

Anlisis Pengaruh *Usability QRIS* Pada UMKM Di Kota Kediri Menggunakan *Extended Expectation Confirmation Model*

^{1*}Aldestra Bagas Wardana, ²Rini Indriati, ³Aidina Ristyawan

^{1,2,3} Sistem Informasi, Universitas Nusantara PGRI Kediri

E-mail: ¹destrabagas45@gmail.com , ²rini.indriati@unpkediri.ac.id , ³aidinaristi@unpkediri.ac.id

Penulis Korespondens : Aldestra Bagas Wardana

Abstrak—Keberlanjutan penggunaan QRIS oleh *merchant* UMKM pasca-adopsi menjadi tantangan krusial di tengah pesatnya pertumbuhan 34,7 juta *merchant* terdaftar secara nasional. Penelitian ini bertujuan mengukur pengaruh variabel *Extended Expectation Confirmation Model* (EECM) yang diperluas dengan konstruk *Usability* terhadap *Continuance Intention merchant QRIS* pada UMKM di Kota Kediri. Pendekatan kuantitatif dengan *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) diterapkan terhadap 130 responden *merchant QRIS* aktif yang dipilih secara *purposive*. Hasil pengujian membuktikan delapan dari sepuluh hipotesis signifikan. *Usability* terbukti berpengaruh terhadap *Satisfaction* namun tidak terhadap *Perceived Usefulness*, mengindikasikan pergeseran peran antarmuka menjadi faktor afektif pada pengguna *digital native*. Temuan sentral penelitian ini adalah posisi *Trust* sebagai mediator penuh dan penentu tunggal *Continuance Intention* ($\beta=0,835$; $R^2=0,696$). Model EECM dengan konstruk *Usability* valid diterapkan pada konteks *merchant QRIS* kota tier-2 Indonesia.

Kata Kunci— *Continuance Intention*, EECM, PLS-SEM, QRIS, *Trust*, *Usability*

Abstract— *The continuance of QRIS usage by SME merchants post-adoption has become a critical challenge amid the rapid growth of 34.7 million registered merchants nationally. This study aims to measure the influence of Extended Expectation Confirmation Model (EECM) variables, extended with a Usability construct, on QRIS merchant Continuance Intention among SMEs in Kediri City. A quantitative approach using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) was applied to 130 purposively selected active QRIS merchants. Results confirm eight out of ten hypotheses as significant. Usability significantly affects Satisfaction but not Perceived Usefulness, indicating a shift in the interface role toward an affective factor among digital native users. The central finding is Trust as a full mediator and sole determinant of Continuance Intention ($\beta=0.835$; $R^2=0.696$). The EECM extended with Usability is valid for QRIS merchant contexts in Indonesian tier-2 cities.*

Keywords— *Continuance Intention*, EECM, PLS-SEM, QRIS, *Trust*, *Usability*

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



I. PENDAHULUAN

Penetrasi teknologi finansial (*fintech*) yang masif telah mengakselerasi transformasi perilaku transaksi ekonomi secara global, mendorong pergeseran fundamental dari sistem pembayaran tunai menuju ekosistem *cashless society*. Di Indonesia, percepatan transformasi ini didukung oleh infrastruktur digital yang kuat, dengan jumlah pengguna internet yang mencapai lebih dari 221 juta jiwa dan tingkat penetrasi hampir 80% dari total populasi pada tahun 2024 [1]. Kondisi ini menciptakan ekosistem yang kondusif bagi percepatan adopsi instrumen pembayaran digital,

khususnya pada segmen Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto nasional. Instrumen utama yang mendorong digitalisasi transaksi di Indonesia adalah *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), yang diluncurkan secara resmi oleh Bank Indonesia pada 17 Agustus 2019. Per Oktober 2024, QRIS telah mencatatkan pertumbuhan yang sangat signifikan dengan 55 juta pengguna aktif dan 34,7 juta *merchant* terdaftar, disertai lonjakan volume transaksi sebesar 183,9% secara *year-on-year* [2]. Di Kota Kediri, program akselerasi QRIS yang dijalankan melalui inisiatif Karya Kreatif Mataraman (KKM) oleh Kantor Perwakilan Bank Indonesia Kediri telah mendorong digitalisasi 7.871 usaha mikro terdaftar yang memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB).

Namun di balik capaian angka tersebut, terdapat paradoks yang belum banyak dikaji secara akademis: kesenjangan yang signifikan antara jumlah *merchant* yang terdaftar secara administratif dengan jumlah *merchant* yang secara aktif dan konsisten melakukan transaksi harian. Observasi lapangan di sentra UMKM strategis Kota Kediri menunjukkan kecenderungan sebagian pelaku usaha untuk kembali ke metode pembayaran tunai setelah masa insentif promosi berakhir, mengindikasikan bahwa niat penggunaan berkelanjutan (*continuance intention*) belum terbentuk secara organik. Dari perspektif ilmu Sistem Informasi, fenomena ini sejalan dengan temuan Bhattacharjee bahwa tantangan jangka panjang sebuah sistem informasi terletak bukan pada adopsi awal, melainkan pada keberlanjutan penggunaan pasca-adopsi [3]. Fondasi teoritis yang relevan untuk mengkaji fenomena ini adalah *Expectation-Confirmation Model* (ECM), yang menjelaskan bagaimana konfirmasi ekspektasi membentuk kepuasan dan niat penggunaan berkelanjutan. Model ini kemudian dikembangkan menjadi *Extended ECM* (EECM) oleh Habib dkk. melalui penambahan konstruk *Perceived Security*, *Trust*, dan *Perceived Convenience* pada konteks penggunaan berkelanjutan *mobile banking* [4].

Sejumlah penelitian terdahulu telah menguji kerangka EECM pada konteks pembayaran digital. Fahlevi dkk. menemukan inkonsistensi penting bahwa *Perceived Usefulness* tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada pengguna aplikasi e-wallet, yang bertentangan dengan model ECM orisinal [5]. Pratama mengidentifikasi bahwa ekspektasi fungsional yang tidak terkonfirmasi pada fase pasca-adopsi menjadi pemicu utama penghentian penggunaan (*drop-off*) layanan QRIS pada UMKM di Pemalang [6]. Hamid dkk. mengkonfirmasi relevansi ECM dalam mengukur *continuance intention* pengguna QRIS di Sulawesi Tenggara, namun masih terbatas pada ECM versi dasar tanpa perluasan variabel persepsional [7]. Dari kajian literatur tersebut, teridentifikasi kesenjangan penelitian (*research gap*) yang signifikan: seluruh studi terdahulu yang menggunakan kerangka EECM pada konteks pembayaran digital tidak memasukkan konstruk *Usability* sebagai variabel eksogen persepsional, padahal kajian dalam domain *Human-Computer Interaction* (HCI) secara konsisten membuktikan bahwa kualitas kebergunaan sistem merupakan anteseden dominan yang menentukan terbentuknya konfirmasi ekspektasi dan kepuasan pengguna [8]. Standar internasional ISO 9241-11 menegaskan bahwa *usability* mencakup tiga dimensi inti yang saling melengkapi, yaitu *effectiveness*, *efficiency*, dan *satisfaction* dalam konteks penggunaan nyata [9], yang menjadikannya konstruk yang relevan secara teoritis sebagai anteseden dalam kerangka EECM.

Berdasarkan kesenjangan teoritis dan empiris di atas, penelitian ini mengintegrasikan konstruk *Usability* sebagai variabel independen baru (X4) ke dalam tujuh variabel EECM yang ada, membentuk model dengan delapan konstruk dan sepuluh jalur hipotesis (H1–H10). Model diuji

menggunakan *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) terhadap 130 responden *merchant* QRIS aktif yang dipilih secara *purposive* di Kota Kediri. Penelitian ini bertujuan mengukur besarnya pengaruh *Usability* QRIS beserta variabel EECM lainnya terhadap *Continuance Intention* pada UMKM di Kota Kediri, sekaligus memberikan bukti empiris berbasis data (*evidence-based policy*) bagi Bank Indonesia, Pemerintah Kota Kediri, dan penyelenggara layanan dalam merumuskan strategi retensi *merchant* yang terukur.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif bersifat deduktif dengan desain survei lintas-seksi (*cross-sectional survey*), di mana pengumpulan data dilaksanakan pada satu titik waktu tertentu terhadap seluruh responden yang memenuhi kriteria inklusi [10]. Pendekatan ini dipilih karena tujuan inti penelitian adalah menguji signifikansi pengaruh antarvariabel dalam model EECM secara empiris melalui metode statistik multivariat.

A. Model dan Variabel Penelitian

Penelitian ini mengadopsi *Extended Expectation-Confirmation Model* (EECM) sebagai kerangka utama, yang merupakan perluasan dari ECM orisinal [11] dengan penambahan empat konstruk eksternal yang relevan untuk konteks teknologi finansial. Model yang digunakan terdiri dari delapan konstruk yang terbagi dalam tiga peran fungsional: (1) empat variabel independen, yaitu *Confirmation* (X1), *Perceived Security* (X2), *Perceived Convenience* (X3), dan *Usability* (X4) sebagai kontribusi orisinal penelitian ini; (2) tiga variabel intervening, yaitu *Perceived Usefulness* (Z1), *Satisfaction* (Z2), dan *Trust* (Z3); serta (3) satu variabel dependen akhir, yaitu *Continuance Intention* (Y). Hubungan kausalitas antarvariabel dirumuskan ke dalam sepuluh jalur hipotesis (H1–H10) yang membentuk struktur mediasi berjenjang (*chained mediation*), di mana sebagian besar variabel independen memengaruhi *Continuance Intention* secara tidak langsung melalui rantai mediasi variabel intervening.

B. Populasi, Sampel, dan Pengumpulan Data

Penelitian dilaksanakan di Kota Kediri, Jawa Timur, dengan populasi target seluruh pelaku UMKM pengguna QRIS aktif yang terdaftar di wilayah tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan empat kriteria inklusi: (1) pelaku UMKM terdaftar di Kota Kediri dengan Nomor Induk Berusaha (NIB); (2) pengguna aktif QRIS minimal selama 6 bulan berturut-turut; (3) beroperasi di sektor non-pertanian; dan (4) berusia ≥ 18 tahun serta mampu mengoperasikan *smartphone* secara mandiri. Penentuan ukuran sampel mengacu pada *rule of ten* dari Hair dkk. yang menghasilkan minimum 100 responden untuk model dengan sepuluh jalur hipotesis [10]. Verifikasi menggunakan G*Power 3.1 dengan *effect size* $f^2=0,15$, $\alpha=0,05$, dan *power*=0,80 menghasilkan minimum 85 responden, sehingga target 150 responden ditetapkan sebagai buffer [12]. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring berbasis Google Form yang disebarakan selama periode April–Juni 2026. Dari 131 responden yang mengisi kuesioner, satu responden dieliminasi karena tidak memenuhi kriteria inklusi, sehingga sampel akhir yang dianalisis berjumlah 130 responden.

C. Instrumen Pengukuran

Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur yang mengukur delapan variabel melalui total 25 item pertanyaan menggunakan Skala Likert 5 poin (1=Sangat Tidak Setuju hingga 5=Sangat Setuju). Seluruh item bersifat *self-reported*, mengukur persepsi subjektif *merchant* berdasarkan pengalaman penggunaan aktual, bukan evaluasi teknis objektif. Item diadaptasi dari skala tervalidasi pada penelitian-penelitian terdahulu: Bhattacharjee [3] untuk konstruk X1, Z1, Z2, dan Y; Habib dkk. [4] untuk konstruk X2 dan Z3; serta ISO 9241-11 [13] sebagai fondasi konseptual instrumen *Usability* (X4) yang terdiri dari 4 item untuk mengakomodasi dimensi *learnability*, *efficiency*, *error*, dan *satisfaction*. Konstruk lainnya masing-masing diukur dengan 3 item. Sebelum pengumpulan data utama, instrumen divalidasi melalui uji konten bersama dosen pembimbing dan uji pilot terhadap 30 responden awal.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Kode	Variabel	Peran	Jumlah Item	Referensi
X1	Confirmation	Independen	3	[3]
X2	Percieved Security	Independen	3	[4]
X3	Percieved Convenience	Independen	3	[4]
X4	Usability	Independen	4	[8][9]
Z1	Percieved Usefulness	Intervening	3	[3]
Z2	Satisfaction	Intervening	3	[3]
Z3	Trust	Intervening	3	[4]
Y	Continuance Intention	Dependen	3	[3][4]
Total Item			25	

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis utama yang diimplementasikan adalah *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.1.1.8. Pilihan terhadap PLS-SEM didasarkan pada karakteristik penelitian yang bersifat prediktif-eksploratif dengan model struktural kompleks, di mana asumsi normalitas multivariat pada data survei dari populasi heterogen sulit dipenuhi [14]. Pengujian model dilaksanakan dalam tiga tahap sekuensial. Tahap pertama adalah evaluasi *outer model* yang mencakup pengujian validitas konvergen (*loading factor* > 0,70; AVE > 0,50), reliabilitas konstruk (*Cronbach's Alpha* > 0,70; CR > 0,70), dan validitas diskriminan menggunakan pendekatan HTMT *inference* berbasis *confidence interval bootstrap* [11]. Tahap kedua adalah evaluasi *inner model* yang meliputi penilaian kekuatan prediktif (R^2) dan pengujian signifikansi jalur melalui *bootstrapping* 5.000 *subsamples* (t-statistik > 1,96; p-value < 0,05). Tahap ketiga adalah analisis efek mediasi melalui *Specific Indirect Effects* dan *Variance Accounted For* (VAF), dengan kategorisasi: VAF < 20% tidak ada mediasi, 20%–80% mediasi parsial, dan VAF > 80% mediasi penuh. Sebagai prosedur mitigasi *Common Method Bias* (CMB), dilakukan Harman's *Single Factor Test* terhadap seluruh 25 item pengukuran.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Responden

Pengumpulan data menghasilkan 130 responden valid setelah satu responden dieliminasi karena tidak memenuhi kriteria inklusi. Responden didominasi secara mutlak oleh pelaku usaha berusia 18–30 tahun (99,2%; n=129), mengindikasikan bahwa basis pengguna QRIS aktif pada ekosistem UMKM Kota Kediri saat ini dikuasai oleh generasi *digital native*. Dari sisi sektor usaha, segmen kuliner dan makanan-minuman mendominasi dengan proporsi 53,8% (n=70), diikuti perdagangan/ritel dan kerajinan industri kreatif masing-masing 13,8% (n=18). Sebanyak 42,3% responden (n=55) telah menjalankan usaha lebih dari satu tahun, sementara 31,5% (n=41) merupakan pelaku usaha rintisan berusia operasional 1–3 bulan. Karakteristik demografis ini menjadi konteks penting dalam menginterpretasikan hasil pengujian hipotesis, khususnya terkait peran *Usability* yang tidak signifikan terhadap *Perceived Usefulness*, sebagaimana dibahas pada sub-bab D.

B. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi *outer model* dilakukan melalui tiga kriteria utama: validitas konvergen, reliabilitas konstruk, dan validitas diskriminan. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 2

Tabel 2. Hasil Pengujian Reliabilitas dan Validitas Konvergen.

Konstruk	Cronbach's Alpha	CR (rho_C)	AVE
Confirmation (X1)	0,926	0,953	0,872
Percieved Security (X2)	0,928	0,954	0,874
Percieved Convenience (X3)	0,897	0,936	0,829
Usability (X4)	0,830	0,887	0,665
Percieved Usefulness (Z1)	0,904	0,940	0,840
Satisfaction (Z2)	0,930	0,956	0,878
Trust (Z3)	0,936	0,959	0,886
Continuance Intention (Y)	0,896	0,935	0,828

Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh nilai *Composite Reliability* (CR) berada pada rentang 0,887–0,959 dan *Cronbach's Alpha* antara 0,830–0,936, seluruhnya melampaui ambang batas minimum 0,70 [12]. Nilai AVE seluruh konstruk berkisar antara 0,665–0,886, melampaui threshold 0,50 sehingga validitas konvergen terpenuhi secara keseluruhan. Satu item pada konstruk *Usability* (USB3) memperoleh *outer loading* sebesar 0,674, sedikit di bawah threshold 0,70, namun dipertahankan karena eliminasinya tidak meningkatkan nilai AVE secara signifikan dan konten validitasnya tetap relevan secara teoretis. Pengujian validitas diskriminan menggunakan pendekatan HTMT *inference* berbasis *confidence interval bootstrap* [15] membuktikan bahwa seluruh 28 pasangan konstruk memiliki batas atas *confidence interval* 97,5% di bawah nilai 1,000 (rentang 0,851–0,995), mengonfirmasi bahwa seluruh konstruk mewakili dimensi yang berbeda secara statistik.

C. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural dilakukan melalui penilaian koefisien determinasi (R^2) pada setiap konstruk endogen, sebagaimana disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Evaluasi Koefisien Determinasi (R^2)

Konstruk Endogen	R^2	Kategori
Percieved Usefulness (Z1)	0,691	Moderat-Kuat
Satisfaction (Z2)	0,825	Kuat
Trust (Z3)	0,792	Kuat
Continuance Intention (Y)	0,698	Moderat-Kuat

Seluruh nilai R^2 melampaui ambang batas moderat 0,50 [10]. Konstruk *Satisfaction* mencatat nilai tertinggi ($R^2=0,825$), mengindikasikan bahwa 82,5% variansi kepuasan *merchant* mampu dijelaskan oleh prediktor-prediktornya dalam model. Evaluasi relevansi prediktif melalui prosedur PLSpredict menunjukkan nilai Q^2 predict positif untuk seluruh indikator pada konstruk endogen, mengonfirmasi model memiliki relevansi prediktif yang memadai.

D. Pengujian Hipotesis

Pengujian signifikansi jalur struktural dilakukan menggunakan prosedur *bootstrapping* dengan 5.000 *subsamples*. Hubungan antarvariabel dinyatakan signifikan apabila T-Statistik > 1,96 dan P-Value < 0,05. Hasil selengkapnya disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis (*Direct Effects*)

H	Jalur Kausalitas	β	t	p	Keputusan
---	------------------	---------	---	---	-----------

H1	Usability (X4) → Perceived Usefulness (Z1)	-0,020	0,215	0,829	Ditolak
H2	Confirmation (X1) → Perceived Usefulness (Z1)	0,280	2,672	0,008	Diterima
H3	Perceived Security (X2) → Perceived Usefulness (Z1)	0,153	1,934	0,053	Ditolak
H4	Perceived Convenience (X3) → Perceived Usefulness (Z1)	0,482	4,566	0,000	Diterima
H5	Confirmation (X1) → Satisfaction (Z2)	0,244	2,444	0,015	Diterima
H6	Perceived Usefulness (Z1) → Satisfaction (Z2)	0,459	6,917	0,000	Diterima
H7	Usability (X4) → Satisfaction (Z2)	0,296	3,898	0,000	Diterima
H8	Perceived Security (X2) → Trust (Z3)	0,261	3,920	0,000	Diterima
H9	Satisfaction (Z2) → Trust (Z3)	0,687	11,053	0,000	Diterima
H10	Trust (Z3) → Continuance Intention (Y)	0,835	23,028	0,000	Diterima

Sumber: *Output SmartPLS 4.1.1.8, Bootstrapping 5.000 subsamples (n=130), 2026.*

Tabel 4 menunjukkan bahwa delapan dari sepuluh hipotesis yang diajukan terbukti signifikan (H2, H4, H5, H6, H7, H8, H9, H10), sementara dua hipotesis (H1 dan H3) tidak terbukti signifikan. Jalur terkuat dalam keseluruhan model adalah Trust → Continuance Intention (H10: $\beta=0,835$; $t=23,028$; $p=0,000$), menegaskan posisi sentral kepercayaan sebagai penentu akhir niat penggunaan berkelanjutan.

E. Analisis Mediasi

Pengujian peran mediasi variabel intervening dilakukan menggunakan *Variance Accounted For* (VAF). Hasil analisis disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Analisis Mediasi (*Variance Accounted For*)

Jalur Mediasi	β Indirect	β Direct	VAF	Tipe Mediasi
---------------	------------------	----------------	-----	--------------

Confirmation → [PU] → Satisfaction	0,128*	0,244*	34,4%	Parsial
Usability → [PU] → Satisfaction	-0,009 (ns)	0,296*	N/A	Tidak Ada
Perceived Security → [PU+SAT] → Trust	0,048*	0,261*	15,5%	Tidak Ada
Satisfaction → [TR] → CI	0,573*	-	100%	Penuh
Perceived Usefulness → [SAT+TR] → CI	0,263*	-	100%	Penuh
Usability → [SAT+TR] → CI	0,170*	-	100%	Penuh
Confirmation → [SAT+TR] → CI	0,140*	-	100%	Penuh
Perceived Security → [TR] → CI	0,218*	-	100%	Penuh

* $p < 0,05$; ns = tidak signifikan. Sumber: Output SmartPLS 4.1.1.8, Specific Indirect Effects ($n=130$), 2026.

Temuan paling menonjol pada Tabel 5 adalah posisi *Trust* (Z3) sebagai mediator penuh (*full mediator*) bagi seluruh jalur yang menuju *Continuance Intention*, karena tidak terdapat satu pun jalur langsung dari konstruk anteseden manapun ke Y selain melalui Z3.

F. Pembahasan

Konfirmasi terhadap H2 ($\beta=0,280$; $p=0,008$) dan H4 ($\beta=0,482$; $p=0,000$) membuktikan bahwa *Confirmation* dan *Perceived Convenience* merupakan prediktor signifikan *Perceived Usefulness*, konsisten dengan model ECM orisinal [3] dan diperkuat oleh temuan Habib dkk. pada konteks *mobile banking* [4]. Temuan H4 yang mencatat koefisien jalur terbesar di antara prediktor Z1 mengindikasikan bahwa kemudahan akses berbasis dimensi waktu dan tempat merupakan determinan utama persepsi kebermanfaatan QRIS bagi merchant UMKM, selaras dengan karakteristik operasional bisnis mikro yang menuntut fleksibilitas transaksi tinggi.

Penolakan H1 (Usability → Perceived Usefulness: $\beta=-0,020$; $p=0,829$) merupakan temuan orisinal yang secara empiris menantang asumsi awal penelitian. Hasil ini diduga disebabkan oleh

dominasi responden dari kelompok *digital native* berusia 18–30 tahun (99,2%), bagi siapa kemudahan teknis antarmuka cenderung diperlakukan sebagai prasyarat dasar (*hygiene factor*) yang *taken for granted*, bukan faktor pembeda yang meningkatkan persepsi manfaat. Meskipun H1 ditolak, *Usability* tetap terbukti berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *Satisfaction* melalui H7 ($\beta=0,296$; $p=0,000$), mengindikasikan bahwa kualitas antarmuka QRIS memengaruhi kepuasan pengguna melalui jalur afektif tanpa harus dimediasi persepsi kebermanfaatan. Penolakan H3 (*Perceived Security* → *Perceived Usefulness*: $\beta=0,153$; $p=0,053$) menunjukkan pola serupa: persepsi keamanan lebih relevan dalam membentuk kepercayaan (H8: $\beta=0,261$; $p=0,000$) daripada persepsi manfaat fungsional, mendukung temuan Habib dkk. yang menemukan *Security* → *Trust* sebagai jalur terkuat dalam ekosistem pembayaran digital [4]. Hasil ini juga merespons inkonsistensi yang diidentifikasi Fahlevi dkk. [5], di mana pada konteks QRIS merchant UMKM, *Perceived Usefulness* justru terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* (H6: $\beta=0,459$; $p=0,000$), mengklarifikasi bahwa inkonsistensi tersebut bersifat konteks-spesifik.

Temuan terpenting penelitian ini adalah posisi *Trust* sebagai *full mediator* dan *final gatekeeper* menuju *Continuance Intention* (H10: $\beta=0,835$; $t=23,028$; $R^2=0,696$). Jalur mediasi terkuat adalah *Satisfaction* → *Trust* → *CI* ($\beta=0,573$; $p=0,000$), mengonfirmasi bahwa kepercayaan bukan sekadar anteseden parsial melainkan prasyarat absolut bagi keberlanjutan adopsi teknologi pembayaran digital pada pelaku UMKM yang sangat sensitif terhadap risiko finansial transaksi. Temuan ini memperluas dan memperkuat argumen Hamid dkk. mengenai peran krusial kepercayaan dalam ekosistem QRIS [7], sekaligus menegaskan bahwa setiap investasi kebijakan yang ditujukan untuk meningkatkan *Continuance Intention* harus diarahkan pada penguatan dimensi kepercayaan, bukan semata-mata pada penambahan fitur fungsional atau perbaikan antarmuka.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa model *Extended Expectation Confirmation Model* (EECM) yang diperluas dengan konstruk *Usability* valid diterapkan pada konteks *merchant* QRIS di kota tier-2 Indonesia, dengan delapan dari sepuluh hipotesis yang diajukan terbukti signifikan. Secara keseluruhan, ekosistem QRIS pada UMKM di Kota Kediri telah mencapai tingkat kematangan yang baik, dengan enam dari delapan konstruk berada pada Level 4 (Optimal) berdasarkan kerangka penilaian adopsi berjenjang. *Perceived Convenience* terbukti sebagai prediktor terkuat *Perceived Usefulness* ($\beta=0,482$), sementara *Usability* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* ($\beta=0,296$) namun tidak terhadap *Perceived Usefulness* — temuan yang mengindikasikan pergeseran peran kemudahan antarmuka menjadi faktor afektif, bukan kognitif-fungsional, pada kelompok pengguna *digital native*. Temuan sentral penelitian ini adalah posisi ***Trust*** sebagai mediator penuh (*full mediator*) dan penentu tunggal (*final gatekeeper*) *Continuance Intention* ($\beta=0,835$; $R^2=0,696$), menegaskan bahwa keberlanjutan ekosistem QRIS sepenuhnya bergantung pada dimensi kepercayaan pengguna terhadap penyelenggara layanan.

Implikasi praktis dari temuan ini mengarahkan Bank Indonesia, Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP), dan Pemerintah Kota Kediri untuk memprioritaskan penguatan persepsi keamanan transaksi dan transparansi kebijakan layanan sebagai strategi retensi *merchant* yang paling strategis, mengingat *Perceived Security* mencatat *gap* terbesar dari kondisi ideal (0,904)

dan *Trust* terbukti sebagai satu-satunya jalur menuju *Continuance Intention*. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan desain longitudinal dengan cakupan geografis yang lebih luas ke kota-kota tier-2 lain di Jawa Timur, serta mengintegrasikan perspektif konsumen pembeli guna membangun pemahaman ekosistem QRIS yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] APJII, “Survei Internet Indonesia,” 2023.
- [2] A. Habib, E. Pramana, H. Junaedi, and E. Ronando, “Extending the Expectation Confirmation Model to Examine Continuous Use Mobile Banking: Security, Trust, and Convenience,” *INTENSIF: Jurnal Ilmiah Penelitian dan Penerapan Teknologi Sistem Informasi*, vol. 9, no. 1, pp. 76–96, Feb. 2025, doi: 10.29407/intensif.v9i1.23751.
- [3] A. Bhattacherjee, “Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model Author(s): Anol Bhattacherjee Source,” 2001.
- [4] Raka Fahlevi, D. U. L. T. 1, Muhammad Ridzki Adika, and Mardiana Purwaningsih4, “Continuance Intention pada Aplikasi E-Wallet dengan Menggunakan Extended Expectation Confirmation Model (EECM),” 2AD.
- [5] F. P. Simbolon and E. Klesia, “Exploring the Impact of Confirmation, Perceived Usefulness, and Perceived Risk on User Satisfaction and Continuance Intention of Paylater Users,” *Binus Business Review*, vol. 15, no. 3, pp. 251–260, Oct. 2024, doi: 10.21512/bbr.v15i3.11829.
- [6] G. T. Toli and W. Bharata, “Adaptasi Expectation Confirmation Model dalam Pengukuran Continuance Intention dengan Menggunakan E-Service Quality pada Pengguna MyBCA,” *International Journal of Community Service Learning*, vol. 8, no. 4, pp. 364–372, Nov. 2024, doi: 10.23887/ijcs.v8i4.85244.
- [7] N. Hamid, M. S. Maksar, Y. Swastika, and A. M. Z. Tenripadang, “An Analysis of the Continuance Intention of QRIS Users in Southeast Sulawesi Using the Expectation Confirmation Model (ECM),” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 13, no. 1, pp. 68–78, Jun. 2025, doi: 10.26905/jmdk.v13i1.15557.
- [8] A. Pratama, S. Sucipto, and A. Nugroho, “Evaluasi Efektivitas E-Learning Menggunakan Usability Testing dengan Metode TOPSIS,” *JSITIK: Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi Komputer*, vol. 3, no. 1, pp. 1–16, Sep. 2024, doi: 10.53624/jsitik.v3i1.430.
- [9] D. Husrizal Syah, F. Rahman Dongoran, E. Wahyu Nugrahadi, and R. Aditia, “Understanding the technology acceptance model in the QRIS usage: Evidence from SMEs in Indonesia,” *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, vol. 11, no. 6, pp. 12–19, Sep. 2022, doi: 10.20525/ijrbs.v11i6.1917.
- [10] N. Ajijah, D. Harini, S. B. Riono, S. Manajemen, F. Ekonomi, and D. Bisnis, “The Influence of Brand Image, Price and Product Quality on Purchasing Decisions (Case Study of Customers at Gembong Gedhe Bakery),” 2023.
- [11] H. Hexmoor, B. McLaughlan, and G. Tuli, “Natural human role in supervising complex control systems,” *Journal of Experimental and Theoretical Artificial Intelligence*, vol. 21, no. 1, pp. 59–77, Mar. 2009, doi: 10.1080/09528130802386093.
- [12] R. Candra, P. Putra, R. Indriati, and D. Harini, “Pengukuran Tingkat Usability Website Layanan Pendidikan Daerah Menggunakan System Usability Scale (SUS),” [Online]. Available: <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/noe>
- [13] Triandini Evi, Rusli M, and Sudarma IB, “Implementasi Model B2C Berdasarkan ISO 9241-151 Studi Kasus Tenun Endek, Klungkung, Bali,” 2017.
- [14] A. D. Ansori and S. Nugroho, “The Role of Trust on the Continuance Usage Intention of Indonesian Mobile Payment Application,” *Gadjah Mada International Journal of Business*, vol. 26, no. 2, pp. 231–257, 2024.
- [15] A. Bernika Ifada and Z. Abidin, “Factor Analysis of Continuance Intention to Use QR Code Mobile Payment Services: An Extended Expectation-Confirmation Model (ECM),” *Journal of Advances in Information Systems and Technology*, vol. 4, no. 2, 2022, [Online]. Available: <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jaist>