

ANALISIS TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL 2 DAN MENTAL ACCOUNTING TERHADAP TINGKAT KONSUMSI INDIVIDU PENGGUNA QRIS DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Naomi Andini Brahmana

*Prodi Akuntansi, Universitas Negeri Yogyakarta
naomiandini.02@gmail.com*

Denies Priantinah

*Staf Pengajar Jurusan P.Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta
denies_priantinah@uny.ac.id*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai tingkat konsumsi individu pengguna QRIS dengan teori TAM2 dan *Mental Accounting* dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *Technology Acceptance Model 2 (TAM2)* yang terdiri dari *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Intention to Use*, dan *Usage Behaviour* dan *Mental Accounting* terhadap tingkat konsumsi individu serta mengetahui pengaruh privasi sebagai variabel moderasi yang menjadi efek antar hubungan variabel. Penelitian ini merupakan penelitian studi deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer berupa kuesioner dengan populasi penelitian adalah orang yang tinggal di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yang melibatkan 401 responden. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan alat ukur *Partial Least Square (PLS)* untuk memverifikasi faktor-faktor yang memengaruhi tingkat konsumsi individu yang memanfaatkan metode pembayaran digital, QRIS, di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness*, *Intention to Use*, dan *Usage Behaviour* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi individu yang memanfaatkan QRIS di Daerah Istimewa Yogyakarta sedangkan *Perceived Ease of Use* tidak berpengaruh terhadap tingkat konsumsi individu yang memanfaatkan QRIS di Daerah Istimewa Yogyakarta. Selanjutnya, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Usage Behaviour*, dan *Mental Accounting* tidak berpengaruh terhadap tingkat konsumsi individu yang memanfaatkan QRIS dengan privasi sebagai variabel moderasi. Namun, *Intention to Use* menyatakan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi individu yang memanfaatkan QRIS di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan privasi sebagai variabel moderasi.

Kata kunci: *Technology Acceptance Model 2, Mental Accounting, Tingkat Konsumsi, Privasi, QRIS*

Abstract

This study analyzes the consumption level of individual QRIS users with TAM2 and Mental Accounting theory with the aim of knowing the effect of Mental Accounting and TAM2 consisting of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Intention to Use, and Usage Behavior on consumption levels and to determine the effect of privacy as a moderating variable that becomes the effect between variable relationships. This research is a descriptive study using a quantitative approach. The data used is primary data in the form of a questionnaire with the study population being people living in the Special Region of Yogyakarta. This study used purposive sampling involving 401 respondents. The analytical method used is Structural

Equation Modeling (SEM) with the Partial Least Square (PLS) measuring tool to verify the factors that influence the consumption level of individuals who use the digital payment method, QRIS, in the Special Region of Yogyakarta. The results showed that Perceived Usefulness, Intention to Use, and Usage Behavior had a positive and significant effect on the level of consumption of individuals who utilized QRIS in the Special Region of Yogyakarta, while Perceived Ease of Use had no effect on the level of consumption of individuals who utilized QRIS in the Special Region of Yogyakarta. Furthermore, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Usage Behavior, and Mental Accounting have no effect on the level of consumption of individuals who utilize QRIS with privacy as a moderating variable. However, Intention to Use states that there is a positive and significant influence on the level of consumption of individuals who use QRIS in the Special Region of Yogyakarta with privacy as a moderating variable.

Keywords: *Technology Acceptance Model 2 (TAM2), Mental Accounting, Consumption Level, Privacy, QRIS*

PENDAHULUAN

Manusia melakukan kegiatan untuk memenuhi kebutuhannya setiap hari. Kegiatan yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhannya disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing individu. Dalam pemenuhan kebutuhan tersebut, manusia akan terus melakukan kegiatan seiring dengan tidak terbatasnya kebutuhan manusia dan terbatasnya alat pemuas kebutuhan. Kegiatan yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan disebut dengan kegiatan ekonomi (Rahayu, 2019). Kegiatan ekonomi menurut Samuelson & Nordhaus (1992) adalah produksi, distribusi, dan konsumsi suatu barang atau jasa.

Kegiatan konsumsi merupakan kegiatan yang memakai atau menggunakan barang atau jasa yang diproduksi maupun dihasilkan oleh produsen (Rahayu, 2019). Kegiatan konsumsi sendiri memiliki tujuan untuk mengurangi nilai guna barang atau jasa

secara bertahap, menghabiskan nilai guna barang sekaligus, memuaskan kebutuhan secara fisik, serta memuaskan kebutuhan rohani (Rahayu, 2019). Namun, pemenuhan kebutuhan ini juga diperlukan skala prioritas untuk mendahulukan kebutuhan yang bersifat utama dan paling penting.

Transaksi pembayaran akan sangat melekat dalam kegiatan konsumsi guna pemenuhan kebutuhan. Skema transaksi pembayaran yang umum digunakan, yaitu pembeli melakukan pembelian barang atau jasa dari penjual, penjual mengirimkan rincian belanja yang perlu dibayar, pembeli melakukan pembayaran sesuai dengan rincian belanja yang diberikan, dan penjual akan menerima serta memeriksa ulang uang/memverifikasi pembayaran dan memberikan/mengirimkan barang atau jasa kepada pembeli. Pada skema transaksi pembayaran tersebut biasa digunakan pada jenis pembayaran tunai maupun non-tunai. Jenis pembayaran non-tunai pada umumnya

digunakan dengan memanfaatkan jaringan internet yang tersedia untuk mengakses aplikasi yang ada dalam perangkat misalnya: *mobile banking*, dompet digital, QRIS, dan lain sebagainya.

Persentase pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun di Indonesia yang memiliki atau menggunakan perbankan, investasi, situs asuransi dan *mobile app* sejenis berada di angka 29,1% per bulannya dan penggunaan *mobile payment* seperti Apple Pay dan Samsung Pay berada di angka 24% per bulan (We Are Social, 2023). Data tersebut mengindikasikan bahwa pembayaran non-tunai melalui QR Code juga menjadi salah satu cara yang dapat digunakan. Penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code yang dilakukan Bank Indonesia bersama dengan industri sistem pembayaran dengan sebutan QRIS (Bank Indonesia, 2019). Ketentuan Bank Indonesia terkait QRIS diatur dalam PADG No. 21/16/PADG/2019 tentang Implementasi Standar Nasional Quick Response Code untuk Pembayaran. QRIS diharapkan membuat proses transaksi akan berjalan lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya.

Tingginya perputaran uang yang ada di masyarakat menyebabkan adanya kendala dalam pembayaran tunai yaitu, uang

lusuh/sobek/tidak layak edar. Hal tersebut menjadi kendala dan dapat meningkatkan ketidakefektifan pada transaksi bahkan dapat merugikan suatu pihak. Sehingga, Bank Indonesia menyosialisasikan mengenai Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada 14 Agustus 2014 sebagai langkah awal untuk meningkatkan efektivitas transaksi. Salah satu contoh dari GNNT adalah elektronifikasi transaksi keuangan.

Elektronifikasi transaksi keuangan merupakan perubahan cara pembayaran yang semula menggunakan tunai menjadi non tunai (Bank Indonesia, 2014). Elektronifikasi transaksi keuangan ini merupakan salah satu bentuk GNNT yang dicanangkan oleh Bank Indonesia. Dalam pelaksanaannya program elektronifikasi yang dilaksanakan oleh Bank Indonesia hadir pada sektor transaksi pemerintah daerah, bantuan social, transportasi, dan jalan tol. Seiring kemajuan teknologi yang ada, elektronifikasi ini memaksa masyarakat untuk semakin terbiasa melakukan kegiatan transaksi keuangan secara digital (*Financial Technology/Fintech*), salah satunya dengan transaksi pembayaran (*payment gateway*).

Mudahnya akses teknologi informasi dalam pembayaran digital menyebabkan layanan baru yang hadir juga semakin berkembang. We Are Social (2023) dalam laporannya menyebutkan bahwa sebanyak

39% volume transaksi di *ecommerce* dilakukan dengan memanfaatkan dompet digital atau *e-wallets*. Dompet digital memungkinkan pengguna untuk menyimpan sejumlah dana di dalam aplikasi yang dapat diakses melalui gawai contohnya *smartphone*. Esti Irawati & Suhartono (2020) dalam penelitiannya terdahulu mendapatkan hasil bahwa *Perceived of Use* (PEU) dan *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif signifikan terhadap *attitude toward using* dan *actual use*. Penelitian tersebut juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Ardianto & Azizah (2021), dalam penelitiannya mengenai minat penggunaan dompet digital dengan pendekatan TAM pada pengguna di Kota Surabaya memberikan hasil bahwa persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan berperan baik terhadap minat penggunaan dompet digital.

Penggunaan aplikasi dompet digital untuk melakukan transaksi pada umumnya cukup mudah dan relatif sama. Pihak penjual/*merchant* perlu menyediakan kode QR untuk beberapa aplikasi yang ada untuk dipindai pada masing-masing aplikasinya. Banyaknya kode QR yang perlu dipersiapkan oleh pihak penjual menyebabkan kerepotan bagi penjual untuk menyiapkannya dikarenakan masing-masing aplikasi memiliki ketentuan yang berbeda. Hal tersebut direspons oleh Bank Indonesia

sebagai pemegang regulasi Gerbang Pembayaran Nasional (GPN), sehingga pembayaran digital yang memanfaatkan kode QR ini dapat diintegrasikan dengan menggunakan satu kode QR yang dapat digunakan pada seluruh aplikasi dompet digital maupun *mobile banking*.

Megayani et al., (2021) dalam penelitiannya yang mempelajari pengaruh pembayaran *Cashless* dengan sistem QR Code, dan *Perceived Trust* terhadap kepuasan pengguna *Shopeepay* menyebutkan hasil semakin baik dan mudah bertransaksi non-tunai atau *cashless* maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal tersebut juga selaras dengan produk yang diluncurkan oleh Bank Indonesia dalam memfasilitasi transaksi pembayaran digital yang lebih mudah dan aman. QRIS (*Quick Response Indonesia Standard*) yang diluncurkan pada 17 Agustus 2019 merupakan standar QR Code pembayaran untuk sistem pembayaran Indonesia yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) (Bank Indonesia, 2020). Pada edukasi yang dilakukan Bank Indonesia mengenai QRIS sendiri memiliki manfaat bagi penjual/*merchant* yaitu: mengikuti *trend* pembayaran secara *non-tunai* dan potensi perluasan penjualan karena alternatif pembayaran selain kas, peningkatan *traffic* penjualan, menurunnya biaya pengelolaan

uang tunai, penurunan risiko rugi dikarenakan menerima pembayaran dengan uang palsu, transaksi dapat tercatat secara otomatis dan dapat dilihat dalam histori transaksi, *building credit profile* bagi bank, kemudahan pembayaran tagihan, retribusi, pembelian barang secara *non-tunai*.

Adapun jenis QR pada penjual/*Merchant Presented Mode*, yaitu:

1. *Static QR Code*

- *Static QR Code* merupakan *QR Code* yang berisi *Merchant ID* dan bersifat tetap, *static QR* ini biasanya ditampilkan dalam bentuk stiker ataupun *print-out* (QR di-*generate* satu kali untuk semua pengguna dan semua aplikasi).
- Penggunaannya dalam transaksi, konsumen perlu untuk melakukan *input* nominal transaksi secara mandiri pada gawai (*gadget*) yaitu, *smartphone* konsumen.

2. *Dynamic QR Code*

- *Dynamic QR Code* merupakan *QR Code* yang ditampilkan secara *real time* pada saat transaksi, sehingga satu *QR Code* hanya dapat digunakan untuk satu transaksi saja.
- Penggunaannya dalam transaksi, konsumen tidak perlu untuk melakukan *input* nominal transaksi

secara mandiri karena sudah di-*input* oleh *merchant*.

Metode pembayaran non tunai QRIS memberikan pengalaman bertransaksi yang mudah, cepat, tepat, dan aman mendukung transformasi digital pada bidang ekonomi dan bisnis. Hal tersebut dicerminkan dari data yang dimiliki oleh Bank Indonesia, hingga Januari 2022 nilai transaksi uang elektronik naik hingga 66,65%. Peningkatan tersebut juga didukung oleh faktor-faktor yang ada. Penelitian yang dilakukan oleh Seputri & Yafiz (2022) memberikan hasil bahwa kepercayaan, budaya, gaya hidup, dan literasi keuangan memberikan pengaruh simultan terhadap keputusan generasi Z untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital.

Minat masyarakat untuk menggunakan metode pembayaran non-tunai khususnya QRIS juga dirasakan di Daerah Istimewa Yogyakarta. (Pradana & Sagoro, 2021) dalam penelitiannya menemukan bahwa terdapat pengaruh kemudahan penggunaan dan kegunaan terhadap minat menggunakan QRIS pada Usaha Kecil dan Mikro (UKM) di Yogyakarta. Selain itu Budiharto Setyawan, Kepala Perwakilan Bank Indonesia DIY, dalam wawancaranya dengan 101,3 FM (12/8/22) mengatakan bahwa pengguna QRIS di DIY ditahun 2022 terus bertambah. Tercatat pengguna QRIS di DIY sendiri

bertambah sebanyak 221.669 pengguna dibandingkan tahun 2021 nilai ini melampaui dari target pengguna baru QRIS 107,61% dari target, selain itu penjual/*merchant* juga meningkat sebanyak 32,82%. Peningkatan pengguna maupun penjual/*merchant* mengakibatkan jumlah transaksi QRIS di Mei 2022 meningkat 336,05% dengan nilai 126 miliar rupiah dan frekuensi transaksi menjadi 1,4 juta kali.

Pengaruh tingkat konsumsi masyarakat dalam melakukan pembayaran dengan metode non-tunai (QRIS) dapat dipengaruhi oleh teknologi informasi yang semakin berkembang. Lubis (2022) dalam penelitiannya menyebutkan hasil bahwa perkembangan teknologi yang diiringi dengan hadirnya dompet digital memiliki pengaruh signifikan terhadap budaya konsumtif masyarakat Kota Tangerang. Penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh & Davis (2000) mengenai *Technology Acceptance Model 2* tersebut adalah model pengembangan dari *Technology Acceptance Model* yang sudah ada sebelumnya. *Technology Acceptance Model 2* merupakan model perluasan dari *Technology Acceptance Model* yang sebelumnya sudah ada. TAM2 menggunakan TAM sebagai titik awal, yang dimana TAM2 menggabungkan konstruksi teoritis tambahan yang mencakup proses

pengaruh sosial dan proses instrumental kognitif (Venkatesh & Davis, 2000).

Konstruksi teoritis tambahan yang diusulkan pada TAM2 baik proses pengaruh sosial (norma subjektif, kesukarelaan, dan citra) maupun proses instrumental kognitif (relevansi pekerjaan, kualitas keluaran, hasil yang didemonstrasikan, dan kemudahan penggunaan yang dirasakan akan menjadi teoritis yang memengaruhi *Perceived Usefulness* (PU). TAM2 mendefinisikan PU sebagai “sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.” Sedangkan *Perceived Ease of Use* (PEU) didefinisikan sebagai “sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha.” TAM2 juga menggambarkan bahwa PU dan PEU dapat memengaruhi *Intention of Use* (IU), sedangkan IU dapat memengaruhi perilaku untuk menggunakan (UB). Hal tersebut juga tergambar dalam penelitian yang dilakukan oleh Hou et al., (2019), penelitiannya mempelajari mengenai dampak *perceived security* dan pengetahuan mengenai layanan terhadap niat penggunaan *mobile fintech payment services* memberikan hasil signifikan dalam hubungan antara *confirmation*, *Perceived Usefulness* (PU), *satisfaction*, dan *Intention of Use* (IU).

Privasi dalam menggunakan teknologi juga menjadi sebuah hal penting. Susanto et al., (2016) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa privasi menjadi salah satu hal penting dalam layanan elektronik seperti *internet banking*. Data pengguna/nasabah juga menjadi hal yang penting bagi seseorang ketika melakukan transaksi menggunakan QRIS. Ramos et al., (2018) menyebutkan hasil penelitiannya bahwa privasi menjadi salah satu penentu dari kepercayaan seseorang untuk menggunakan *mobile banking*. Sehingga, peneliti juga meyakini bahwa privasi memiliki pengaruh terhadap tingkat konsumsi masyarakat dalam melakukan pembayaran digital (QRIS).

Tingkat konsumsi juga dapat dipengaruhi oleh perilaku suatu individu dalam mengambil keputusan. *Mental Accounting* sendiri merupakan suatu rangkaian operasi kognitif yang dipergunakan oleh individu untuk mengode, membuat kategori, dan mengevaluasi aktivitas finansialnya Sari, (2018). *Mental Accounting* berfokus pada bagaimana seseorang menyikapi situasi yang dimungkinkan terdapat dua atau lebih kemungkinan hasil (Ariany et al., 2012). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Manurung & Silalahi (2022) menunjukkan hasil bahwa ketika penggunaan dompet digital maka *mental accounting* meningkat dan juga sebaliknya. Hal tersebut semakin

memperjelas perihal mengambil keputusan keuangan individu banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor yang kurang dikenal di dalam model perusahaan, yaitu faktor psikologi dan sosial yang salah satunya adalah *mental accounting* (Ariany et al., 2012).

Melakukan konsumsi di era perkembangan teknologi yang sangat pesat sangat memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi, sehingga hasil empiris membuktikan bahwa adanya efek heterogen pada kategori barang. Hasil temuan juga mengindikasikan bahwa pembayaran digital memiliki pengaruh besar pada barang-barang yang sifatnya dapat dinikmati, misalnya hiburan (Hou et al., 2021). Sehingga kemudahan dan kontrol diri pengguna layanan menjadi hal yang perlu diperhatikan untuk menghindari konsumsi yang melebihi kebutuhan yang sudah dianggarkan.

Pembayaran digital (QRIS) menjadi salah satu kemudahan yang sudah hadir dalam kehidupan sehari-hari. Pada penggunaan yang sangat mudah QRIS dapat memberikan pengaruh positif maupun negatif terhadap tingkat konsumsi yang dilakukan oleh pengguna/konsumen khususnya di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Sehingga, atas latar belakang diatas penulis melakukan penelitian yang bertujuan mengetahui apakah pengaruh dari *Perceived Usefulness, Percived Ease of Use,*

Intention to Use, Usage Behavior, dan Mental Accounting terhadap Tingkat Konsumsi Individu serta mengetahui apakah privasi memoderasi antar hubungan variabel PU, PEU, IU, UB, dan MA terhadap TK.

KAJIAN LITERATUR

Perceived Usefulness (PU) didefinisikan oleh Davis (1989) “sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan memberikan dampak peningkatan kinerja”. Kegunaan yang dirasakan seseorang akan muncul jika suatu produk dalam hal ini teknologi memberikan manfaat. Salah satu manfaat misalnya, mempermudah pembayaran, mempercepat pembayaran, meningkatkan efisiensi bertransaksi, memberikan rasa aman saat bertransaksi, maupun memberikan keuntungan yang diberikan penyedia layanan ketika menggunakan sistem yang ada (Davis, 1989). Penelitian yang dilakukan oleh Ardianto & Azizah (2021) menyebutkan hasil bahwa persepsi kegunaan berperan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap minat penggunaan dompet digital.

Selain itu, Esti Irawati & Suhartono (2020) melakukan penelitian dan memberikan hasil bahwa PU berpengaruh positif signifikan terhadap *attitude toward using* dan *actual use*. Nambiar & Bolar (2022) dalam penelitiannya juga sepakat

bahwa PU menjadi faktor kuat yang memengaruhi pengguna untuk menggunakan sebuah teknologi dalam hal ini teknologi *cardless*. Penelitian-penelitian tersebut meyakinkan penulis bahwa PU memiliki dampak positif terhadap tingkat konsumsi masyarakat. Kegunaan yang dirasakan masyarakat akan menarik masyarakat untuk menggunakan teknologi dalam bertransaksi sehingga meningkatkan tingkat konsumsi.

H1: *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS)

H6: *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS) dengan privasi sebagai variabel moderasi

Perceived Ease of Use (PEU) menurut Davis (1989) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan dalam menggunakan teknologi meningkatkan minat dalam penggunaan. Salah satu kemudahan teknologi yang sudah hadir dimasyarakat adalah penggunaan kartu debit, *mobile*

banking, QRIS, dompet digital, dsb. Penelitian oleh Darma & Devi (2022) menyebutkan bila kemudahan yang dirasakan masyarakat dalam menggunakan *e-wallet* semakin tinggi dan didukung oleh lingkungan sosial dalam menggunakan *e-wallet* maka masyarakat juga semakin minat menggunakan *e-wallet*

Ramadaey Bangsa & Lu'ul Khumaeroh (2023) juga menyebutkan alasan penggunaan QRIS Shopeepay dikarenakan kemudahan dalam penggunaannya diiringi dengan manfaat lain yang didapatkan. Selaras dengan penelitian Ramadaey Bangsa & Lu'ul Khumaeroh, Ardianto & Azizah (2021) juga menyebutkan bahwa persepsi kemudahan berperan secara langsung maupun tidak langsung terhadap minat penggunaan. Kemudahan menjadi alasan untuk menggunakan teknologi oleh masyarakat. Hal tersebut menjadikan kemungkinan adanya kenaikan tingkat konsumsi dari kemudahan dalam penggunaan teknologi dalam hal ini bertransaksi.

H2: *Perceived Ease of Use* (PEU) berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS)

H7: *Perceived Ease of Use* (PEU) berpengaruh positif terhadap tingkat

konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS) dengan privasi sebagai variabel moderasi

Davis (1989) menjelaskan IU adalah “kesediaan untuk menggunakan sistem”, yang dipengaruhi oleh PU dan PEU. Kesediaan dalam menggunakan sistem memberikan gambaran bahwa faktor PU dan PEU sangat berperan, terlepas kesediaan dilakukan secara sukarela maupun wajib. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Ardianto & Azizah, 2021) bahwa PU dan PEU menjadi faktor pendorong masyarakat menggunakan dompet digital.

Perkembangan sistem teknologi saat ini mendorong kesediaan masyarakat untuk memanfaatkannya. Misalnya masyarakat yang mulai menggunakan pembayaran non-tunai. Syahril & Rikumahu (2019) dalam penelitiannya menyatakan hasil bahwa persepsi manfaat, kemudahan, dan risiko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*. Penelitian tersebut menyebabkan peneliti memiliki pandangan bahwa IU dapat berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

H3: *Intention of Use* (IU) berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS)

H8: *Intention of Use* (IU) berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS) dengan privasi sebagai variabel moderasi

Usage Behavior (UB) pada TAM2 mengacu pada penggunaan sebenarnya suatu teknologi oleh pengguna (Venkatesh & Davis, 2000). Perilaku penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh beberapa faktor sebelumnya yang menunjang. Chuttur (2009) menyebutkan dalam penelitiannya bahwa PU dan PEU memiliki peranan besar terhadap UB. Sehingga, peneliti melihat dari UB yang didorong oleh faktor-faktor sebelumnya dapat memberikan pengaruh positif terhadap tingkat konsumsi yang ada.

H4: *Usage Behavior* (UB) berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS)

H9: *Usage Behavior* (UB) berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa

Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS) dengan privasi sebagai variabel moderasi

Mental accounting dalam Sari (2018) diartikan suatu rangkaian operasi kognitif yang dipergunakan oleh individu untuk mengode, membuat kategori, dan mengevaluasi aktivitas finansialnya. Penelitian yang dilakukan oleh Hou et al., (2021) mengatakan bahwa pembayaran digital memiliki pengaruh paling besar pada barang-barang yang dapat dinikmati, seperti hiburan. Hadirnya sistem pembayaran digital yang mudah diakses memungkinkan seseorang untuk terpengaruh untuk melakukan konsumsi diluar rencana. Namun, konsumen dengan kontrol diri yang baik dapat tetap berpengaruh kepada konsumen dengan akses terbatas ke keuangan formal dan mendorong konsumsi dengan mengurangi kendala likuiditas mereka Hou et al., (2021). Hal tersebut menyebabkan peneliti memiliki keyakinan bahwa *Mental Accounting* memiliki pengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

H5: *Mental Accounting* berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS)

H10: *Mental Accounting* berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS) dengan privasi sebagai variabel moderasi

Privasi informasi mengacu pada pandangan subjektif individu tentang keadilan dalam konteks privasi informasi (Campbell, 1997). Privasi sendiri berkaitan dengan informasi data pribadi dan hak pelanggan sebagai pengguna untuk mengendalikan mengenai otonomi penggunaan informasi dalam aplikasi maupun situs komersial. Dengan demikian privasi merupakan hal individu untuk melindungi informasi yang berisi data pribadi dari penyedia layanan. Crowe et al., (2015) menyebutkan terdapat 70% institusi perbankan telah menyoroiti masalah keamanan sebagai penghalang besar untuk adopsi *mobile banking*, sedangkan perlindungan privasi pelanggan, pencurian identitas, *malware* dan pelanggaran data sebagai perhatian utama dalam meningkatkan keamanan aplikasi.

Penyedia layanan, Bank Indonesia, sebagai pencetus QRIS penting untuk mempelajari pengaruh privasi konsumen terhadap niat penggunaan QRIS. Pengendalian privasi memiliki pengaruh yang positif terhadap minat mahasiswa

dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran (Haidar, 2022), sehingga privasi dinilai memiliki pengaruh baik terhadap penggunaan QRIS yang nantinya dapat memengaruhi tingkat konsumsi individu. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui mengenai pengaruh pribadi terhadap tingkat konsumsi individu.

H11: Privasi berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS)

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan desain studi deskriptif yaitu peneliti melakukan uji relasi antar variabel hanya satu kali (Priadana & Sunarsi, 2021). Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data dan informasi dari sumber pertama. Hal tersebut menyebabkan peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner (angket).

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan dilaksanakan pada bulan April 2023.

3. Subjek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal/berdomisili di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Populasi penduduk Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta menurut data BPS 2020 tercatat berjumlah 3.668.719 orang (BPS, 2020). Dari jumlah tersebut maka jumlah populasi dapat diketahui dan dilakukan perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin (Setiawan, 2007), yaitu:

$$n = \frac{N}{(Nd^2 + 1)}$$
$$n = \frac{3.668.719}{(3.668.719(0,05)^2 + 1)} \approx 400$$

Dengan demikian jumlah sampel minimum yang harus diambil adalah 400 sampel. Peneliti menggunakan 32 responden untuk uji instrumen (Singarimbun & Effendi, 1995) dan 401 responden untuk uji hipotesis. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dimana penentuan sampel dilakukan dengan pertimbangan tertentu berdasarkan karakteristik (Sugiyono, 2019). Peneliti menggunakan 400 partisipan untuk menguji hipotesis. Kriteria yang diperlukan sebagai responden adalah masyarakat yang berdomisili di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, sedang/pernah menggunakan QRIS dalam kegiatan konsumsi, dan berusia 19 tahun hingga 40 tahun.

4. Prosedur

Pendistribusian kuesioner dalam bentuk *microsoft form* memanfaatkan beberapa media sosial yaitu Twitter dan Instagram. Pendistribusian kuesioner penelitian di Twitter memanfaatkan akun perantara bernama JOGJA MENFESS dengan *username* @jogmfs. Akun perantara tersebut pada umumnya disebut sebagai *base menfess* dimana semua orang dapat melakukan *tweet* untuk mengungkapkan sesuatu pada akun tersebut tanpa perlu diketahui identitas pengirimnya. Cara yang dilakukan untuk melakukan *tweet* dengan mengirimkan pesan pada kolom *direct message* kemudian dalam beberapa menit pesan yang dikirim akan muncul pada *timeline* akun tersebut. Pemanfaatan akun *menfess* tersebut memberikan hasil yang sangat membantu peneliti dalam menghimpun data dikarenakan *followers* akun tersebut pada umumnya merupakan warga Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga peneliti merasa sangat tepat sasaran dalam melakukan pendistribusian dengan tidak ada biaya yang perlu dikeluarkan.

Selain menggunakan media sosial Twitter, peneliti juga memanfaatkan media sosial Instagram untuk melakukan promosi kebutuhan responden penelitian. Pemanfaatan media sosial Instagram dilakukan dengan mempromosikan

unggahan *story* kepada jangkauan pengguna yang lebih luas, dalam hal ini Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain pilihan jangkauan yang lebih luas, fitur promosi ini dapat melakukan pengaturan untuk jangkauan pengguna laki-laki maupun perempuan serta rentang usia yang dibutuhkan. Hal tersebut sangat membantu peneliti untuk menentukan kriteria jangkauan yang diperlukan untuk mendapatkan responden. Alamat internet yang langsung dapat tertuju ke laman kuesioner yang ada di *microsoft form* sangat memudahkan responden untuk mengakses. Pemanfaatan promosi media sosial Instagram memberikan hasil himpunan data yang cukup membantu peneliti dengan tarif promosi yang terjangkau dan pilihan jangkauan yang tepat sasaran.

5. Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dari sumber primer atau pertama. Pengumpulan data ini dilakukan dengan melakukan teknik pengumpulan data kuesioner (angket). Dalam pengambilan data, peneliti akan membuat kuesioner secara *online* dengan memanfaatkan *microsoft form*. Sehingga, pendistribusian data kepada responden akan berjalan efektif dan efisien.

6. Teknik Analisis Data

Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan pada sampel

berjumlah 32 responden. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *outer model*. Jaya & Sumertajaya (2008) menyebutkan bahwa skala validitas terbagi menjadi dua, yaitu *Convergent validity* dan *Discriminant validity*, sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan dua metode, yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.

Hipotesis penelitian ini diolah menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat ukur *Partial Least Square* (PLS). Tujuan pengujian SEM menggunakan PLS guna menguji hubungan prediktif antar konstruk dengan melihat apakah terdapat hubungan maupun pengaruh antar konstruk atau tidak. PLS merupakan pendekatan SEM yang tidak terdapat asumsi terkait dengan distribusi data dan data yang dibutuhkan relatif kecil. Selain itu, pengujian ini tidak memerlukan landasan teori yang kuat, mengabaikan banyak asumsi, dan akurasi model prediksi dilihat dari nilai determinasinya (Ghozali & Latan, 2015).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif pada penelitian berupa rata-rata variabel penelitian mulai dari nilai *minimum, maximum, mean, standar*

deviation, dan *varians* adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

	<i>N</i>	<i>Min.</i>	<i>Max.</i>	<i>Mean.</i>	<i>St. Dev.</i>
PU	401	1,40	5,00	4,25	0,77
PEU	401	2,00	5,00	4,42	0,66
IU	401	1,33	5,00	4,39	0,70
UB	401	1,00	5,00	3,89	1,00
MA	401	1,00	5,00	3,99	0,94
PV	401	1,20	5,00	4,07	0,81
TK	401	1,00	5,00	3,70	1,06

2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2. Nilai AVE dan Akar AVE

	<i>AVE</i>	$\sqrt{\text{AVE}}$	Keterangan
IU	0,743	0,861	Valid
MA	0,763	0,874	Valid
PEU	0,851	0,922	Valid
PU	0,720	0,848	Valid
PV	0,869	0,932	Valid
TK	0,664	0,815	Valid
UB	0,789	0,888	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Cara untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari AVE untuk setiap konstruk dengan korelasi antar suatu konstruk dengan konstruk lainnya. Dikatakan memiliki validitas diskriminan baik apabila nilai akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara satu konstruk dengan konstruk lainnya (Ghozali & Latan, 2015). Hasil akar AVE pada penelitian ini menunjukkan nilai yang lebih besar daripada nilai AVE pada konstruk lainnya sehingga, variabel dinyatakan valid.

Tabel 3. Nilai Cronbach Alpha dan Composite Reliability

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Ket.
IU	0,830	0,896	Reliabel
MA	0,920	0,941	Reliabel
PEU	0,970	0,975	Reliabel
PU	0,979	0,981	Reliabel
PV	0,962	0,971	Reliabel
TK	0,899	0,922	Reliabel
UB	0,865	0,918	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

3. Hasil Uji Hipotesis

Tabel 4. Hasil *Path Coefficients* H1

<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Value</i>	Keterangan
0,335	4,369	0,000	H1 Diterima

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Pada hasil *path coefficients* menunjukkan pengaruh *Perceived Usefulness* (PU) terhadap tingkat konsumsi memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,334, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang positif dan nilai *p-values* sebesar $0,000 < 0,05$, menunjukkan hasil signifikan. Berdasarkan hasil tersebut variabel *Perceived Usefulness* (PU) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan

metode pembayaran digital (QRIS). Sehingga, H1 **diterima** karena mendukung hipotesis yang menyatakan *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS).

Tabel 5. Hasil *Path Coefficients* H2

<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Value</i>	Keterangan
-0,083	1,210	0,227	H2 Ditolak

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Pada hasil *path coefficients* menunjukkan pengaruh *Perceived Ease of Use* (PEU) terhadap tingkat konsumsi memiliki nilai koefisien parameter sebesar -0,083, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang negatif dan nilai *p-values* sebesar 0,227 > 0,05, menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hasil yang tidak signifikan menandakan bahwa variabel *Perceived Ease of Use* (PEU) terhadap tingkat konsumsi dianggap tidak memiliki pengaruh. Sehingga, H2 **ditolak** karena tidak mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* (PEU) berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS).

Tabel 6. Hasil *Path Coefficients* H3

<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Value</i>	Keterangan
0,203	3,240	0,001	H3 Diterima

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Pada hasil *path coefficients* menunjukkan pengaruh *Intention of Use* (IU) terhadap tingkat konsumsi memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,203, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang positif dan nilai *p-values* sebesar 0,001 < 0,05, menunjukkan hasil signifikan. Berdasarkan hasil tersebut variabel *Intention of Use* (IU) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS). Sehingga, H3 **diterima** karena mendukung hipotesis yang menyatakan *Intention of Use* (IU) berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS).

Tabel 7. Hasil *Path Coefficients* H4

<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Value</i>	Keterangan
0,262	4,563	0,000	H4 Diterima

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Pada hasil *path coefficients* menunjukkan pengaruh *Usage Behavior* (UB) terhadap tingkat konsumsi memiliki nilai koefisien

parameter sebesar 0,262, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang positif dan nilai *p-values* sebesar $0,000 < 0,05$, menunjukkan hasil signifikan. Berdasarkan hasil tersebut variabel *Usage Behavior* (UB) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS). Sehingga, H4 **diterima** karena mendukung hipotesis yang menyatakan *Usage Behavior* (UB) berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS).

Tabel 8. Hasil *Path Coefficients* H5

<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Value s</i>	Keterangan
-0,028	0,655	0,513	H5 Ditolak

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Pada hasil *path coefficients* menunjukkan pengaruh *Mental Accounting* (MA) terhadap tingkat konsumsi memiliki nilai koefisien parameter sebesar -0,028, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang negatif dan nilai *p-values* sebesar $0,513 > 0,05$, menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hasil yang tidak signifikan menandakan bahwa variabel *Mental Accounting* (MA) terhadap tingkat konsumsi dianggap tidak memiliki pengaruh. Sehingga, H5 **ditolak**

karena tidak mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa *Mental Accounting* (MA) berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS).

Tabel 9. Hasil *Path Coefficients* H6

<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Value s</i>	Keterangan
0,054	0,572	0,568	H6 Ditolak

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Pada hasil *path coefficients* menunjukkan pengaruh *Perceived Usefulness* (PU) terhadap tingkat konsumsi memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,054, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang positif dan nilai *p-values* sebesar $0,568 > 0,05$, menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hasil yang tidak signifikan menandakan bahwa variabel *Perceived Usefulness* (PU) terhadap tingkat konsumsi dengan privasi sebagai variabel moderasi dianggap tidak memiliki pengaruh. Sehingga, H6 **ditolak** karena tidak mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh positif terhadap tingkat

konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS) dengan privasi sebagai variabel moderasi.

Tabel 10. Hasil *Path Coefficients* H7

<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Value</i>	Keterangan
-0,065	0,809	0,419	H7 Ditolak

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Pada hasil *path coefficients* menunjukkan pengaruh *Perceived Ease of Use* (PEU) terhadap tingkat konsumsi memiliki nilai koefisien parameter sebesar -0,065, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang negatif dan nilai *p-values* sebesar 0,419 > 0,05, menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hasil yang tidak signifikan menandakan bahwa variabel *Perceived Ease of Use* (PEU) terhadap tingkat konsumsi dengan privasi sebagai variabel moderasi dianggap tidak memiliki pengaruh. Sehingga, H7 **ditolak** karena tidak mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* (PEU) berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS) dengan privasi sebagai variabel moderasi.

Tabel 11. Hasil *Path Coefficients* H8

<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Value</i>	Keterangan
0,134	1,982	0,048	H8 Diterima

<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Value</i>	Keterangan
0,134	1,982	0,048	H8 Diterima

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Pada hasil *path coefficients* menunjukkan pengaruh *Intention of Use* (IU) terhadap tingkat konsumsi memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,134, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang positif dan nilai *p-values* sebesar 0,048 < 0,05, menunjukkan hasil signifikan. Berdasarkan hasil tersebut variabel *Intention of Use* (IU) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS) dengan privasi sebagai variabel moderasi. Sehingga, H8 **diterima** karena mendukung hipotesis yang menyatakan *Intention of Use* (IU) berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS) dengan privasi sebagai variabel moderasi.

Tabel 12. Hasil *Path Coefficients* H9

<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Value</i>	Keterangan
0,001	0,016	0,987	H9 Ditolak

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Pada hasil *path coefficients* menunjukkan pengaruh *Usage Behavior* (UB) terhadap

tingkat konsumsi memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,001, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang positif dan nilai *p-values* sebesar $0,987 > 0,05$, menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hasil yang tidak signifikan menandakan bahwa variabel *Usage Behavior* (UB) terhadap tingkat konsumsi dengan privasi sebagai variabel moderasi dianggap tidak memiliki pengaruh. Sehingga, H9 **ditolak** karena tidak mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa *Usage Behavior* (UB) berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS) dengan privasi sebagai variabel moderasi.

Tabel 13. Hasil *Path Coefficients* H10

<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Value</i>	Keterangan
-0,021	0,470	0,638	H10 Ditolak

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Pada hasil *path coefficients* menunjukkan pengaruh *Mental Accounting* (MA) terhadap tingkat konsumsi memiliki nilai koefisien parameter sebesar -0,021, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang negatif dan nilai *p-values* sebesar $0,638 > 0,05$, menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hasil yang tidak signifikan menandakan bahwa variabel *Mental Accounting* (MA) terhadap tingkat konsumsi dengan privasi

sebagai variabel moderasi dianggap tidak memiliki pengaruh. Sehingga, H10 **ditolak** karena tidak mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa *Mental Accounting* (MA) berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS) dengan privasi sebagai variabel moderasi.

Tabel 14. Hasil *Path Coefficients* H11

<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Value</i>	Keterangan
0,134	2,503	0,013	H11 Diterima

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Pada hasil *path coefficients* menunjukkan pengaruh privasi terhadap tingkat konsumsi memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,134, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang positif dan nilai *p-values* sebesar $0,013 < 0,05$, menunjukkan hasil signifikan. Berdasarkan hasil tersebut variabel privasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS). Sehingga, H11 **diterima** karena mendukung hipotesis yang menyatakan *Intention of Use* (IU) berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memanfaatkan metode pembayaran digital (QRIS).

SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

- a. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan pada hasil *original sample* yang memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,335, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang positif dan nilai *p-values* sebesar 0,000 menunjukkan hasil yang signifikan. Hasil penelitian ini dapat terjadi karena sikap positif responden sebagai pengguna terhadap penggunaan QRIS. Sehingga, dapat merasakan keuntungan dari kegunaan yang ada, baik dari manfaat mempercepat kinerja, meningkatnya efektivitas, penggunaan yang sangat relevan dengan pekerjaan, dan lain sebagainya yang akhirnya memengaruhi tingkat konsumsi individu.
- b. *Perceived Ease of Use* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan pada hasil *original sample* yang memiliki nilai koefisien parameter sebesar -0,083, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang negatif dan nilai *p-values* sebesar 0,227 menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hasil penelitian ini dapat terjadi karena

responden sebagai pengguna tidak terlalu peduli dengan kemudahan yang ada namun lebih peduli dan mempertimbangkan faktor lainnya seperti kegunaan dari layanan QRIS dan faktor lainnya.

- c. *Intention to Use* berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan pada hasil *original sample* yang memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,203, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang positif dan nilai *p-values* sebesar 0,001 menunjukkan hasil yang signifikan. Hasil penelitian ini dapat terjadi karena responden sebagai pengguna memiliki minat untuk menggunakan QRIS secara berulang yang menyebabkan tidak terkontrolnya pengeluaran yang sudah dilakukan sehingga meningkatnya tingkat konsumsi individu.
- d. *Usage Behavior* berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan pada hasil *original sample* yang memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,262, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang positif dan nilai *p-values* sebesar 0,000 menunjukkan hasil yang signifikan. Hasil penelitian ini dapat terjadi karena

responden sebagai pengguna yang memanfaatkan metode pembayaran QRIS cenderung menggunakan metode tersebut pada setiap kali ada kesempatan. Hal tersebut memberikan dampak pada tingkat konsumsi individu yang meningkat.

- e. *Mental Accounting* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan pada hasil *original sample* yang memiliki nilai koefisien parameter sebesar -0,028, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang negatif dan nilai *p-values* sebesar 0,513 menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hasil penelitian ini dapat terjadi karena responden sebagai pengguna memiliki pengetahuan mengenai literasi keuangan yang cukup, sehingga setiap individu dapat mengelola dan mengatur keuangannya dengan baik agar terhindar dari perilaku irasional dalam bertransaksi menggunakan QRIS
- f. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan privasi sebagai variabel moderasi. Hal ini ditunjukkan pada hasil *original sample* yang memiliki nilai koefisien parameter

sebesar 0,054, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang positif dan nilai *p-values* sebesar 0,568 menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hasil penelitian ini dapat terjadi karena responden sebagai pengguna sudah merasa bahwa privasi merupakan hak yang wajib didapatkan untuk setiap *user* sehingga privasi tidak dianggap memoderasi persepsi manfaat yang didapatkan terhadap tingkat konsumsi.

- g. *Perceived Ease of Use* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan privasi sebagai variabel moderasi. Hal ini ditunjukkan pada hasil *original sample* yang memiliki nilai koefisien parameter sebesar -0,065, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang negatif dan nilai *p-values* sebesar 0,419 menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hasil penelitian ini dapat terjadi responden sebagai pengguna merasa bahwa kegunaan bukan menjadi faktor utama untuk menggunakan QRIS sehingga tidak memengaruhi tingkat konsumsi yang ada dan privasi juga tidak memoderasi hal tersebut.
- h. *Intention to Use* berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

dengan privasi sebagai variabel moderasi. Hal ini ditunjukkan pada hasil *original sample* yang memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,134, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang positif dan nilai *p-values* sebesar 0,048 menunjukkan hasil yang signifikan. Hasil penelitian ini dapat terjadi karena responden sebagai pengguna merasa bahwa privasi menjadi faktor penting dalam memutuskan apakah akan menggunakan QRIS secara berulang ataupun tidak menggunakan QRIS, sehingga privasi dianggap memperkuat alasan penggunaan QRIS sebagai bentuk keamanan yang harus didapatkan sebagai pengguna.

- i. *Usage Behavior* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan privasi sebagai variabel moderasi. Hal ini ditunjukkan pada hasil *original sample* yang memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,001, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang positif dan nilai *p-values* sebesar 0,987 menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hasil penelitian ini dapat terjadi karena responden sebagai pengguna tidak merasa bahwa privasi menjadi hal yang memoderasi perilaku penggunaan QRIS

yang menyebabkan meningkatnya tingkat konsumsi, namun pengguna dimungkinkan memiliki faktor lain yang dapat memoderasi perilaku penggunaan terhadap tingkat konsumsi individu.

- j. *Mental Accounting* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan privasi sebagai variabel moderasi. Hal ini ditunjukkan pada hasil *original sample* yang memiliki nilai koefisien parameter sebesar -0,021, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang negatif dan nilai *p-values* sebesar 0,638 menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hasil penelitian ini dapat terjadi karena merasa bahwa ada faktor-faktor lain yang dapat memoderasi *mental accounting* terhadap tingkat konsumsi individu, misalnya pengaruh sosial.
- k. Privasi berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi individu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan pada hasil *original sample* yang memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0,134, nilai ini berarti variabel terdapat pengaruh yang positif dan nilai *p-values* sebesar 0,013 menunjukkan hasil yang signifikan. Hasil penelitian ini dapat terjadi karena semakin responden sebagai pengguna percaya dan aman

terhadap privasi selama menggunakan QRIS, maka semakin tinggi pula tingkat konsumsi individu dalam menggunakan QRIS.

2. Saran

Ada beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, yaitu:

a. Untuk penelitian selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian yang sama dengan menyempurnakan metode penelitian dengan menambahkan data kualitatif melalui wawancara langsung kepada responden sehingga data yang dihasilkan lebih representatif jika dibandingkan dengan metode kuesioner saja. Selain itu juga dapat memperluas kriteria cakupan sampel dalam lingkup yang lebih luas maupun lingkup daerah provinsi lainnya yang ada di Indonesia.

b. Untuk Pemerintah

Pemerintah melalui Bank Indonesia sebagai pencetus dan pengelola sistem QRIS diharapkan dapat melindungi pengguna fasilitas QRIS baik pihak *merchant* maupun konsumen. Hal tersebut dikarenakan maraknya *scam* pembayaran yang tidak diinginkan dan kebocoran data dari penggunaan QRIS. Sehingga, pemerintah melalui Bank Indonesia diharapkan memberikan dasar hukum yang baik dan

tegas bagi pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab.

c. Untuk pengguna QRIS

QRIS saat ini sudah mudah sekali digunakan pada hampir seluruh *mobile banking* maupun *ewallet*, hal tersebut menyebabkan keharusan bagi seluruh pengguna QRIS untuk waspada dan berhati-hati atas segala kejahatan yang datang. Selain itu, diperlukannya juga *self-control* untuk menghindari diri dari pengeluaran-pengeluaran konsumtif yang seharusnya tidak/belum diperlukan. Sehingga, setiap individu pengguna dapat merasakan pengelolaan keuangan yang baik dan sehat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.511>
- Ariany, L., Katarina, M., Wiharjo, K., Ekonimika, F., Universitas, B., Setya, K., & Salatiga, W. (2012). Mental Accounting dan Variabel Demografi: Sebuah Fenomena Pada Penggunaan Kartu Kredit. *KINERJA*, 16, 89–102. http://en.wikipedia.org/wiki/Prospect_theory
- Bank Indonesia. (2019). QR Code Indonesian Standard (QRIS). In *Bank Indonesia*. <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>

- <https://doi.org/10.1080/10447318.2018.1507132>
- Lubis, R. H. (2022). Penggunaan Dompot Digital dan Wallet Terhadap Budaya Konsumtif pada Masyarakat di Kota Tangerang Serta Pandangan Syariah Tentang Etika Konsumsi. *Jurnal Bisnis, Keuangan Dan Ekonomi Syariah*, 2, 1–10.
- Manurung, R. A., & Silalahi, P. R. (2022). A Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Mental Accounting pada Remaja di Kota Medan 1. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2, 130–141.
- Megayani, N., Sanosra Abadi, & Reskiputri Tatit Diansari. (2021). Pembayaran Cashless dengan Sistem QR Code dan Perceived Trust terhadap Kepuasan Pengguna ShopeePay. *Journal of Business, Management and Accounting*, 3.
<https://doi.org/10.31539/budgeting.v3i1.3123>
- Nambiar, B. K., & Bolar, K. (2022). Factors influencing customer preference of cardless technology over the card for cash withdrawals: an extended technology acceptance model. *Journal of Financial Services Marketing*, 0123456789.
<https://doi.org/10.1057/s41264-022-00139-y>
- Pradana, K. A., & Sagoro, E. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Minat Penggunaan Mobile Payment pada Usaha Kecil dan Mikro (UKM) di Yogyakarta. *Profita*, 9.
www.merdeka.com,
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Rahayu, T. P. (2019). *Pelaku Kegiatan Ekonomi* (Ida, Ed.; Edisi Digital 2019). ALPRIN.
- Ramadaey Bangsa, J., & Lu'ul Khumaeroh, L. (2023). The Effect of Perceived Benefits and Ease of Use on the Decision to Use ShopeePay QRIS on Digital Business Students of Ngudi Waluyo University. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1). <http://jibaku.unw.ac.id>
- Ramos, F., Ferreira, J., Freitas, A., & Rodrigues, J. (2018). The Effect of Trust in the Intention to Use m-banking. *Brazilian Business Review*, 15(2), 175–191.
<https://doi.org/10.15728/bbr.2018.15.2.5>
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (1992). *Economics* (Fourteenth Edition). McGraw-Hill Kogakusha.
- Sari, R. C. (2018). *Akuntansi Keperilakuan - Teori dan Implikasi* (Ed. I). Penerbit ANDI.
- Seputri, W., & Yafiz, M. (2022). QRIS Sebagai Alat Transaksi Digital Generasi Z: Analisis Faktor. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 10(02), 139.
<https://doi.org/10.32332/adzkiya.v10i02.5259>
- Setiawan, N. (2007). *PENENTUAN UKURAN SAMPEL MEMAKAI RUMUS SLOVIN DAN TABEL KREJCIE-MORGAN: TELAAH KONSEP DAN APLIKASINYA*.

Singarimbun, M., & Effendi, S. (1995). *Metode Penelitian Survei* (Edisi Kesatu). LP3ES.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami, Ed.). Alfabeta.

Susanto, A., Chang, Y., & Ha, Y. (2016). Determinants of Continuance Intention to Use the Smartphone Banking Services: An Extension to the Expectation-Confirmation Model. *Industrial Management and Data Systems*, 116(3), 508–525. <https://doi.org/10.1108/IMDS-05-2015-0195>

Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Perilaku Minat Penggunaan E-Money pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(2), 201–214.

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>

We Are Social. (2023). *Digital 2023 Indonesia - The Essential Guide to The Latest Connected Behaviours*.