

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyelesaikan rumusan masalah yang ada di Solo Raya yaitu menyelidiki pengaruh dari PEOU, *perceived usefulness*, *service security* dapat memengaruhi *perceived value* dan *user satisfaction* pada saat menggunakan QRIS sebagai alat transaksi; pengaruh *user satisfaction* dan *perceived value* terhadap *habit*, *continuous usage*, dan WOM. Penelitian ini dilakukan di Solo Raya dan menggunakan sebanyak 300 responden pengguna QRIS. Teori yang digunakan yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM). Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dikemas dalam bentuk *google form*, kemudian disebarluaskan secara *online*. Pengujian hipotesis dalam penelitian menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) edisi 3. Penelitian ini menggunakan delapan variabel yaitu *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *service security*, *perceived value*, *user satisfaction*, *habit*, *continuous usage*, dan *word of mouth*.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *service security* dapat memengaruhi *perceived value* dan *user satisfaction*. Secara langsung *perceived value* dan *user satisfaction* dapat memengaruhi *habit*, *continuous usage*, dan *word of mouth*. Begitu pun juga secara tidak langsung *perceived value* dan *user satisfaction* dapat memengaruhi *word of mouth* melalui *continuous usage* dan *habit*. Pengguna yang merasakan kepuasan dan mendapatkan nilai dari mengadopsi QRIS akan menciptakan kebiasaan yang kemudian dilakukan secara terus-menerus dalam jangka panjang. Perilaku menggunakan secara terus-menerus tersebut, dapat mendorong mereka untuk berbagi pengalaman QRIS kepada orang terdekatnya dan kemudian mengajak untuk mengadopsi QRIS.

**Kata kunci:** *technology acceptance model, quick response code Indonesian standard, perceived ease of use, perceived usefulness, service security, perceived value, user satisfaction, habit, continuous usage, word of mouth, contactless payment*