

## Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan QR Code sebagai Alat Transaksi: Studi pada Generasi Z

### *Factors Influencing the Use of QR Code as a Transaction Tool: A Study on Generation Z*

Nabilla Ramadhani<sup>1</sup>, Agung Dharmawan Buchdadi<sup>2</sup>, Muhammad Fawaiq<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

e-mail: <sup>1</sup>[nabillaramadhani\\_1707618071@mhs.unj.ac.id](mailto:nabillaramadhani_1707618071@mhs.unj.ac.id), <sup>3</sup>[muhammadfawaiq@unj.ac.id](mailto:muhammadfawaiq@unj.ac.id)

<sup>2</sup>Fakultas Pascasarjana, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

e-mail: <sup>2</sup>[abuchdadi@unj.ac.id](mailto:abuchdadi@unj.ac.id)

Diterima	Direvisi	Disetujui
01-20-2023	01-25-2023	01-28-2023

#### ABSTRACT

*This study aims to examine the factors that influence QR Code usage for generation Z in Jabodetabek. There are five variables in this study, such as perceived ease of use, perceived usefulness, perceived security, satisfaction, and continuance intention. This study was using quantitative method with non-probability sampling and an online questionnaire using a five points likert scale. The population in this study was generation Z from 17-27 years old, had ever using QRIS, and live in Jabodetabek. Has collected 215 respondents. This study uses SEM (Structural Equation Model) using two applications: IBM SPSS dan AMOS. The results show that perceived usefulness and perceived ease of use affect satisfaction directly. Perceived usefulness, perceived ease of use, perceived security, and satisfaction affect continuance intention directly. The last one, perceived usefulness and perceived ease of use affect continuance intention indirectly and was mediated by satisfaction.*

**Keyword:** *Continuance intention, generation Z, Jabodetabek.*

#### ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai salah satu bahan uji dari faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan QR Code pada generasi Z di Jabodetabek. Adapun lima variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah *perceived ease of use, perceived usefulness, perceived security, satisfaction, dan continuance intention*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *non-probability sampling*, dengan cara menyebarkan kuesioner tertutup secara daring menggunakan skala *likert* 5 poin. Populasi yang digunakan adalah generasi Z dari rentang usia 17-27 tahun, pernah menggunakan QRIS, dan berdomisili di Jabodetabek. Pada penelitian ini didapatkan sebanyak 215 responden terpilih. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM (*Structural Equation Model*) dengan dua aplikasi, yaitu: IBM SPSS dan AMOS. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh secara langsung terhadap *satisfaction*. *Perceived usefulness, perceived ease of use, perceived security, dan satisfaction* berpengaruh secara langsung terhadap *continuance intention*. Serta, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh secara tidak langsung terhadap *continuance intention* dan dimediasi melalui *satisfaction*.

**Kata kunci:** *Continuance intention, generasi Z, Jabodetabek.*

#### PENDAHULUAN

Di era pandemi ini, banyak sektor terdampak, salah satunya ekonomi. Salah satu teknologi yang dijadikan solusi atas permasalahan ekonomi dimasa pandemi adalah *financial technology*, untuk mempersingkat transaksi melalui teknologi (Hadad, 2017). Dalam rangka mendukung adanya perluasan pembayaran melalui teknologi yang dikenal sebagai *fintech* ini,

<https://jurnal.umt.ac.id/index.php/digibis>

OJK menunjuk Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) sebagai asosiasi penyelenggara Inovasi Keuangan Digital (IKD) pada 9 Agustus 2019 (Otoritas Jasa Keuangan, 2018). Lebih lanjut, dalam program strategis Bank Indonesia melalui laporan tahunan Bank Indonesia tahun 2021, dilakukan penajaman termasuk di dalamnya kepada sektor *digital*, yaitu dengan pengembangan *digital* Rupiah sebagai alat pembayaran *digital* yang sah (Bank Indonesia, 2021).

Bank Indonesia pun telah merancang elektronifikasi pada yang disebut sebagai Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) tepat pada tanggal 14 Agustus 2014, bertujuan untuk mewujudkan ekosistem *cashless society* pada masyarakat Indonesia (Bank Indonesia, 2020). Salah satu bentuk implementasi elektronifikasi ini adalah melalui *Quick Response (QR) Code*. Habibi et al. (2020) menjelaskan melalui bukunya mengenai *QR Code*, bahwa kecanggihan *QR Code* termasuk tinggi karena data yang dipindai akan diperlihatkan baik secara vertikal maupun horizontal sesuai dengan perintah pemograman, dapat menampung lebih banyak informasi dibanding barcode, dan menggunakan algoritma *Reed-Solomon Code* untuk meminimalisir terjadinya kesalahan.

Mengenai sistem pembayaran menggunakan *QR Code*, Bank Indonesia telah mengeluarkan peraturan terkait pembayaran elektronik yang diatur dalam Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019 tentang Implementasi Standar Nasional *Quick Response Code* untuk Pembayaran, alat transaksi tersebut dinamakan sebagai QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) yang harus digunakan bagi setiap transaksi yang difasilitasi dengan opsi pembayaran *QR Code* (Bank Indonesia, 2019).

Salah satu pengguna sistem pembayaran QRIS adalah generasi Z, yang terbiasa menggunakan pembayaran *digital*. Generasi Z adalah mereka yang lahir pada tahun 1995-2010 atau biasa dikenal dengan *iGeneration*, termasuk ke dalam generasi yang tumbuh dan berkembang di era informasi *digital* dan teknologi. Generasi ini biasa disebut sebagai “*digital-ities*” atau *tech savvy* (Cilliers, 2017; Rachmawati, 2019; Western Governor University, 2021).

Pada penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penggunaan teknologi, terutama pada pembayaran digital, didapatkan beberapa teori yang digunakan oleh para ahli dan peneliti. Salah satu teori yang digunakan adalah TAM (*Theory Acceptance Model*). Secara umum, ada dua variabel yang diuji dalam penelitian ini, yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Variabel-variabel tersebut diuji guna mendapatkan hasil yang sesuai dan signifikan mengenai penelitian terkait.

Penelitian yang berkaitan dengan *digital payment* dan menggunakan TAM telah dilakukan oleh beberapa peneliti, seperti penelitian yang dilakukan oleh Trivedi & Yadav (2020) mengenai niat pembelian berulang pada generasi Y di India, dengan menggunakan variabel *security, ease of use, privacy concern, trust, dan e-satisfaction*. Lebih lanjut, Chan et al. (2020) melakukan penelitian di Malaysia mengenai niat berperilaku dalam penggunaan dompet digital. Faktor-faktor yang digunakan adalah *mobile usefulness, mobile ease of use, mobile perceived compatibility, mobile perceived security, mobile perceived trust, dan mobile user mobility*.

Dengan demikian, peneliti akan melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan berkelanjutan untuk menggunakan *QR Code* sebagai alat pembayaran *digital*. Variabel-variabel yang diambil dalam pengukuran ini adalah *satisfaction, perceived usefulness, perceived ease of use dan perceived security*. Dengan sampel yang diambil adalah para pengguna yang merupakan generasi Z di wilayah Jabodetabek.

## KAJIAN PUSTAKA

### TAM (*Technology Acceptance Model*)

Salah satu model mengenai penggunaan teknologi yang dijadikan acuan adalah model yang

diperkenalkan oleh Davis (1986), yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dirancang sebagai salah satu model mengenai sistem informasi yang dianalisa berdasarkan penerimaan pemakai (*user acceptance*). Dalam pengaplikasiannya, model ini menjadikan 2 variabel sebagai variabel acuan yang harus ada di dalam kerangka teori yang akan digunakan, yaitu: persepsi kemudahan dalam menggunakan teknologi serta persepsi manfaat yang didapatkan dari penggunaan teknologi tersebut, *output* dari model ini adalah penggunaan terhadap teknologi yang akan dipakai. Szajna (1994) melalui penelitiannya menemukan bahwa model yang diuji melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) memiliki hasil realibilitas dan validitas yang tinggi terhadap penggunaan suatu teknologi.

#### ***Continuance Intention***

Bhattacharjee (2001) mendefinisikan bahwa *continuance intention* adalah penggunaan secara berkelanjutan terhadap suatu sistem yang akan mengakibatkan kesuksesan jangka panjang, dengan catatan kesuksesan dari aplikasi tersebut sebanding dengan penerapan di awal percobaan. Praveena & Thomas (2014) juga mengatakan bahwa niat penggunaan berulang dikategorikan sebagai keinginan tiap individu untuk menggunakan suatu sistem informasi secara berulang kali sebagai tanda dan bentuk penggunaan dan penerimaan atas informasi tersebut.

#### ***Perceived Ease of Use***

*Perceived ease of use* didefinisikan sebagai seberapa jauh acuan kepercayaan seseorang di saat menggunakan sistem tertentu, hanya memerlukan lebih sedikit usaha yang disbanding dengan sistem lainnya. Di mana di dalam penggunaannya, termasuk kebebasan dalam memudahkan suatu usaha (Davis, 1989). Penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh (2000) menyimpulkan bahwa dengan adanya kemudahan dalam menggunakan sistem tertentu, maka akan didapatkan pengalaman lebih banyak antara *user* dengan sistem yang diterapkan. Sehingga, pengguna tidak perlu mengeluarkan lebih banyak tenaga dalam penggunaan sistem tersebut.

#### ***Perceived Usefulness***

Davis (1989, p. 240) menyatakan bahwa *perceived usefulness* didefinisikan sebagai “*the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance.*” Atau tingkat kepercayaan seseorang terhadap penggunaan pada suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Selaras dengan itu, kebermanfaatan juga dikenal sebagai kapabilitas dalam penggunaan sistem yang menguntungkan. Barkhi & Wallace (2007) mendefinisikan persepsi kebermanfaatan sebagai salah satu peluang untuk dapat mengukur seberapa berguna suatu sistem. Salah satu manfaatnya adalah dengan semakin cepatnya hasil yang ingin ditemukan.

#### ***Perceived Security***

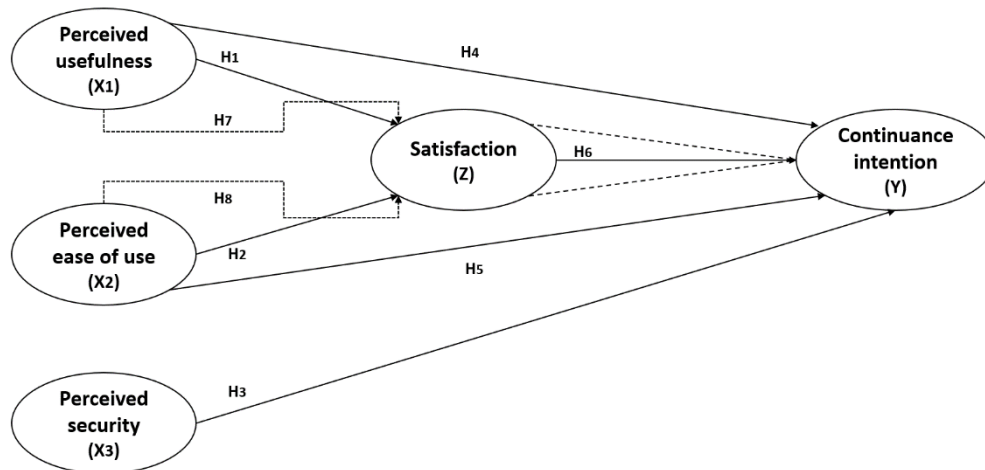
Chellappa & Pavlou (2002) mendefinisikan bahwa *perceived security* akan menghilangkan ancaman yang terjadi terhadap perangkat lunak dan data yang disebabkan oleh kelemahan dalam desain sistem, implementasi, maupun prosedur penggunaan. Balapour et al. (2020) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *perceived security* adalah persepsi tindakan yang tepat dari penyedia aplikasi untuk melindungi informasi dari pelanggaran keamanan dan setelah transmisi yang diproses oleh sebuah sistem.

#### ***Satisfaction***

Yi (1990) melalui bukunya, mendefinisikan kepuasan sebagai suatu kebiasaan yang dilakukan sebagai hasil dari perjual-belian maupun hal-hal yang dapat dirasakan oleh konsumen setelah melakukan interaksi dengan penjual atau penyedia layanan. Menurut Giese & Cote (2000), *satisfaction* secara umum dikategorikan menjadi tiga bagian: (1) respon dari pengguna sebelum menerima sesuatu (emosional dan kognitif), (2) respon yang dirasakan oleh pengguna

atas sesuatu yang sedang diterima maupun dirasakan (ekspektasi, produk, konsumsi, pengalaman), dan (3) respon yang dirasakan ketika sudah sepenuhnya mendapatkan pengalaman.

### Kerangka Teoritis



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2022

Gambar 1. Model Kerangka Teori

### Perceived Usefulness dan Satisfaction

Sachan et al. (2018) melakukan pengujian kepada 197 responden yang merupakan pengguna layanan *e-government* di India. Salah satu hipotesis yang diuji adalah *perceived usefulness* terhadap *user satisfaction*, hasil yang didapatkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *user satisfaction*. Penelitian yang dilakukan oleh Ghazal et al. (2018) kepada 174 mahasiswa di Malaysia mengenai penggunaan *blended learning*. Salah satu hipotesis yang diuji adalah pengaruh *perceived usefulness* terhadap *satisfaction*. Hasilnya, *perceived usefulness* secara positif mempengaruhi *satisfaction*.

### Perceived Ease of Use dan Satisfaction

Rizan et al. (2019) menguji 200 responden yang merupakan pengguna Grab dengan salah satu kriteria berdomisili di daerah Jakarta. Salah satu hipotesis yang diuji adalah pengaruh *perceived ease of use* terhadap *satisfaction*. Hasilnya, *perceived ease of use* mempengaruhi *satisfaction*. Penelitian yang dilakukan oleh Mandasari & Giantari (2017) mengenai penggunaan aplikasi Go-jek di daerah Denpasar dengan responden sebanyak 170 orang pengguna, dengan minimal penggunaan sebanyak 3 kali selama rentang waktu 3 bulan. Hasilnya, pengguna merasakan kemudahan yang mengakibatkan kepuasan secara positif dan signifikan.

### Perceived Security dan Continuance Intention

Kuncoro et al. (2020) dengan penelitiannya yang mengumpulkan data dari 336 responden pengguna M-Banking di Jakarta. Dari beberapa hipotesis, salah satu yang diuji adalah pengaruh *perceived security* terhadap *continuance intention*. Hasil yang didapatkan bahwa *perceived security* mempengaruhi *continuance intention*. Penelitian yang dilakukan oleh Gupta et al. (2020) kepada para pengguna aktif dompet digital di India. Salah satu hipotesis yang diuji

adalah pengaruh *perceived security* terhadap *continuance intention*. Hasil yang didapatkan sesuai dengan hipotesis, bahwa *perceived security* mempengaruhi *continuance intention* secara positif.

#### ***Perceived Usefulness dan Continuance Intention***

Penelitian yang dilakukan oleh Li & Fang (2019) kepada 497 pengguna aplikasi *MyStarbucks* terkait penggunaan berulang yang dilakukan di China. Dari beberapa hipotesis, salah satu di antaranya adalah pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention*. Hasilnya, *perceived usefulness* menghasilkan pengaruh yang positif terhadap *continuance intention*. Kedua peneliti ini, Puriwat & Tripopsakul (2021) meneliti di masa pandemi COVID-19 mengenai penggunaan berulang terhadap pembayaran secara non-tunai di Thailand kepada 142 responden. Salah satu hipotesis yang diuji adalah pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention*. Hasilnya, *perceived usefulness* mempengaruhi *continuance intention* secara signifikan dan positif.

#### ***Perceived Ease of Use dan Continuance Intention***

Penelitian terkait niat penggunaan berulang terhadap pembelajaran via ponsel yang dilakukan oleh Al-Emran et al. (2020) kepada 273 mahasiswa pascasarjana di Universitas British Dubai. Salah satu hipotesis yang diuji adalah pengaruh *perceived ease of use* terhadap *continuance intention*. Hasil sesuai hipotesis didapatkan bahwa *perceived ease of use* secara signifikan mempengaruhi *continuance intention*. Penelitian yang dilakukan oleh Bagaskara et al. (2021) kepada 200 responden yang berasal dari Universitas Negeri Jakarta dan menggunakan *google classroom*, didapatkan salah satu hipotesis yang dilakukan pengujian adalah mengenai *perceived ease of use* dan *continuance intention*. Hasilnya, *perceived ease of use* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention*.

#### ***Satisfaction dan Continuance Intention***

Maqableh et al. (2021) melakukan penelitian kepada mahasiswa di Yordan dengan total responden sebanyak 476 orang. Dari beberapa hipotesis yang diuji, salah satunya adalah *satisfaction* dan *continuance intention*. Hasilnya, *satisfaction* mempengaruhi *continuance intention* secara signifikan. Kedua peneliti ini, Imlawi & Gregg (2020) melakukan penelitian kepada 234 responden yang merupakan profesional dalam bidang kesehatan di Yordania. Salah satu hipotesis yang diuji adalah *satisfaction* terhadap *continuance intention*. Hasilnya, *satisfaction* mempengaruhi *continuance intention*.

#### ***Perceived Usefulness dan Continuance Intention melalui Satisfaction***

Damanik et al. (2022) meneliti 140 responden yang merupakan generasi milenial dan merupakan pengguna *e-wallet* di Medan, salah satu hipotesis yang diuji adalah *perceived usefulness* dan *continuance intention* melalui *satisfaction*. Hasilnya, *perceived usefulness* secara positif dan signifikan mempengaruhi *continuance intention* melalui *satisfaction*. Budirahardjo & Laksmidewi (2022) melakukan penelitian terhadap 350 responden yang berdomisili di Pulau Jawa, dengan catatan sebagai pengguna oPay, OVO, DANA, atau ShopeePay dalam satu bulan terakhir. Penelitian ini menghasilkan salah satu hipotesis berupa *satisfaction* memediasi pengaruh *perceived usefulness* ke *continuance intention*.

#### ***Perceived Ease of Use dan Continuance Intention melalui Satisfaction***

Penelitian yang dilakukan oleh Hermawan & Paramita (2021) terhadap 201 responden yang merupakan pengguna aplikasi Halodoc yang berada di Pulau Jawa, didapatkan bahwa *perceived ease of use* mempengaruhi *continuance intention* melalui *satisfaction*. Kedua peneliti ini, Olivia & Marchyta (2022) meneliti 97 pengguna *e-wallet* di Indonesia. Salah satu hipotesis

yang digunakan adalah pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* melalui *satisfaction*. Hasilnya, *perceived usefulness* secara positif dan signifikan mempengaruhi *continuance intention* melalui *satisfaction* sebagai variabel mediasi.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang diolah menggunakan data primer melalui kuesioner yang disebarakan secara daring. Variabel yang diteliti adalah *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived security*, *satisfaction*, dan *continuance intention*.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z yang (lahir pada tahun 1995-2010 dan berusia 17 tahun) serta menggunakan QRIS secara berulang. sampel oleh peneliti adalah generasi Z (lahir pada tahun 1995-2010 dan berusia 17 tahun), berdomisili/tinggal di daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek), menggunakan QRIS secara berulang kali sebagai alat pembayaran sebanyak min. tiga kali dalam enam bulan terakhir, serta bersedia untuk mengisi kuesioner secara daring dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Peneliti mempunyai target sebanyak 200 responden.

### Teknik Pengumpulan Data dan Skala Pengukuran

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan menyebarkan kuesioner daring yang telah disiapkan dengan mencantumkan pertanyaan terkait dengan kriteria responden dan variabel-variabel yang telah ditentukan. Data yang akan diolah rata-rata memiliki pertanyaan berupa skala likert mengenai: persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, kepuasan pengguna, dan niat untuk menggunakan QRIS secara berulang. Dalam skala likert tersebut memiliki ukuran dalam 5 poin skala *likert* dengan keterangan sebagai berikut: (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral, (4) Setuju, dan (5) Sangat Setuju.

### Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM). Alat analisis yang digunakan adalah SPSS dan AMOS. Untuk uji validitas menggunakan metode *Pearson Product Moment Correlation Coefficient (Pearson's Correlation)*, jika  $r\text{-tabel} > \text{Pearson Correlation}$ , maka dikategorikan berhubungan/valid (Hair et al., 2019). Uji reliabilitas dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,60$  (Streiner, 2003). Uji hipotesis menggunakan uji T, nilai  $P > 0,05$  dan nilai C.R.  $> 1,96$  (CR = Nilai t-hitung) untuk dapat diterima (Minto, 2016). Terakhir, uji kelayakan model, agar dapat dikatakan *fit*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Data

Data ini diperoleh melalui kuesioner daring yang telah disebarakan dan menghasilkan sebanyak 215 responden yang dapat diolah. Untuk memberikan gambaran populasi survei, maka peneliti membagi data responden berdasarkan enam kriteria, yaitu: jenis kelamin, usia, domisili, aplikasi yang digunakan saat bertransaksi melalui QRIS, Pendidikan terakhir, serta pekerjaan.

Tabel 1. Jumlah dan Persentase Profil Responden

		Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	68	23,2

	Perempuan	147	50,2
	<b>Total</b>	<b>215</b>	<b>100</b>
<b>Usia</b>	17-20	68	23,2
	21-23	119	40,6
	24-27	28	9,6
	<b>Total</b>	<b>215</b>	<b>100</b>
<b>Domisili</b>	Jakarta	119	40,6
	Bogor	26	8,9
	Depok	11	3,8
	Tangerang	24	8,2
	Bekasi	35	11,9
	<b>Total</b>	<b>215</b>	<b>100</b>
<b>Aplikasi yang digunakan saat bertransaksi melalui QRIS</b>	OVO	12	4,1
	GoPay	27	9,2
	Dana	59	20,1
	ShopeePay	27	9,2
	M-banking BSI	16	5,5
	M-banking BCA	42	14,3
	Livin' by Mandiri	11	3,8
	M-banking BNI	9	3,1
	M-banking BRI	9	3,1
	Lainnya	3	1
	<b>Total</b>	<b>215</b>	<b>100</b>
<b>Pendidikan terakhir</b>	< SLTA	33	11,3
	SLTA	112	38,2
	Diploma	11	3,8
	Sarjana	59	20,1
	<b>Total</b>	<b>215</b>	<b>100</b>
<b>Pekerjaan</b>	Belum bekerja	119	40,6
	Tidak bekerja	15	5,1
	Bekerja	68	23,2
	Memiliki usaha sendiri	13	4,4
	<b>Total</b>	<b>215</b>	<b>100</b>

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2022

### Uji Validitas

Ada beberapa proses dalam melakukan pengambilan instrumen, yang pertama diawali dengan penyusunan instrumen yang telah disebarkan dalam bentuk kuesioner dengan bentuk pengukuran skala likert. Langkah selanjutnya, instrumen-instrumen tersebut diuji tingkat validitasnya melalui *Pearson Product Moment Correlation Coefficient (Pearson's Correlation)* menggunakan *software IBM SPSS Statistics 25*, ketentuannya adalah nilai *factor loading* > 0,4 (Samuels, 2017). Berdasarkan tabel 2, dapat ditarik kesimpulan bahwa *perceived ease of use*,

*perceived usefulness, perceived security, satisfaction, dan continuance intention* dinyatakan valid.

**Tabel 2. Factor Loading**

Variabel	Indikator	Factor Loading	Keterangan
<i>Perceived Ease of Use</i>	PEU_1	0,610	VALID
	PEU_2	0,717	VALID
	PEU_3	0,448	VALID
	PEU_4	0,650	VALID
	PEU_5	0,704	VALID
	PEU_6	0,741	VALID
	PEU_7	0,679	VALID
<i>Perceived Usefulness</i>	PU_1	0,590	VALID
	PU_2	0,650	VALID
	PU_3	0,679	VALID
	PU_4	0,692	VALID
	PU_5	0,673	VALID
	PU_6	0,589	VALID
	PU_7	0,618	VALID
<i>Perceived Security</i>	PS_1	0,656	VALID
	PS_2	0,460	VALID
	PS_3	0,651	VALID
	PS_4	0,515	VALID
	PS_5	0,654	VALID
	PS_6	0,635	VALID
	PS_7	0,590	VALID
<i>Satisfaction</i>	S_1	0,681	VALID
	S_2	0,723	VALID
	S_3	0,650	VALID
	S_4	0,778	VALID
	S_5	0,724	VALID
	S_6	0,632	VALID
	S_7	0,735	VALID
<i>Continuance Intention</i>	CI_1	0,734	VALID
	CI_2	0,720	VALID
	CI_3	0,726	VALID
	CI_4	0,744	VALID
	CI_5	0,657	VALID
	CI_6	0,671	VALID
	CI_7	0,742	VALID

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2022

## Uji Reliabilitas



Setelah melakukan uji validitas, maka tahap selanjutnya adalah uji reliabilitas menggunakan *software* IBM SPSS Statistics 25, nilai yang dilihat adalah *standardize factor loadings*. Nilai minimum reliabilitas yang diterima > 0,6 (Ghozali, 2018). Pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) pada setiap variabel dikategorikan reliabel.

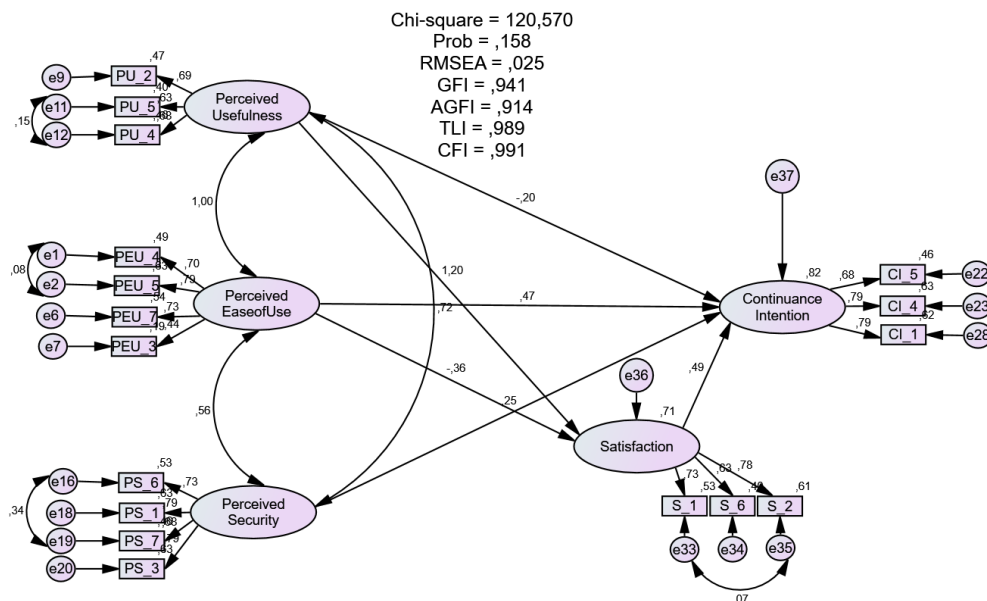
Tabel 3. *Cronbach's Alpha*

Indikator variabel	Standardized factor loading
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,878
<i>Perceived Usefulness</i>	0,863
<i>Perceived Security</i>	0,876
<i>Satisfaction</i>	0,898
<i>Continuance Intention</i>	0,907

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2022

### Uji Kelayakan Model

Pada tahap selanjutnya, peneliti melakukan uji kelayakan model dengan SEM (*Structural Equation Model*) menggunakan *software* AMOS 21.0 (*Analysis of Moment Structure*) untuk mengetahui model penelitian yang sesuai. Nilai yang digunakan pada uji kelayakan model ini adalah dengan mencari nilai P (*probability*) pada model fit > 0,05 (Thakkar, 2020). Di awal pengolahan data P hanya bernilai 0, maka cara untuk menemukannya adalah mengeliminasi indikator yang tidak sesuai sampai menemukan nilai fit, yaitu P > 0,05.



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2022

Gambar 2. Hasil Uji Kelayakan Model

Selanjutnya, data diolah untuk mendapatkan *cut-off value* yang sesuai, agar data dapat dikategorikan “fit”. Berikut penjabaran *goodness of fit indicates*, nilai hitung, dan hasil yang didapatkan dalam penelitian ini:

Tabel 4. Hasil Uji Kelayakan Model

<i>Goodness of fit indicates</i>	<i>Cut-off value</i>	<b>Hitung</b>	<b>Hasil</b>
<i>Chi-Square</i>	Diharapkan kecil	120,570	Baik
<i>Probability level</i>	$\geq 0,05$	0,158	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,025	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,941	Baik
AGFI	$\geq 0,80$	0,914	Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,137	Baik
TLI	$\geq 0,95$	0,989	Baik
CFI	$\geq 0,93$	0,991	Baik

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2022

### Uji Hipotesis

Tahap terakhir untuk mendapatkan hasil dari penelitian ini adalah uji hipotesis. Hipotesis yang dihasilkan dapat diterima apabila nilai C.R. > 1,96 pada tabel *regression weight* dan apabila  $P < 0,05$  (Minto, 2016).

**Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis**

<b>Hipotesis</b>	<b>Variabel Independen</b>	<b>Variabel Dependen</b>	<b>C.R.</b>	<b>P</b>	<b>Hasil</b>
H <sub>1</sub>	<i>Perceived usefulness</i>	<i>Satisfaction</i>	2,535	0,011	H <sub>1</sub> diterima
H <sub>2</sub>	<i>Perceived ease of use</i>	<i>Satisfaction</i>	8,324	***	H <sub>2</sub> diterima
H <sub>3</sub>	<i>Perceived security</i>	<i>Continuance intention</i>	3,391	***	H <sub>3</sub> diterima
H <sub>4</sub>	<i>Perceived usefulness</i>	<i>Continuance intention</i>	2,168	0,030	H <sub>4</sub> diterima
H <sub>5</sub>	<i>Perceived ease of use</i>	<i>Continuance intention</i>	6,660	***	H <sub>5</sub> diterima
H <sub>6</sub>	<i>Satisfaction</i>	<i>Continuance intention</i>	7,074	***	H <sub>6</sub> diterima

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 5, dapat diketahui bahwa dari H<sub>1</sub> sampai H<sub>6</sub> memiliki hasil C.R. > 1,96 dan  $P < 0,005$ . Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa H<sub>1</sub> sampai H<sub>6</sub> memiliki hipotesis yang berpengaruh langsung secara positif dan signifikan. Untuk hasil H<sub>7</sub> dan H<sub>8</sub> memiliki hasil yang signifikan, berikut hasil data yang telah diperoleh:

**Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis Variabel Intervening (Standardized Indirect Effect)**

Hipotesis		Perceived_Usefulness	Perceived_EaseofUse
H <sub>7</sub>	Satisfaction	0,000	0,000
H <sub>8</sub>	Continuance_Intention	0,468	0,149

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2022

**Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis Variabel Intervening (Standardized Indirect Effect Two-Tailed Significance)**

Hipotesis		Perceived_Usefulness	Perceived_EaseofUse
H <sub>7</sub>	Satisfaction	0,000	0,000
H <sub>8</sub>	Continuance_Intention	0,037	0,015

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2022

### Pembahasan

#### Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Satisfaction*

Berdasarkan pengujian hipotesis (H<sub>1</sub>) didapatkan hasil bahwa nilai *Critical Ratio* (CR) sebesar 2,538 > 1,96 dan nilai probabilitas sebesar 0,011 < 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *satisfaction* pada pengguna QRIS di Jabodetabek, kesimpulan tersebut dapat diartikan pula bahwa H<sub>a</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak.

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

Berdasarkan pengujian hipotesis (H<sub>2</sub>) didapatkan hasil bahwa nilai *Critical Ratio* (CR) sebesar 8,324 > 1,96 dan nilai probabilitas sebesar lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/digibis>

disimpulkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *satisfaction* pada pengguna QRIS di Jabodetabek, kesimpulan tersebut dapat diartikan pula bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

#### **Pengaruh *Perceived Security* terhadap *Continuance Intention***

Berdasarkan pengujian hipotesis ( $H_1$ ) didapatkan hasil bahwa nilai *Critical Ratio* (CR) sebesar  $3,391 > 1,96$  dan nilai probabilitas sebesar lebih kecil dari  $0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *perceived security* berpengaruh terhadap *continuance intention* pada pengguna QRIS di Jabodetabek, kesimpulan tersebut dapat diartikan pula bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

#### **Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention***

Berdasarkan pengujian hipotesis ( $H_4$ ) didapatkan hasil bahwa nilai *Critical Ratio* (CR) sebesar  $2,168 > 1,96$  dan nilai probabilitas sebesar  $0,030 < 0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *continuance intention* pada pengguna QRIS di Jabodetabek, kesimpulan tersebut dapat diartikan pula bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

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

Berdasarkan pengujian hipotesis ( $H_5$ ) didapatkan hasil bahwa nilai *Critical Ratio* (CR) sebesar  $6,660 > 1,96$  dan nilai probabilitas lebih kecil dari  $0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *continuance intention* pada pengguna QRIS di Jabodetabek, kesimpulan tersebut dapat diartikan pula bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

#### **Pengaruh *Satisfaction* terhadap *Continuance Intention***

Berdasarkan pengujian hipotesis ( $H_6$ ) didapatkan hasil bahwa nilai *Critical Ratio* (CR) sebesar  $7,074 > 1,96$  dan nilai probabilitas lebih kecil dari  $0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *continuance intention* pada pengguna QRIS di Jabodetabek, kesimpulan tersebut dapat diartikan pula bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

#### **Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention* melalui *Satisfaction***

Berdasarkan pengujian hipotesis ( $H_7$ ) yang telah diolah serta dipaparkan, dapat terlihat hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* melalui *satisfaction* pada pengguna QRIS di Jabodetabek. Hal ini dibuktikan dengan nilai *standardized indirect effect* sebesar  $0,468$  dan nilai *standardized indirect effect two-tailed* sebesar  $0,037$ , di mana nilai *indirect effect two-tailed* tersebut lebih kecil dari  $0,05$ .

#### **Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Continuance Intention* melalui *Satisfaction***

Berdasarkan pengujian hipotesis ( $H_8$ ) yang telah diolah serta dipaparkan, dapat terlihat hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived ease of use* terhadap *continuance intention* melalui *satisfaction* pada pengguna QRIS di Jabodetabek. Hal ini dibuktikan dengan nilai *standardized indirect effect* sebesar  $0,149$  dan nilai *standardized indirect effect two-tailed* sebesar  $0,015$ , di mana nilai *indirect effect two-tailed* tersebut lebih kecil dari  $0,05$ .

## **KESIMPULAN**

Untuk mengukur keinginan generasi Z dalam melakukan transaksi pembayaran secara berulang menggunakan aplikasi QRIS di Jabodetabek, maka dilakukan penelitian terhadap 215 responden. Terdapat lima variabel dalam penelitian ini, yaitu *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived security*, *satisfaction*, dan *continuance intention*. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh secara

<https://jurnal.umt.ac.id/index.php/digibis>

langsung terhadap *satisfaction*. *Perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, dan *satisfaction* berpengaruh secara langsung terhadap *continuance intention*. Serta, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh secara tidak langsung terhadap *continuance intention* dan dimediasi melalui *satisfaction*.

## REFERENSI

- Al-Emran, M., Arpaci, I., & Salloum, S. A. (2020). An empirical examination of continuous intention to use m-learning: An integrated model. *Education and Information Technologies*, 25(4), 2899–2918.
- Bagaskara, B., Yohana, C., & Fidhyallah, N. F. (2021). The Effect Of Perceive Ease Of Use And Satisfaction To Continuance Intention Learning Management System. *International Journal of Current Economics & Business Ventures*, 1(2).
- Balapour, A., Nikkhah, H. R., & Sabherwal, R. (2020). Mobile application security: Role of perceived privacy as the predictor of security perceptions. *International Journal of Information Management*, 52, 102063.
- Bank Indonesia. (2019). *PADG No. 21/18/PADG/2019*. [https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Documents/padg\\_211819.pdf](https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Documents/padg_211819.pdf)
- Bank Indonesia. (2020). *Elektronifikasi*. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx>
- Bank Indonesia. (2021). *Laporan Tahunan Bank Indonesia*.
- Barkhi, R., & Wallace, L. (2007). The impact of personality type on purchasing decisions in virtual stores. *Information Technology and Management*, 8(4), 313–330.
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model. *MIS Quarterly*, 351–370.
- Budirahardjo, M., & Laksmidewi, D. (2022). Faktor yang Mendorong Intensi untuk Melanjutkan Penggunaan Dompot Digital: Studi Pada Pengguna di Pulau Jawa. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*, 8(2), 444.
- Chan, K.-L., Leong, C.-M., & Yiong, B. L. C. (2020). Sharing economy through e-wallet: Understanding the determinants of user intention in Malaysia. *Journal of Marketing Advances and Practices*, 2(2), 1–18.
- Chellappa, R. K., & Pavlou, P. A. (2002). Perceived information security, financial liability and consumer trust in electronic commerce transactions. *Logistics Information Management*.
- Cilliers, E. J. (2017). The challenge of teaching generation Z. *PEOPLE: International Journal of Social Sciences*, 3(1), 188–198.
- Damanik, M. A. A., Fauzi, A., & Situmorang, S. H. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment dan Kepercayaan Terhadap Continuance Intention Melalui Kepuasan Pada Generasi Millennial Pengguna E-Wallet di Kota Medan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 827–834.
- Davis, F. D. (1986). A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems. *Cambridge, MA*, 17.

- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- Fauzi, M. A., & Paiman, N. (2020). COVID-19 pandemic in Southeast Asia: intervention and mitigation efforts. *Asian Education and Development Studies*.
- Ghazal, S., Aldowah, H., Umar, I., & Bervell, B. (2018). Acceptance and satisfaction of learning management system enabled blended learning based on a modified DeLone-McLean information system success model. *International Journal of Information Technology Project Management (IJITPM)*, 9(3), 52–71.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*.
- Giese, J. L., & Cote, J. A. (2000). Defining consumer satisfaction. *Academy of Marketing Science Review*, 1(1), 1–22.
- Gupta, A., Yousaf, A., & Mishra, A. (2020). How pre-adoption expectancies shape post-adoption continuance intentions: An extended expectation-confirmation model. *International Journal of Information Management*, 52, 102094.
- Habibi, R., Masruro, D. A., & Khonsa, N. H. (2020). *Aplikasi Inventory barang menggunakan QR code* (Vol. 1). Kreatif.
- Hadad, M. D. (2017). Financial Technology (Fintech) di Indonesia. *Kuliah Umum Tentang Fintech, Indonesia Banking School*, 1–17.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. (2019). *Multivariate data analysis*. Cengage. *Hampshire, United Kingdom*.
- Hermawan, V. K., & Paramita, E. L. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan Minat Pengguna Dalam Menggunakan Aplikasi Mhealth Melalui Variabel Satisfaction. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 150–166.
- Imlawi, J., & Gregg, D. (2020). Understanding the satisfaction and continuance intention of knowledge contribution by health professionals in online health communities. *Informatics for Health and Social Care*, 45(2), 151–167.
- Karim, M. W., Haque, A., Ulfy, M. A., Hossain, M. A., & Anis, M. Z. (2020). Factors influencing the use of E-wallet as a payment method among Malaysian young adults. *Journal of International Business and Management*, 3(2), 1–12.
- Kuncoro, E. A., Ikhsan, R. B., Prabowo, H., & Sari, R. K. (2020). The Role of Security and Privacy For Continuance Intention: Learn From Users of M-Banking Services. *2020 6th International Conference on Computing Engineering and Design (ICCED)*, 1–5.
- Li, C.-Y., & Fang, Y.-H. (2019). Predicting continuance intention toward mobile branded apps through satisfaction and attachment. *Telematics and Informatics*, 43, 101248.
- Mandasari, C. S., & Giantari, I. (2017). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, dan kualitas layanan terhadap kepuasan untuk membangun loyalitas. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(6), 3637–3664.
- Maqableh, M., Jaradat, M., & Azzam, A. (2021). Exploring the determinants of students' academic performance at university level: The mediating role of internet usage continuance intention. *Education and Information Technologies*, 26(4), 4003–4025.
- <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/digibis>

- Minto, W. (2016). *Mudah cepat tepat penggunaan tools Amos dalam aplikasi (SEM)*. UPN “Veteran” Jatim.
- Olivia, M., & Marchyta, N. K. (2022). The Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on E-Wallet Continuance Intention: Intervening Role of Customer Satisfaction. *Jurnal Teknik Industri*, 24(1).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2018). *POJK No. 13/2018*. <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Inovasi-Keuangan-Digital-di-Sektor-Jasa-Keuangan/pojk-13-2018.pdf>
- Praveena, K., & Thomas, S. (2014). Continuance intention to use Facebook: A study of perceived enjoyment and TAM. *Bonfring International Journal of Industrial Engineering and Management Science*, 4(1), 24–29.
- Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2021). Explaining an adoption and continuance intention to use contactless payment technologies: during the COVID-19 pandemic. *Emerging Science Journal*, 5(1), 85–95.
- Rachmawati, D. (2019). Welcoming Gen Z in Job World (Selamat Datang Generasi Z di dunia kerja). *Proceeding Indonesian Carrier Center Network (ICCN) Summit 2019*, 1(1), 21–24.
- Rizan, M., Haro, A., & Rahmadhina, B. (2019). Pengaruh perceived ease of use dan service quality terhadap customer satisfaction dengan trust sebagai intervening (studi kasus pada pengguna grab di wilayah jakarta). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 337–355.
- Sachan, A., Kumar, R., & Kumar, R. (2018). Examining the impact of e-government service process on user satisfaction. *Journal of Global Operations and Strategic Sourcing*.
- Samuels, P. (2017). *Advice on exploratory factor analysis*.
- Streiner, D. L. (2003). Being inconsistent about consistency: When coefficient alpha does and doesn't matter. *Journal of Personality Assessment*, 80(3), 217–222.
- Szajna, B. (1994). Software evaluation and choice: Predictive validation of the technology acceptance instrument. *MIS Quarterly*, 319–324.
- Thakkar, J. J. (2020). Applications of structural equation modelling with AMOS 21, IBM SPSS. In *Structural equation modelling* (pp. 35–89). Springer.
- Trivedi, S. K., & Yadav, M. (2020). Repurchase intentions in Y generation: mediation of trust and e-satisfaction. *Marketing Intelligence & Planning*.
- Undang Undang Indonesia. (2018). Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan. In *Jakarta: Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia [Government Policy Republic of Indonesian.(2018), Indonesian Constitution Number 6 Year 2018 about Health and Disease Quarantine, Jakarta: Republic of Indonesian Ministry of Secretariat]*.
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of perceived ease of use: Integrating control, intrinsic motivation, and emotion into the technology acceptance model. *Information Systems Research*, 11(4), 342–365.

- Western Governor University. (2021). *Who is Gen Z and How Will They Impact the Workplace?*  
<https://www.wgu.edu/blog/who-is-gen-z-how-they-impact-workplace1906.html#close>
- Yi, Y. (1990). A critical review of consumer satisfaction. *Review of Marketing*, 4(1), 68–123.
- Abbas, D. S., Ismail, T., Taqi, M., & Yazid, H. (2022). THE IMPLEMENTATION OF A MANAGEMENT AUDITON HR RECRUITMENT TO ASSESS THE EFFECTIVENESS OF EMPLOYEE PERFORMANCE. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 14(2), 243-251.
- Abbas, D. S., Ismail, T., Taqi, M., & Yazid, H. (2023). Determinant of company value: evidence manufacturing Company Indonesia. *Calitatea*, 24(192), 183-189.
- Ariyana, A., Enawar, E., Ramdhani, I. S., & Sulaeman, A. (2020). The application of discovery learning models in learning to write descriptive texts. *Journal of English Education and Teaching*, 4(3), 401-412.
- Astakoni, I. M. P., Sariyani, N. L. P., Yulistiyono, A., Sutaguna, I. N. T., & Utami, N. M. S. (2022). Spiritual Leadership, Workplace Spirituality and Organizational Commitment; Individual Spirituality as Moderating Variable. *ITALIENISCH*, 12(2), 620-631.
- Goestjahjanti, S. F., Novitasari, D., Hutagalung, D., Asbari, M., & Supono, J. (2020). Impact of talent management, authentic leadership and employee engagement on job satisfaction: Evidence from south east asian industries. *Journal of Critical Reviews*, 7(19), 67-88.
- Gunawan, G. G., Wening, N., Supono, J., Rahayu, P., & Purwanto, A. (2021). Successful Managers and Successful Entrepreneurs as Head of Successful Families in Building a Harmonious Family. *PSYCHOLOGY AND EDUCATION*, 57(9), 4904-4913.
- Hidayat, I., Ismail, T., Taqi, M., & Yulianto, A. S. (2022). Investigating In Disclosure Of Carbon Emissions: Influencing The Elements Using Panel Data. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 12(3), 721-732.
- Immawati, S. A., & Rauf, A. (2020, March). Building satisfaction and loyalty of student users ojek online through the use of it and quality of service in tangerang city. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1477, No. 7, p. 072004). IOP Publishing.
- Joko Supono, Ngadino Surip, Ahmad Hidayat Sutawidjaya, Lenny Christina Nawangsari. (2020). Model of Commitment for Sustainability Indonesian SME's Performance: A Literature Review. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(05), 8772-8784. Retrieved from <http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/18715>
- Muharam, H., Chaniago, H., Endraria, E., & Harun, A. B. (2021). E-service quality, customer trust and satisfaction: market place consumer loyalty analysis. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 8(2), 237-254.
- Ong, F., Purwanto, A., Supono, J., Hasna, S., Novitasari, D., & Asbari, M. (2020). Does Quality Management System ISO 9001: 2015 Influence Company Performance? Answers from Indonesian Tourism Industries. *Test Engineering & Management*, 83, 24808-24817.
- Purwanto, A. (2020). Develop risk and assessment procedure for anticipating COVID-19 in food industries. *Journal of Critical Reviews*.
- Purwanto, A. (2020). Develop risk and assessment procedure for anticipating COVID-19 in <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/digibis>

- food industries. *Journal of Critical Reviews*.
- Purwanto, A. (2020). Effect of compensation and organization commitment on turnover intention with work satisfaction as intervening variable in Indonesian industries. *Sys Rev Pharm*, 11(9), 287-298.
- Purwanto, A. (2020). The Relationship of Transformational Leadership, Organizational Justice and Organizational Commitment: a Mediation Effect of Job Satisfaction. *Journal of Critical Reviews*.
- Riyadi, S. (2021). Effect of E-Marketing and E-CRM on E-Loyalty: An Empirical Study on Indonesian Manufactures. *Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation*, 32(3), 5290-5297.
- Setyaningrum, R. P., Kholid, M. N., & Susilo, P. (2023). Sustainable SMEs Performance and Green Competitive Advantage: The Role of Green Creativity, Business Independence and Green IT Empowerment. *Sustainability*, 15(15), 12096.
- Subargus, A., Wening, N., Supono, J., & Purwanto, A. (2021). Coping Mechanism of Employee with Anxiety Levels in the COVID-19 Pandemic in Yogyakarta. *Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation*.
- Suharti, E., & Ardiansyah, T. E. (2020). Fintech Implementation On The Financial Performance Of Rural Credit Banks. *Jurnal Akuntansi*, 24(2), 234-249.
- Sukirwan, S., Muhtadi, D., Saleh, H., & Warsito, W. (2020). PROFILE OF STUDENTS' JUSTIFICATIONS OF MATHEMATICAL ARGUMENTATION. *Infinity Journal*, 9(2), 197-212.
- Surip, N., Sutawijaya, A. H., Nawangsari, L. C., & Supono, J. (2021). Effect of Organizational Commitment on the Sustainability Firm Performance of Indonesian SMEs. *PSYCHOLOGY AND EDUCATION*, 58(2), 6978-6991.
- Wamiliana, W., Usman, M., Warsito, W., Warsono, W., & Daoud, J. I. (2020). USING MODIFICATION OF PRIM'S ALGORITHM AND GNU OCTAVE AND TO SOLVE THE MULTIPERIODS INSTALLATION PROBLEM. *IIUM Engineering Journal*, 21(1), 100-112.
- Wulandari, I., & Rauf, A. (2022). Analysis of Social Media Marketing and Product Review on the Marketplace Shopee on Purchase Decisions. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 11, 274-284.
- Zatira, D., & Suharti, E. (2022). Determinant Of Corporate Social Responsibility And Its Implication Of Financial Performance. *Jurnal Akuntansi*, 26(2), 342-357.