang, W. (2025). Exploring the factors influencing continuance intention to use simulation software in mechatronic engineering by integrating the TAM and TTF model. *Scientific Reports*, 15(1). <https://doi.org/10.1038/s41598-025-90585-0>
- Lia, W. S. (2025, August 12). *Jakarta bisa sumbang 75 persen transaksi QRIS nasional*. <https://www.antaraneews.com/berita/5033321/jakarta-bisa-sumbang-75-persen-transaksi-qris-nasional>
- Lim, W. L., Munikrishnan, U. T., Leong, C. M., Hiew, L. C., Leong, M. W., & Yang, L. (2024). Do you want a secure e-wallet? Understanding the role of risk and security in e-wallet continuance intention. *Information and Computer Security*, 32(3), 304–321. <https://doi.org/10.1108/ICS-05-2023-0085>
- Ly, R., & Ly, B. (2024). Digital payment systems in an emerging economy. *Computers in Human Behavior Reports*, 16. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2024.100517>
- Nguyen Ngoc Duy, P., Ly Thien, L., Vu Van, D., & Nguyen Le Nhat, K. (2020). Examining Customers' Continuance Intentions towards E-wallet Usage: The Emergence of Mobile Payment Acceptance in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*.
- Novira, D., Utomo, H. S., & Mulyanto, I. H. (2024). Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness towards Continuance Intention with Customer Satisfaction as Intervening Variable: a study of Startup Companies Using e-Wallet. *Journal of Business Management and Economic Development*, 2(02), 602–614. <https://doi.org/10.59653/jbmed.v2i02.669>
- Nugraha Perdana. (2025, September). *Pedagang Mamin di Malang Raya Sampaikan Keluhan soal Penggunaan QRIS*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2025/09/22/143946426/pedagang-mamin-di-malang-raya-sampaikan-keluhan-soal-penggunaan-qris?page=all#page2>
- Prasetyo, A., Irawan, D., Sensuse, D. I., Lusa, S., Wibowo, A., & Yulfitri, A. (2023). Evaluation of e-

- Service Quality Impacts Customer Satisfaction: One-Gate Integrated Service Application in Indonesian Weather Agency. In *IJACSA) International Journal of Advanced Computer Science and Applications* (Vol. 14, Number 1). www.ijacsa.thesai.org
- Rahi, S., Khan, M. M., & Alghizzawi, M. (2021). Extension of technology continuance theory (TCT) with task technology fit (TTF) in the context of Internet banking user continuance intention. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 38(4), 986–1004. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-03-2020-0074>
- Rista Wulandari. (2026, March 12). *Transaksi QRIS Tembus Rp 164,48 Triliun pada Januari 2026 Menurut Data BI*. USAID IUASH Tangguh. <https://iuwashtangguh.or.id/berita-finansial/1516008776/transaksi-qrис-tembus-rp-16448-triliun-pada-januari-2026-menurut-data-bi/>
- Roro, R., & Sarassina, F. (2022). Understanding Mobile Payment Continuance in Indonesia: A Brand Equity Perspective Continuance Model. In *CommIT Journal* (Vol. 16, Number 1).
- Sari, N. L. P. W. A., & Mimba, N. P. S. H. (2025). Examining the Determinants of E-Wallet Continuance: An Application of Extended Technology Continuance Theory in Financial Technology. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 9(2), 568–596. <https://doi.org/10.23887/jia.v9i2.66304>
- Savitha, B., Hawaldar, I. T., & Kumar K, N. (2022). Continuance intentions to use FinTech peer-to-peer payments apps in India. *Heliyon*, 8(11). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11654>
- Sinta Rosma Dewi. (2025, April 15). *Simak Pertumbuhan Ekonomi Digital Indonesia, Pajaknya Tembus Rp33 Triliun di 2025*. Goodstats. <https://goodstats.id/article/proyeksi-target-ekonomi-digital-indonesia-pajaknya-tembus-rp33-56-triliun-di-2025-prYQC>
- Suzianti, A., & Paramadini, S. A. (2021). Continuance intention of e-learning: The condition and its connection with open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1). <https://doi.org/10.3390/JOITMC7010097>
- Talita Aqila Shafidhya. (2026, January). *QRIS Tumbuh Pesat Sepanjang 2025, Jumlah Pengguna Tembus 59 Juta Orang*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/qrис-tumbuh-pesat-sepanjang-2025-digunakan-lebih-dari-59-juta-orang-L9I0G>