



Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Trust* terhadap *Continuance Intention* pada Pengguna Metode Pembayaran Non Tunai QRIS Generasi Milenial Kota Depok

Khaula Desi Rahmania

Program Studi Manajemen, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

*Penulis Korespondensi: khaulades28@gmail.com

Abstract. *The rapid growth of the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) has significantly shifted Indonesian society's transaction behavior from cash to cashless payments. Nevertheless, the continued use of QRIS remains influenced by several factors, particularly the usefulness perceived by users and their trust in the reliability and security of the system, leaving uncertainty about the continuance of QRIS usage among the millennial generation. This study aims to analyze the effect of perceived usefulness and trust on continuance intention among millennial users of the QRIS cashless payment method in Depok City, both partially and simultaneously. A quantitative approach with an associative design was applied using a purposive sampling technique on 96 millennial respondents aged 30-45 who had used QRIS at least three times. Primary data were collected through an online Likert-scale questionnaire and analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression with IBM SPSS Statistics version 26. The results show that perceived usefulness and trust each have a positive and significant effect on continuance intention, both partially and simultaneously, with trust contributing a greater influence than perceived usefulness. These findings imply that QRIS service providers and Bank Indonesia need to prioritize strengthening user trust through transaction security assurance and transparent refund procedures, without neglecting improvements to the system's practical usefulness, in order to encourage the continued use of QRIS among the millennial generation in Depok City.*

Keywords: *Continuance Intention; Millennial Generation; Perceived Usefulness; QRIS; Trust.*

Abstrak. Perkembangan sistem pembayaran digital melalui Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) telah mengubah pola transaksi masyarakat Indonesia dari tunai menuju non tunai secara signifikan. Meskipun demikian, keberlanjutan penggunaan QRIS masih dipengaruhi oleh berbagai faktor, terutama persepsi manfaat dan kepercayaan pengguna terhadap keandalan dan keamanan sistem tersebut, sehingga masih ditemukan keraguan dalam penggunaan QRIS secara berkelanjutan di kalangan generasi milenial. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *perceived usefulness* dan *trust* terhadap *continuance intention* pada pengguna metode pembayaran non tunai QRIS generasi milenial di Kota Depok, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif dan teknik purposive sampling terhadap 96 responden generasi milenial berusia 30-45 tahun yang telah menggunakan QRIS minimal tiga kali. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert yang disebarluaskan secara daring, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *trust* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*, baik secara parsial maupun simultan, dengan *trust* memberikan kontribusi pengaruh yang lebih besar dibandingkan *perceived usefulness*. Temuan ini mengimplikasikan bahwa penyedia layanan QRIS dan Bank Indonesia perlu memprioritaskan penguatan kepercayaan pengguna melalui jaminan keamanan transaksi dan prosedur pengembalian dana yang transparan, tanpa mengabaikan peningkatan manfaat kepraktisan sistem, guna mendorong keberlanjutan penggunaan QRIS pada generasi milenial di Kota Depok.

Kata kunci: Generasi Milenial; Kepercayaan; Niat untuk Melanjutkan; Persepsi Kegunaan; QRIS.

1. LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mendorong pergeseran besar pada sistem pembayaran di Indonesia menuju era non tunai. Salah satu penanda utamanya adalah lonjakan transaksi melalui *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), yang volumenya naik dari 124,11 juta transaksi pada tahun 2020 menjadi 6,24 miliar transaksi pada tahun 2024,

dengan nilai transaksi meningkat dari Rp8,21 triliun menjadi Rp659,93 triliun (GoodStats, 2025). Data Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia mencatat jumlah pengguna QRIS juga terus bertambah, dari sekitar 29 juta pada 2022 menjadi 60 juta pada 2025 (ASPI Indonesia, 2026).

Generasi milenial, yaitu kelompok yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996 (Kasih, 2023), tumbuh bersamaan dengan pesatnya perkembangan teknologi sehingga memiliki kedekatan yang erat dengan layanan digital, termasuk sistem pembayaran non tunai seperti QRIS (Kamil, 2018). Di tingkat daerah, Kota Depok menyumbang sekitar 6,62% dari total *merchant* QRIS di Jawa Barat (Bank Indonesia, 2025), sementara populasi generasi milenial di kota tersebut mencapai sekitar 515.380 orang (BPS Kota Depok, 2026), sehingga potensi peningkatan penggunaan QRIS pada kelompok ini masih sangat besar.

Meskipun QRIS menawarkan kemudahan bertransaksi, sejumlah persoalan masih ditemukan terkait persepsi manfaat (*perceived usefulness*), misalnya gangguan sistem yang menyebabkan pemotongan dana tanpa tercatat pada akun *merchant* (Perdani et al., 2025), serta jaringan internet yang kurang stabil, biaya tambahan, dan batas maksimum transaksi (Nasih et al., 2024). Dari sisi kepercayaan (*trust*), risiko keamanan dan maraknya kasus QRIS palsu turut menjadi tantangan yang dapat menurunkan kepercayaan pengguna serta menghambat keberlanjutan pemanfaatan QRIS (Anggraini et al., 2024). Rendahnya tingkat literasi keuangan masyarakat, yang tercatat sebesar 65,43% (Otoritas Jasa Keuangan, 2024), turut memengaruhi pemahaman dan keberlanjutan penggunaan QRIS.

Secara teoritis, *perceived usefulness* dan *trust* diperkirakan berpengaruh terhadap *continuance intention* dalam penggunaan pembayaran digital, namun hasil penelitian terdahulu menunjukkan temuan yang beragam. Penelitian oleh (Damanik et al., 2022) mengindikasikan bahwa *perceived usefulness* dan *trust* berdampak positif dan signifikan terhadap *continuance intention*, sedangkan penelitian (Herawati & Mukhsin, 2023) menemukan bahwa kegunaan yang dirasakan tidak berpengaruh terhadap niat berlanjut. Penelitian (Kerans et al., 2025) juga menunjukkan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh langsung terhadap *continuance intention*, melainkan melalui *trust* sebagai mediasi. Pada variabel *trust*, penelitian (Septiani & Muzayanah, 2024) menyatakan *trust* berdampak signifikan terhadap *continuance intention*, sementara penelitian (Al Amiri et al., 2025) menunjukkan *trust* tidak berdampak langsung yang signifikan terhadap keberlanjutan penggunaan.

Ketidakkonsistenan hasil penelitian tersebut menandakan adanya celah penelitian (research gap) yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada konteks pengguna QRIS generasi milenial di Kota Depok yang belum banyak diteliti. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness* dan *trust* terhadap *continuance intention* pada pengguna metode pembayaran non tunai QRIS generasi milenial Kota Depok, baik secara parsial maupun simultan.

2. KAJIAN TEORITIS

Perceived Usefulness

Perceived usefulness merupakan pandangan seseorang mengenai sejauh mana suatu teknologi dapat memberikan keuntungan dalam meningkatkan kinerja atau membantu mencapai sasaran (Wicaksono, 2022). Davis (1989) dalam (Kerans et al., 2025) menjelaskan bahwa *perceived usefulness* adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem dapat memperbaiki kinerja dalam melaksanakan tugasnya. Semakin kuat keyakinan pengguna bahwa teknologi dapat membantu pekerjaan menjadi lebih cepat, akurat, dan efisien, maka semakin tinggi pula persepsi manfaat terhadap teknologi tersebut (Maharani et al., 2026). Penelitian ini mengukur *perceived usefulness* melalui dimensi *effectiveness*, *accomplish faster*, *useful*, dan *advantageous* (Tamaela et al., 2025). Menurut (Wicaksono, 2022) ada beberapa faktor yang berpengaruh pada *Perceived usefulness*, yaitu:

- a. Kualitas Teknologi
- b. Ketersediaan Sumber Daya
- c. Kemampuan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pengguna
- d. Biaya
- e. Produktivitas
- f. Kualitas produk atau layanan
- g. Kemudahan akses
- h. Fungsionalitas
- i. Kemampuan teknologi untuk mempercepat proses tugas
- j. Kebutuhan pengguna
- k. Konteks penggunaan
- l. Fitur dan fungsi teknologi
- m. Ketersediaan teknologi

Trust

Trust merupakan keyakinan yang dimiliki konsumen terhadap suatu merek atau sistem, yang menjadi landasan utama dalam membangun hubungan serta mendukung loyalitas dan kesuksesan penggunaan layanan (Connolly, 2020). Kepercayaan konsumen dapat dibangun melalui pengalaman langsung menggunakan aplikasi QRIS itu sendiri (Sebayang & Rahmawati, 2023). Penelitian ini mengukur *trust* melalui tiga dimensi, yaitu *ability*, *benevolence*, dan *integrity* (Putri et al., 2024), yang masing-masing mencerminkan kemampuan sistem, itikad baik penyedia layanan, serta kejujuran dan konsistensi dalam pelayanan. Menurut Job dan Putnam (2005) dalam (Rifa'i, 2023) faktor - faktor yang memengaruhi *Trust* yaitu:

- a. Faktor Rasional
- b. Faktor Relasional

Continuance Intention

Continuance intention dimaknai sebagai kecenderungan individu untuk terus menggunakan suatu teknologi atau layanan berdasarkan pengalaman, harapan, dan pandangan terhadap manfaat yang diterima (Ghozihan & Nugroho, 2022) (Puspasari & Rojuaniah, 2023). Niat ini tidak hanya tercermin pada keputusan menggunakan kembali suatu layanan, tetapi juga pada keinginan untuk merekomendasikannya kepada orang lain (Catherine & Tjokrosaputro, 2023). Dalam penelitian ini, *continuance intention* diukur melalui tiga dimensi, yaitu *information quality*, *system quality*, dan *service quality* (Sari, 2024). Menurut Sun & Gao (2019) dalam penelitian (Putra & Juniarty, 2023) faktor – faktor yang memengaruhi *Continuance intention* yaitu:

- a. Manfaat yang diperoleh
- b. Kepraktisan dalam penggunaan
- c. Kesesuaian dengan teknologi yang tersedia
- d. Dampak sosial
- e. Inovasi pribadi

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain asosiatif untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness* (X1) dan *trust* (X2) terhadap *continuance intention* (Y) pada pengguna metode pembayaran non tunai QRIS generasi milenial di Kota Depok (Sugiyono, 2023). Populasi penelitian ini adalah konsumen generasi milenial berusia 30-45 tahun di Kota Depok

yang pernah melakukan transaksi menggunakan QRIS. Sampel ditentukan menggunakan teknik *non-probability* sampling dengan metode *purposive sampling*, yaitu responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, salah satunya telah menggunakan QRIS minimal tiga kali (Sugiyono, 2023).

Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% dan *margin of error* 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 96 responden (Riyanto & Hatmawan, 2020). Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert yang disebarakan secara daring melalui *Google Form*. Variabel *perceived usefulness* diukur melalui empat dimensi, yaitu *effectiveness*, *accomplish faster*, *useful*, dan *advantageous* (Tamaela et al., 2025); variabel *trust* diukur melalui tiga dimensi, yaitu *ability*, *benevolence*, dan *integrity* (Putri et al., 2024); sedangkan *continuance intention* diukur melalui tiga dimensi, yaitu *information quality*, *system quality*, dan *service quality* (Sari, 2024).

Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics versi 26, meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas), analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta uji koefisien determinasi (R²) (Ghozali, 2021). Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan dalam persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$, dengan Y sebagai *continuance intention*, X₁ sebagai *perceived usefulness*, X₂ sebagai *trust*, a sebagai konstanta, serta b₁ dan b₂ sebagai koefisien regresi (Sinaga et al., 2021).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 96 responden generasi milenial di Kota Depok yang telah menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran non tunai minimal tiga kali. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan komposisi yang seimbang, yaitu 48 responden (50,0%) laki-laki dan 48 responden (50,0%) perempuan. Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada kelompok 36-40 tahun sebanyak 42 orang (43,8%), diikuti kelompok 30-35 tahun sebanyak 35 orang (36,5%), dan kelompok 41-45 tahun sebanyak 19 orang (19,8%). Dari segi pekerjaan, responden didominasi oleh pegawai swasta (44,8%), diikuti wiraswasta (28,1%), ibu rumah tangga (13,5%), PNS/TNI/POLRI (8,3%), dan kategori lainnya (5,2%).

Tabel 1. Karakteristik Responden.

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	48	50,0%
	Perempuan	48	50,0%
Usia	30-35 Tahun	35	36,5%
	36-40 Tahun	42	43,8%
	41-45 Tahun	19	19,8%
Pekerjaan	Pegawai Swasta	43	44,8%
	Wiraswasta	27	28,1%
	PNS/TNI/POLRI	8	8,3%
	Ibu Rumah Tangga	13	13,5%
	Lainnya	5	5,2%

Sumber: Data diolah peneliti (2026).

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung setiap item pernyataan terhadap nilai *r* tabel. Dengan jumlah responden 96 orang, derajat kebebasan ($df = n-2$) sebesar 94 dan taraf signifikansi 5%, diperoleh nilai *r* tabel sebesar 0,2006. Sebuah item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel (Ghozali, 2021). Hasil uji validitas untuk setiap variabel disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Usefulness* (X1).

Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1.1	0,853	0,2006	VALID
X1.2	0,820	0,2006	VALID
X1.3	0,802	0,2006	VALID
X1.4	0,814	0,2006	VALID
X1.5	0,833	0,2006	VALID
X1.6	0,783	0,2006	VALID

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (2026).

Berdasarkan Tabel 2, seluruh item pernyataan pada variabel *perceived usefulness* (X1.1 hingga X1.6) memiliki nilai *r* hitung antara 0,783 sampai 0,853, yang seluruhnya lebih besar dari *r* tabel 0,2006. Dengan demikian, keenam item pernyataan tersebut dinyatakan valid dan mampu mengukur secara konsisten persepsi manfaat yang dirasakan pengguna QRIS.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel *Trust* (X2).

Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X2.1	0,847	0,2006	VALID
X2.2	0,891	0,2006	VALID
X2.3	0,841	0,2006	VALID
X2.4	0,864	0,2006	VALID
X2.5	0,858	0,2006	VALID
X2.6	0,846	0,2006	VALID
X2.7	0,859	0,2006	VALID
X2.8	0,842	0,2006	VALID

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (2026).

Berdasarkan Tabel 3, kedelapan item pernyataan pada variabel *trust* (X2.1 hingga X2.8) memiliki nilai r hitung antara 0,841 sampai 0,891, yang seluruhnya berada di atas r tabel 0,2006. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item mampu merepresentasikan dimensi kepercayaan pengguna, baik dari sisi *ability*, *benevolence*, maupun *integrity*, sehingga seluruh item dinyatakan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel *Continuance Intention* (Y).

Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y.1	0,865	0,2006	VALID
Y.2	0,867	0,2006	VALID
Y.3	0,805	0,2006	VALID
Y.4	0,815	0,2006	VALID
Y.5	0,885	0,2006	VALID
Y.6	0,845	0,2006	VALID
Y.7	0,830	0,2006	VALID
Y.8	0,847	0,2006	VALID
Y.9	0,878	0,2006	VALID
Y.10	0,861	0,2006	VALID
Y.11	0,868	0,2006	VALID

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (2026).

Berdasarkan Tabel 4, seluruh sebelas item pernyataan pada variabel *continuance intention* (Y.1 hingga Y.11) memiliki nilai *r* hitung antara 0,805 sampai 0,885, yang seluruhnya melampaui *r* tabel 0,2006. Dengan demikian, seluruh item pada variabel *continuance intention* dinyatakan valid dan layak digunakan untuk mengukur niat penggunaan berkelanjutan QRIS pada responden penelitian.

Uji Reliabilitas

Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan dengan metode *Cronbach's Alpha* untuk mengetahui konsistensi alat ukur. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70 (Sekaran & Bougie, 2016). Hasil uji reliabilitas disajikan pada tabel berikut.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, dan Y.

Variabel	N of Items	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Perceived Usefulness (X1)	6	0,900	0,70	Reliabel
Trust (X2)	8	0,948	0,70	Reliabel
Continuance Intention (Y)	11	0,962	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (2026).

Berdasarkan Tabel 5, nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel *perceived usefulness* sebesar 0,900, *trust* sebesar 0,948, dan *continuance intention* sebesar 0,962. Ketiga nilai tersebut berada di atas ambang batas 0,70, sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan konsisten untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data (Ghozali, 2021).

Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.15427675
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.039
	Negative	-.063

Test Statistic	.063
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{e,d}
Test distribution is Normal.	
Calculated from data.	
Lilliefors Significance Correction.	
This is a lower bound of the true significance.	

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (2026).

Berdasarkan Tabel 6, uji normalitas dengan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai ini lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 ($0,200 > 0,05$), sehingga dapat diinterpretasikan bahwa data residual dalam model regresi penelitian ini berdistribusi normal. Interpretasi ini juga didukung oleh grafik *Normal Probability Plot* yang menunjukkan sebaran titik-titik data mengikuti dan berada di sekitar garis diagonal. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas, model regresi dinyatakan layak digunakan untuk melakukan estimasi dan pengujian hipotesis lebih lanjut.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Hasil Uji Glejser.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	7.639	1.827		4.180	.000
<i>Perceived usefulness</i>	-.019	.124	-.023	-.151	.880
<i>Trust</i>	-.057	.085	-.104	-.673	.503
Dependent Variable: ABS_RES					

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (2026).

Berdasarkan Tabel 7, nilai signifikansi pada Uji Glejser untuk variabel *perceived usefulness* sebesar 0,880 dan *trust* sebesar 0,503. Kedua nilai signifikansi tersebut berada di atas 0,05, yang berarti tidak ditemukan pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap nilai absolut residual. Dengan demikian, dapat diinterpretasikan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, atau dengan kata lain, varians residual bersifat homogen (homoskedastisitas) pada setiap pengamatan, sehingga model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Multikolinearitas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas.

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized		Standardized			Collinearity Statistics	
	Coefficients		Coefficients	t	Sig.		
(Constant)	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	3.795	3.006		1.263	.210		
<i>Perceived usefulness</i>	.712	.204	.342	3.485	.001	.444	2.254
<i>Trust</i>	.699	.140	.488	4.979	.000	.444	2.254
Dependent Variable: <i>Continuance intention</i>							

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (2026).

Berdasarkan Tabel 8, nilai *tolerance* untuk kedua variabel independen, yaitu *perceived usefulness* dan *trust*, sebesar 0,444, yang berarti lebih besar dari 0,10, sedangkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kedua variabel sebesar 2,254, yang berarti lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa tidak terdapat korelasi yang kuat antara *perceived usefulness* dan *trust* sebagai sesama variabel independen, sehingga model regresi terbebas dari masalah multikolinearitas dan setiap variabel independen dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap *continuance intention* secara jelas dan tidak saling tumpang tindih.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 9. Hasil Uji Parsial (T).

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keputusan
Perceived Usefulness → Continuance Intention	3,485	1,985	0,001	H1 diterima
Trust → Continuance Intention	4,979	1,985	0,000	H2 diterima

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (2026).

Berdasarkan Tabel 9, nilai t hitung *perceived usefulness* sebesar 3,485 lebih besar dari t tabel 1,985, dengan nilai signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Interpretasi dari hasil ini adalah bahwa *perceived usefulness* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*, sehingga H1 diterima. Artinya, semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan pengguna dari QRIS, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan.

Adapun nilai t hitung *trust* sebesar 4,979 juga lebih besar dari t tabel 1,985, dengan signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Interpretasinya, *trust* secara parsial berpengaruh

positif dan signifikan terhadap *continuance intention*, sehingga H2 diterima. Hal ini berarti semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap keamanan, keandalan, dan kejujuran layanan QRIS, semakin kuat pula niat mereka untuk terus menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran non tunai.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 10. Hasil Uji Simultan (F).

Variabel	F hitung	F tabel	Sig.	Keputusan
Perceived Usefulness dan Trust → Continuance Intention	70,807	3,09	0,000	H3 diterima

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (2026).

Hasil uji F pada Tabel 10 menunjukkan nilai F hitung sebesar 70,807, jauh lebih besar dari F tabel 3,09, dengan signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Interpretasi dari temuan ini adalah bahwa *perceived usefulness* dan *trust* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*, sehingga H3 diterima. Dengan kata lain, model regresi yang melibatkan kedua variabel independen tersebut layak dan signifikan digunakan untuk menjelaskan variasi *continuance intention* pada pengguna QRIS generasi milenial di Kota Depok.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial (Zero-Order).

Variabel	Beta	Zero Order	Kontribusi Parsial
Perceived Usefulness	0,342	0,706	24,1%
Trust	0,488	0,743	36,2%
Jumlah	60,3%		

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (2026).

Berdasarkan Tabel 11, koefisien determinasi parsial *perceived usefulness* sebesar 24,1% mengindikasikan bahwa variabel ini secara sendiri-sendiri mampu menjelaskan 24,1% variasi *continuance intention*, sedangkan *trust* memberikan kontribusi yang lebih besar, yaitu 36,2%. Interpretasi ini menunjukkan bahwa di antara kedua variabel independen, *trust* merupakan faktor yang lebih dominan dalam mendorong niat penggunaan berkelanjutan QRIS dibandingkan *perceived usefulness*.

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.777 ^a	.604	.595	7.231
a. Predictors: (Constant), <i>Trust</i> , <i>Perceived usefulness</i>				

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (2026).

Berdasarkan Tabel 12, secara simultan nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,604 atau 60,4%. Interpretasi dari nilai ini adalah bahwa *perceived usefulness* dan *trust* secara bersama-sama mampu menjelaskan 60,4% variasi yang terjadi pada *continuance intention*, sedangkan sisanya sebesar 39,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, misalnya *perceived ease of use*, *perceived security*, atau *perceived risk* yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 13. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	3.795	3.006		1.263	.210
<i>Perceived usefulness</i>	.712	.204	.342	3.485	.001
<i>Trust</i>	.699	.140	.488	4.979	.000
Dependent Variable: <i>Continuance intention</i>					

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (2026).

Berdasarkan Tabel 13, diperoleh persamaan regresi linear berganda $Y = 3,795 + 0,712X_1 + 0,699X_2$. Nilai konstanta sebesar 3,795 menunjukkan bahwa apabila *perceived usefulness* dan *trust* bernilai konstan atau nol, maka *continuance intention* bernilai 3,795. Koefisien regresi *perceived usefulness* sebesar 0,712 berarti setiap kenaikan satu satuan *perceived usefulness* akan meningkatkan *continuance intention* sebesar 0,712 satuan, dengan asumsi *trust* tetap. Koefisien regresi *trust* sebesar 0,699 berarti setiap kenaikan satu satuan *trust* akan meningkatkan *continuance intention* sebesar 0,699 satuan, dengan asumsi *perceived usefulness* tetap. Kedua koefisien bernilai positif, yang menunjukkan bahwa peningkatan pada kedua variabel independen akan diikuti oleh peningkatan *continuance intention*.

Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention*

Hasil penelitian membuktikan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* pada pengguna QRIS generasi milenial di Kota Depok. Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan pengguna dari QRIS, baik dari segi kemudahan, kecepatan, maupun efisiensi transaksi, maka semakin kuat pula niat mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Irsyad & Hapsari, 2023) yang juga menemukan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*.

Pengaruh *Trust* terhadap *Continuance Intention*

Hasil penelitian juga membuktikan bahwa *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap keamanan transaksi, keandalan sistem, dan kualitas layanan QRIS, maka semakin kuat pula niat mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Akhsan & Firmialy, 2024) yang menyatakan bahwa *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*.

Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Trust* terhadap *Continuance Intention*

Hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *trust* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*, dengan kontribusi sebesar 60,4%. Hasil ini menegaskan bahwa kedua variabel merupakan faktor penting yang saling melengkapi dalam mendorong niat penggunaan berkelanjutan QRIS. Temuan ini didukung oleh penelitian (Damanik et al., 2022) yang menyimpulkan bahwa *perceived usefulness* dan *trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*.

Implikasi Penelitian

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam menjelaskan penggunaan berkelanjutan layanan pembayaran digital, khususnya bahwa persepsi manfaat perlu diperkuat dengan kepercayaan pengguna. Secara praktis, hasil ini memberikan masukan bagi Bank Indonesia dan penyedia layanan QRIS untuk terus meningkatkan kebermanfaatan sistem dalam transaksi harian serta menyusun prosedur pengembalian dana yang lebih transparan dan responsif, sehingga dapat memperkuat *trust* pengguna dan mendorong keberlanjutan penggunaan QRIS di kalangan generasi milenial.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap *continuance intention* (t hitung $3,485 > t$ tabel $1,985$; sig. $0,001$), *trust* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap *continuance intention* (t hitung $4,979 > t$ tabel $1,985$; sig. $0,000$), serta *perceived usefulness* dan *trust* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* (F hitung $70,807 > F$ tabel $3,09$; sig. $0,000$) dengan kontribusi sebesar $60,4\%$. *Trust* terbukti memberikan kontribusi pengaruh yang lebih besar dibandingkan *perceived usefulness* dalam mendorong *continuance intention* penggunaan QRIS.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, Bank Indonesia dan penyedia layanan QRIS disarankan untuk terus menyempurnakan kebermanfaatan QRIS dalam memenuhi kebutuhan transaksi harian serta menyusun prosedur pengembalian dana yang lebih transparan dan responsif guna memperkuat kepercayaan pengguna. Bagi generasi milenial pengguna QRIS di Kota Depok, disarankan untuk terus meningkatkan literasi keuangan digital agar dapat mengenali dan menghindari risiko keamanan seperti QRIS palsu. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada dua variabel independen dan wilayah penelitian yang terbatas pada Kota Depok, sehingga penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain, serta memperluas cakupan wilayah dan jumlah responden agar hasil penelitian lebih komprehensif dan dapat digeneralisasikan secara lebih luas.

DAFTAR REFERENSI

- Akhsan, K. F., & Firmialy, S. D. (2024). Analisis Pengaruh Dari Trust, Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Relative Advantage Terhadap Continuance Intention (Studi Kasus Pada Aplikasi Dana). *EKUILNOMI: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 6(2), 301–309. <https://doi.org/10.36985/v0yp0r87>
- Al Amiri, A. Y., Noviarita, H., & Nurhabibah, D. (2025). Pengaruh Perceived Risk Dan Trust Terhadap Keberlanjutan Penggunaan QRIS: Peran Mediasi Data Privacy Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Komunitas GenBI Provinsi Lampung). *Tsarwah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 10(2), 100–111.
- Anggraini, M. S., Anggraeni, E., & Nurhayati. (2024). Pengaruh Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Pelaku Usaha Pada Penggunaan QRIS Sebagai Alat

- Pembayaran Digital Dalam Persepektif Bisnis Syariah (Studi Pada UMKM di Bandar Lampung). *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(3), 160–174. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i3.3196>
- ASPI Indonesia. (2026). *Statistik QRIS*. <https://aspi-indonesia.or.id/statistik-qrisk/>
- Bank Indonesia. (2025). Laporan Perekonomian Provinsi Jawa Barat. In *Bank Indonesia*. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/02/05/2379/ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2023-tumbuh-5-04-persen--y-on-y-.html>
- BPS Kota Depok. (2026). Kota Depok Dalam Angka. In *Badan Pusat Statistik Kota Depok: XXII*.
- Catherine, C., & Tjokrosaputro, M. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness dan Confirmation terhadap Continuance Intention Pembelian Tiket Maskapai LCC: Dengan Satisfaction sebagai Mediator. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 383–391. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23408>
- Connolly, B. (2020). *Digital Trust Social Media Strategies to Increase Trust and Engage Customers*.
- Damanik, M. A. A., Fauzi, A., & Situmorang, S. H. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment dan Kepercayaan Terhadap Continuance Intention Melalui Kepuasan Pada Generasi Millenial Pengguna E-Wallet di Kota Medan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 827–834. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1475>
- Ghozali, H. I. (2021). APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26. In *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozihan, N. N., & Nugroho, D. A. (2022). PERCEIVED SECURITY TERHADAP CONTINUANCE INTENTION TO USE MELALUI PERCEIVED USEFULNESS PADA ZOOM. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(4), 449–457. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.4.04>
- GoodStats. (2025). *Penggunaan QRIS Terus Meningkat, Nominal Transaksi Capai Rp659 Triliun - GoodStats Data*. <https://data.goodstats.id/statistic/penggunaan-qrisk-terus-meningkat-nominal-transaksi-capai-rp659-triliun-cc2r8>
- Herawati, M., & Mukhsin, M. (2023). PENGARUH PERCEIVED OF USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, DAN PERCEIVED RISK TERHADAP CONTINUANCE

- INTENTION PADA PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT DI PROVINSI BENGKULU. *JURNAL EKOBIS: EKONOMI, BISNIS Dan MANAJEMEN*, 13, 155–165. <http://ejournal.utmj.ac.id/index.php/ekobis>
- Irsyad, M., & Hapsari, R. D. V. (2023). PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED SECURITY, DAN SOCIAL INFLUENCE TERHADAP CONTINUANCE INTENTION. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN DAN PERILAKU KONSUMEN*, 2(4). <https://doi.org/10.56799/jim.v4i9.11119>
- Kamil, S. U. R. (2018). *Literasi Digital Generasi Millenial*. Literacy Institute.
- Kasih, P. C. (2023). Mampukah Budaya Organisasi Pemerintah Menyatukan Gen X, Gen Y dan Gen Z? *Jurnal Riset Komunikasi*, 6(2), 50–68.
- Kerans, F. D. D., Widyastuti, U., & Berutu, M. B. (2025). Pengaruh Perceived usefulness, Perceived ease of use, dan Perceived security terhadap Continuance Intention melalui Trust. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 4(9), 2275–2291. <https://doi.org/10.56799/jim.v4i9.11119>
- Maharani, N. M. A. J., Sunnarta, I. N., Yunita, P. I., Dewi, I. G. A. A., & Omika. (2026). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Continuance Intention To Use E-Wallet Pada Generasi Z Di Kota Denpasar Dengan Perceived Value Sebagai Variabel Mediasi. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 5(2), 1953.
- Nasih, A. M., Gati, V., & Rahayu, S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Hambatan Terhadap Minat Menggunakan QRIS yang Dimediasi Oleh Sikap Terhadap QRIS. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(3). <https://doi.org/10.26740/akunesa>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024*.
- Perdani, T. A. M., Fitriati, A., Kusbandiyah, A., & Azizah, S. N. (2025). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko terhadap Niat Penggunaan Berkelanjutan QRIS yang Dimediasi oleh Kepercayaan pada Generasi Z. *Journal of Accounting and Finance Management*, 6(2), 791–808. <https://doi.org/10.38035/jafm.v6i2.1984>
- Puspasari, S. I., & Rojuaniah, R. (2023). Pengaruh enjoyment dan persepsi kegunaan terhadap continuance intention pada layanan over the top lokal. *Implementasi Manajemen & Kewirausahaan*, 3(2), 1–15. <https://doi.org/10.38156/imka.v3i2.216>

- Putra, M. R. A. D., & Juniarty. (2023). Eksplorasi Penggunaan Shopee Food: Menguji Pengaruh Faktor- Faktor Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut2) Terhadap Continuous Usage Intention. *Business Analytics and Artificial Intelligence for Supporting Business Sustainability*, 2023, 317–342. <https://ojs.uph.edu/index.php/NCBMA/article/viewFile/7131/3276>
- Putri, R. monica, Zulkarnain, & Samsir. (2024). PENGARUH E-TRUST DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-SATISFACTION DAN E-LOYALITY KONSUMEN GEN Z PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 26(1), 17–35.
- Rifa'i, K. (2023). Kepuasan Konsumen. In M. H. HS (Ed.), *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (1st ed., Vol. 3, Number 1). UIN KHAS Press. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. DEEPUBLISH.
- Sari, D. N. (2024). Determinasi Continuance Intention dalam Penggunaan M-Payment. *Journal of Economics, Social, and Humanities*, 2(1). <https://doi.org/10.30595/jesh.v2i1.306>
- Sebayang, N. I. T. B., & Rahmawati. (2023). PENGARUH PERSEPSI KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN QRIS SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN DIGITAL UMKM HALAL KOTA MEDAN. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(November), 491–502. <https://journal2.uir.ac.id/index.php/tabarru/article/view/14590%0Ahttps://journal2.uir.ac.id/index.php/tabarru/article/download/14590/5807>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: a skill-building approach* (Seventh Ed). John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.59646/aib/450>
- Septiani, H., & Muzayanah, F. N. (2024). Pengaruh Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Berkelanjutan Dompot Digital Dana (Studi Pada Pengguna Aplikasi Dompot Digital Dana Di Kota Bandung). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(2), 501–511. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.10491729>
- Sinaga, W. A. L., Sumarno, S., & Sari, I. P. (2021). The Application of Multiple Linear Regression Method for Population Estimation Gunung Malela District. *JOMLAI: Journal of Machine Learning and Artificial Intelligence*, 1(1), 55–64. <https://doi.org/10.55123/jomlai.v1i1.143>

- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D* (5th ed.). ALFABETA BANDUNG.
- Tamaela, K., Loupatty, L. G., & Layn, Y. Y. (2025). PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE DAN SERVICE FEATURES TERHADAP MINAT GENERASI Z DALAM PENGGUNAAN E-WALLET DI KOTA AMBON. *JEBIMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(3), 44–71.
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*. CV. Seribu Bintang.