

ABSTRAK

Transformasi digital dalam sistem pembayaran di Indonesia telah memasuki fase krusial dengan implementasi *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) yang diinisiasi oleh Bank Indonesia dan ASPI guna mengharmonisasikan berbagai penyelenggara jasa sistem pembayaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) dan perilaku penggunaan (*use behavior*) konsumen dalam mengadopsi QRIS di Kota Solo dengan menggunakan kerangka teoretis *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2). Variabel yang diuji meliputi ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang melibatkan 163 responden pengguna QRIS di Kota Solo. Data dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh sosial (*social influence*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), dan nilai harga (*price value*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku konsumen. Lebih lanjut, kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*), kebiasaan (*habit*), dan niat perilaku (*behavioral intention*) terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan (*use behavior*) secara nyata. Namun, variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, dan kebiasaan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku dalam model ini. Temuan ini mengindikasikan bahwa aspek psikologis dan nilai ekonomis menjadi pendorong utama niat masyarakat Solo dalam menggunakan QRIS, sementara ketersediaan dukungan infrastruktur dan kebiasaan menjadi penentu utama perilaku penggunaan aktual. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi penyelenggara jasa sistem pembayaran untuk mengoptimalkan strategi layanan berbasis nilai dan kenyamanan guna memperkuat inklusi keuangan digital.

Kata Kunci: QRIS, UTAUT2, SEM-PLS, Perilaku Konsumen, Kota Solo.