FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT UMKM MENGADOPSI QRIS DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL ANTARA

SKRIPSI

Oleh:

Muhammad Yudha Arifin

NIM : 20312230

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2024

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT UMKM MENGADOPSI QRIS DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL ANTARA

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat sarjana

Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII

Oleh:

Nama : Muhammad Yudha Arifin

NIM : 20312230

Program Studi : Akuntansi

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuian saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya yanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, 18 Juli 2024

Penulis,



(Muhammad Yudha Arifin)

HALAMAN PENGESAHAN

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT UMKM MENGADOPSI QRIS DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL ANTARA

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama : Muhammad Yudha Arifin

No. Mahasiswa : 20312230

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing :

Pada Tanggal 19 Juli 2024

Dosen Pembimbing



Marfuah Dra. M.Si., Ak

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT UMKM MENGADOPSI QRIS DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL ANTARA

Disusun oleh : MUHAMMAD YUDHA ARIFIN

Nomor Mahasiswa : 20312230

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Rabu, 07 Agustus 2024

Penguji/Pembimbing Skripsi : Marfuah, Dra., M.Si

Penguji : Ayu Chairina Laksmi, SE., M.AppCom., M.Res., Ak., CA., Ph.D

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertIPSAS.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penelitian ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya:

Siti Utari dan Alm. Gunardi

Keluarga dan sahabat-sahabat terbaik saya

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah mencurahkan segala rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir dengan judul "**Faktor Yang Mempengaruhi Minat Umkm Mengadopsi Qris Dengan Sikap Sebagai Variabel Antara**"

Penulisan tugas akhir ini dilakukan sebagai upaya pemenuhan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini tidak akan berjalan lancar dan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, kritik, saran, serta dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, dengan segenap ketulusan hati penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan yang baik bagi seluruh umat.
3. Kedua orang tua penulis, ibu Siti Utari dan Alm. Bapak Gunardi yang selalu memberikan semangat, doa, perhatian, kasih sayang, serta dukungan untuk penulis.
4. Kakak kandung penulis Intan Ma'rifatul Ifah Arifin S.ST, Intan Nur Hidayati Arifin, kakak ipar penulis Whisnu Anggara, S.E. Serta keponakan penulis Hanan Arsyad Wardana yang selalu meberikan dukungan kepada penulis.
5. Dosen pembimbing Ibu Marfuah Dra. M.Si., Ak yang telah memberikan arahan, waktu, kritik, dan saran yang sangat membantu dan bermanfaat dengan penuh kesabaran untuk penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
6. Bapak Fathul Wahid, ST., M,Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia
7. Bapak Johan Arifin S.E., M.Si., Ph.D., CfrA, CertIPSAS selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
8. Bapak Rifqi Muhammad S.E., S.H., M.Sc., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
9. Teman-teman seperjuangan Alfian Ahmad Fadhilah, Kunta Anggita, Ghifar Alif Utama, selaku teman diskusi dan berjuang bersama dalam menyelesaikan tugas akhir skirpsi.

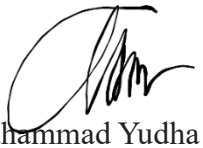
10. Terimakasih kepada Firda selaku saudara ipar penulis, Angga, Rama, Aldo, Arsyid, Adnan, Monang, selaku teman dekat penulis. Terimakasih karena telah menjadi teman kehidupan yang memberikan dukungan, semangat, dan makna hidup.
11. Terimakasih kepada teman-teman FBE UII dan CMW yang telah memberikan kesempatan luar biasa bagi penulis untuk berkembang, berdiskusi, berproses. Terimakasih telah menjadi ruang belajar dan bermanfaat bagi penulis.
12. Terimakasih kepada semua responden yang telah membantu dan memberikan waktu untuk mengisi kuisioner penelitian ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi.

Penulis sadar dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan dan kesalahan, untuk itu saran dan kritik yang membangun akan membantu untuk menyempurnakan penelitian ini. Penulis memohon maaf apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan maupun kesalahan. Penulis berhadap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan

Wassalamu'alakum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 18 Juli 2024

Penulis,



Muhammad Yudha Arifin

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI ..... **v**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
ABSTRAK ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Tujuan Penelitian 4
1.4 Manfaat Penelitian 4
1.5 Sistematika Penelitian 4
BAB II KAJIAN PUSTAKA **6**
2.1 Landasan Teori 6
2.1.1 *Technology Acceptance Model* (TAM) 6
2.1.2 Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) 7
2.1.3 *Quick Response Indonesia Standar* (QRIS) 7
2.1.4 *Merchant Discount Rate* (MDR) 8
2.1.5 *Percieved Usefulness* 8
2.1.6 *Percieved Ease of Use* 9
2.1.7 *Social Influence* 9
2.1.8 *Behavioral Intention* 10
2.1.9 *Attitude Towards* 10
2.2 Penelitian Terdahulu 10
2.3 Hipotesis 15
2.3.1 Pengaruh *percieved usefulness* terhadap sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS 15

2.3.2 Pengaruh *percieved ease of use* terhadap sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS 15
2.3.3 Pengaruh *social influence* terhadap sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS 16
2.3.4 Pengaruh *merchant discount rate* (MDR) terhadap sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS 16
2.3.5 Pengaruh sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS terhadap minat UMKM untuk mengadopsi QRIS 17
2.4 Kerangka Penelitian 18
BAB III METODE PENELITIAN 19
3.1 Populasi dan Sampel 19
3.1.1 Populasi 19
3.1.2 Sampel 19
3.2 Jenis Data dan Sumber Data 20
3.3 Skala Pengukuran 21
3.4 Definisi Operasional Variabel 22
3.4.1 Vairabel Dependen *Behavioral Intention* (Minat) 22
3.4.2 Variabel Independen 23
3.4.3 Variabel Intervening 26
3.5 Metode Analisis Data 27
3.5.1 Analisa Outer Model 27
3.5.2 Analisa Inner Model 29
3.5.3 Pengujian Hipotesis 29
BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 30
4.1 Hasil Pengumpulan Data 30
4.2 Karakteristik Responden 30
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 30
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia UMKM 31
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha 32
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan 33
4.2.5 Sudah Pernah Menggunakan QRIS atau Belum 34
4.3 Analisis Statistik Deskriptif 35
4.4 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model) 37
4.4.1 *Convergent Validity* 37
4.4.2 *Discriminant Validity* 39
4.4.3 *Composite Reliability* 41

4.5 Pengujian Model Struktural (Inner Model) 42
4.6 Pengujian Hipotesis 43
4.6.1 *Perceieved usefulness* berpengaruh positif terhadap sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS (H1) 43
4.6.2 *Percieved ease of use* berpengaruh positif terhadap sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS (H2) 44
4.6.3 *Social influence* berpengaruh positif terhadap sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS (H3) 45
4.6.4 *Merchant Discount Rate* (MDR) QRIS berpengaruh positif terhadap sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS 46
4.6.5 Sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS berpengaruh positif terhadap minat UMKM dalam mengadopsi QRIS 47
BAB V PENUTUP 48
5.1 Kesimpulan 48
5.2 Implikasi 48
5.3 Keterbatasan dan Saran 49
5.3.1 Keterbatasan 49
5.3.2 Saran 49
DAFTAR PUSTAKA 50
LAMPIRAN 57

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Telaah Penelitian Terdahulu 12
Tabel 3.1 Indikator *Behavioral Intention* 22
Tabel 3.2 Indikator MDR QRIS 23
Tabel 3.3 Indikator *Percieved Usefulness* 24
Tabel 3.4 Indikator *Percieved Ease of Use* 25
Tabel 3.5 Indikator *Social Influence* 26
Tabel 3.6 Indikator *Attitude Toward* 26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 30
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia UMKM 31
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha 32
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan 33
Tabel 4.5 Sudah Pernah Menggunakan QRIS atau Belum 34
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif 35
Tabel 4.7 Uji *Convergent Validity* 37
Tabel 4.8 *Initial Item Loading* dan AVE 38
Tabel 4.9 *Discriminant Validity Fornell-Larcker Criterion* 40
Tabel 4.10 *Cross Loading* 40
Tabel 4.11 *Composite Reliability* 42
Tabel 4.12 Nilai *R-Square* 43
Tabel 4.13 *Path Coefficient* 43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian 18
Gambar 4.1 Diagram Jenis Kelamin 31
Gambar 4.2 Diagram Usia UMKM 32
Gambar 4.3 Diagram Jenis Usaha 33
Gambar 4.4 Diagram Pendapatan Per Bulan 34
Gambar 4.5 Diagram Sudah Pernah Menggunakan QRIS atau Belum 35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian 57
Lampiran 2 Kuisioner *(Google Form)* 63
Lampiran 3 Data Tabulasi Penelitian 71
Lampiran 4 Output Statistik 80

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *mercant discount rate* (MDR) QRIS terhadap minat mengadopsi sistem pembayaran QRIS pada UMKM berdasarkan model konstruksi *Technology Acceptance Model* (TAM) dan pada penelitian ini ditambahnkan variabel intervening yaitu *attitude toward* (sikap). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang ada di Provinsi Yogyakarta dan total terdapat 325.000 UMKM**.** Metode sampling yang digunakan yaitu dengan metode *convenience* dan *purposive sampling* untuk pengumpulan datanya. Penyebaran serta pengisian kuisioner dilakukan melalui *google form* dan diperoleh sebanyak 120 responden sebagai sampel dalam penelitian ini. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) atau model penerimaan teknologi. Data pada penelitian ini diolah menggunakan SmartPLS 4. Pada penelitian ini membuktikan bahwa variabel *percieved usefulness, social influence,* dan *merchant discount rate* mempengaruhi variabel *attitude towards* sebagai variabel intervening dan variabel *perceived ease of use* tidak terbukti mempengaruhi variabel *attitude towards.* Dan untuk variabel *attitude towards* terbukti mempengaruhi variabel *behavioral intention.*

Kata Kunci: Minat menggunakan QRIS, *Technology Acceptance Model* (TAM), *percieved usefulness, perceived ease of use, social influence, merchant discount rate, attitude towards.*

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat di masa kekinian yaitu society 5.0 wajib memanfaatkan teknologi sebagai motivasi utama untuk bertahan hidup. Akibatnya, masyarakat modern memerlukan populasi yang dapat dengan cepat menyerap, menginternalisasi, dan memanfaatkan teknologi yang tersedia saat ini. Oleh karena itu, kebiasaan dan cara hidup masyarakat bisa saja berubah. Maraknya teknologi finansial atau disingkat *fintech* merupakan salah satu contoh kemajuan teknologi di sektor keuangan.

Dalam upaya meningkatkan efektivitas, efisiensi, keamanan, dan modernitas prosedur transaksi keuangan, industri jasa keuangan akhir-akhir ini mengadopsi konsep baru yang dikenal dengan istilah *financial technology* atau *fintech*. (Azzahroo & Estiningrum, 2021). Kelas menengah ke atas di Indonesia mulai merangkul *fintech*. Di antara 15 negara lainnya, Indonesia memiliki instalasi keuangan terbesar ketiga, dan tingkat penipuannya telah turun hingga 48%, menurut statistik dari *State of Finance App Marketing* (Sari, 2021).

Berbagai jenis bisnis *fintech* dapat ditemukan di Indonesia. Sehubungan dengan hal tersebut, Bank Indonesia berupaya melakukan standarisasi metode pembayaran dari berbagai perusahaan *fintech* guna memfasilitasi pembayaran digital yang lebih mudah di Indonesia. Akronim QRIS (diucapkan KRIS) biasa digunakan untuk menyebut inisiatif yang diberikan oleh Bank Indonesia ini. QRIS (*QR Code Indonesia Standard*) adalah sistem pembayaran yang menggunakan *QR Codes* untuk melakukan standarisasi transaksi di berbagai saluran pengiriman. QRIS merupakan alat yang dapat mengefektifkan interaksi dengan pengguna dan pelanggan. Dalam menjalankan usahanya, pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) wajib menunjukkan satu *QR Code* yang diterbitkan oleh salah satu Penyedia Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang berbeda.

QRIS memiliki biaya *mercant discount rate* (MDR) yang merupakan biaya jasa yang dikenakan kepada *merchant* oleh Penyelenggara Jasa Pembayaran (PJP) saat bertransaksi dengan QRIS. Biaya MDR sepenuhnya ditanggung oleh *merchant* dan tidak membebani konsumen. Biaya MDR sudah ditetapkan berdasarkan kategori *merchant* dan nilai transaksi. Tarif untuk usaha mikro 0% kurang dari Rp100 ribu dan 0,3% lebih dari Rp100 ribu. Untuk usaha kecil, menengah dan besar dikenakan taris sebesar 0,7%. Tarif untuk merchant khusus antara lain layanan pendidikan sebesar 0,6% kemudian untuk

SPBU, BLU, dan PSO sebesar 0,4% dan *Goverrntment to People* atau sebalikknya tidak dikenakan tarif MDR.

Bank Indonesia mengklaim QRIS mengumpulkan *QR Code* dari beberapa PJSP untuk memudahkan pembayaran. QRIS diterbitkan oleh Bank Indonesia pada tanggal 17 Agustus 2019 dan implementasinya dimulai pada tanggal 1 Januari 2020. Usaha kecil dan menengah (UKM) dan nasabahnya dapat memanfaatkan QRIS untuk melakukan transaksi keuangan karena dibandingkan dengan produk elektronik lama. Sistem pembayaran uang yang lebih sederhana, cepat, dan efektif. Penggunaan kode respon cepat untuk pembayaran diproyeksikan menjadi lebih efisien dan terpadu berkat QRIS (Natalina et al., 2021)

Beberapa akademisi telah mengkaji kemungkinan UMKM mengadopsi sistem pembayaran QRIS. Penelitian yang dilakukan oleh Setiawan et al (2022) dimana hasil dari penelitian tersebut diperoleh bahwa *percieved usefulness* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *attitude toward to use QRIS payment system. Percieved usefulness* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention*. *Percieved ease of us* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *attitude towards to use QRIS payment system. Attitude towards* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention. Social Influence* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention.*

Penelitian yang dilakukan oleh Micke Theresa Bella Alfira (2023) menyimpulkan bahwa sebagian pedagang setuju dalam menggunakan perkembangan teknologi yaitu sistem pembayaran QRIS karena dapat memberikan rasa aman dan nyaman dalam melayani konsumen tanpa ada kekhawatiran keaslian uang yang diterima. Teknologi dalam hal ini yaitu sistem pembayaran QRIS dan memiliki biaya *merchant discount rate* (MDR). Menggunakan QRIS dapat memberikan alternatif metode pembayaran saat ini. Sehingga dapat menjadikan pedagang pasar mampu mengikuti perkembangan digitalisasi, khususnya pembayaran menggunakan QRIS yang dikembangkan oleh Bank Indonesia. Besarnya biaya *merchant discount rate* (MDR) QRIS sangat berpengaruh terhadap keputusan UMKM dalam menggunakan QRIS.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *mercant discount rate* (MDR) QRIS terhadap minat mengadopsi sistem pembayaran QRIS pada UMKM berdasarkan model konstruksi *Technology Acceptance Model* (TAM). Dalam penelitian ini, penulis menentukan bahwa pelaku UMKM khususnya di Provinsi Yogyakarta sebagai responden karena dianggap sebagai pengguna QRIS dan potensi menjadi pengguna QRIS.

Penelitian ini mereplikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Setiawan et al (2022) dengan variabel dependennya yaitu (*behavioral intention)* minat UMKM dalam

menggunakan QRIS dan variabel independenya yaitu *percieved usefullnes, percieved ease of use,* dan *soscial influence* serta terdapat variabel antara yaitu sikap *(attitude).* Adanya perkembangan teknologi yaitu biaya *merchant discount rate* (MDR) QRIS menjadi variabel yang dapat mempengaruhi minat UMKM dalam mengadopsi sistem pembayaran QRIS (Bella Alfira & Susilo, 2023)

Dengan adanya biaya *mercant discount rate* (MDR) apakah kesan positif pengguna terhadap sistem pembayaran QRIS akan mempengaruhi keputusan mereka untuk terus menggunakannya. Pengguna yang sudah terbiasa memakai sistem pembayaran QRIS pasti juga menunjukkan kepercayaan terhadap minat mengadopsi. Pengguna yang sebelumnya pernah menggunakan TI cenderung akan terus menggunakannya karena mereka sudah mempunyai pola perilaku yang baik (D. L. Amoroso & Chen, 2017).

Dengan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai pengaruh ditetapkannya biaya *mercant discount rate* (MDR) QRIS terhadap minat mengadopsi QRIS pada pelaku UMKM dengan mengambil judul penelitian **FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT UMKM MENGADOPSI QRIS DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL ANTARA.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Percieved Usefulness* berpengaruh terhadap sikap UMKM tentang penggunaan sistem pembayaran QRIS?
2. Apakah *Percieved Ease Of Use* berpengaruh terhadap sikap UMKM tentang penggunaan sistem pembayaran QRIS?
3. Apakah *Social Influence* berpengaruh terhadap sikap UMKM tentang penggunaan sistem pembayaran QRIS?
4. Apakah *Merchant Discount Rate* (MDR) QRIS berpengaruh terhadap sikap UMKM tentang penggunaan sistem pembayaran QRIS?
5. Apakah sikap UMKM tentang sistem pembayaran QRIS berpengaruh tehadap minat UMKM untuk mengadopsi QRIS?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan umum yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Percieved Usefulness* terhadap sikap UMKM tentang penggunaan sistem pembayaran QRIS
2. Untuk mengetahui pengaruh *Percieved Ease Of Use* terhadap sikap UMKM tentang penggunaan sistem pembayaran QRIS.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Social Influence* terhadap sikap UMKM tentang penggunaan sistem pembayaran QRIS
4. Untuk mengetahui pengaruh *Merchant Discount Rate* (MDR) QRIS terhadap sikap UMKM tentang penggunaan sistem pembayaran QRIS
5. Untuk mengetahui pengaruh sikap UMKM tentang penggunaan QRIS terhadap minat UMKM dalam mengadopsi QRIS

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh penulis dari dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pengelola UMKM

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan dan pemahaman tentang sistem pembayaran QRIS, sehingga meningkatkan literasi keuangan pengelola UMKM.
2. Bagi Lembaga Jasa Keuangan

   Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi salah satu bahan evaluasi terhadap sistem pembayaran QRIS yang telah diluncurkan, sekaligus memberikan informasi respon yang diberikan oleh pelaku UMKM dalam proses implementasinya
3. Bagi peneliti-peneliti selanjutnya

   Hasil penelitian ini diharapkan menambah penelitian mengenai systempembayaran QRIS, dan menambah referensi penelitian selanjutnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan system pemabayaran QRIS.

1.5 Sistematika Penelitian

Dalam bagian ini, penulis menyajikan rencana sistematis yang terdiri dari lima bab sebagai kerangka pedoman penulisan skripsi untuk memudahkan dalam memahami isi dari penelitian ini. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I	PENDAHULUAN
	Pada bagian ini berisikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta sistematika penulisan
BAB II	KAJIAN PUSTAKA
	Bagian ini berisikan tentang landasan teori yang berkaitan dan mendukung dengan permasalahan penelitian, pengertian, dan karakteristik variabel, telaah kajian terdahulu, dan perumusan hipotesis.
BAB III	METODE PENELITIAN
	Pada bagian ini peneliti akan menjelaskan mengenai komponen-komponen pada penelitian, populasi, dan sampel penelitian, variabel penelitian, metode yang digunakan dalam pengumpulan data, serta teknik dalam menganalisis data.
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN
	Bagian ini memamparkan tentang pengujian terhadap hipotesis menggunakan statistik deskripstif, kemudian hasil pengujian tersebut disajikan dan dikaitkan dengan penelitian terdahulu.
BAB V	PENUTUP
	Pada bagian terakhir, peneliti akan menyimpulkan hasil penelitian serta memberikan saran untuk peneliti selanjutnya.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Technology Acceptance Model* (TAM)

Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model*/TAM), yang diciptakan pada tahun 1989, adalah kerangka kerja konseptual yang digunakan untuk memeriksa dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi oleh pengguna. Model TAM mengkaji hubungan kausal antara persepsi mengenai manfaat teknologi, tingkat kemudahan penggunaannya, perilaku pengguna, dan niat sebenarnya di balik penggunaan teknologi. Model TAM, yang dikembangkan oleh Davis (1989), berpendapat bahwa niat pengguna untuk mengadopsi teknologi terutama dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap kemudahan penggunaan dan kegunaan teknologi tersebut.

Model ini terutama meneliti perilaku pengguna dan menggunakan berbagai kriteria yang mempengaruhi untuk mengukur persepsi pengguna terhadap manfaat suatu teknologi. Model Penerimaan Teknologi (TAM) adalah alat yang andal untuk menilai tingkat penerimaan teknologi informasi. Model ini didasarkan pada kerangka teori yang kuat, yang membuatnya sangat berharga untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan konsumen terhadap teknologi baru. Model Penerimaan Teknologi (TAM) telah banyak diperiksa dalam berbagai karya ilmiah dan berfungsi sebagai teori dasar di bidang layanan informasi. Model ini menyediakan kerangka kerja untuk memahami bagaimana konsumen berinteraksi dengan teknologi tertentu (Herdioko et al., 2021).

Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model*/TAM) terutama berfokus pada pengembangan kerangka kerja yang mengevaluasi dampak faktor eksternal terhadap sikap, perilaku, dan niat konsumen terhadap suatu sistem atau teknologi. Selain itu, tujuan lain dari TAM adalah untuk memprediksi dan mengkategorikan adopsi atau penerimaan teknologi tertentu oleh individu. Konsep dasar TAM berasal dari kemampuan dan karakteristik suatu sistem atau teknologi, yang menghasilkan tindakan penggunaan yang dikenal sebagai perilaku (Isrososiawan et al., 2019).

Model TAM digunakan untuk memahami hubungan antara adopsi teknologi dan individu dengan memeriksa dua variabel utama: persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan. Persetujuan terhadap teknologi terutama ditentukan oleh dua variabel ini. Berdasarkan kemampuannya untuk mematuhi prinsip-prinsip teoretis, menyederhanakan konsep, memberikan bukti, dan mendukung penerimaan teknologi baru di berbagai disiplin ilmu, model TAM telah mendapatkan popularitas (Kumala et al., 2020).

2.1.2 Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM)

Perusahaan perdagangan yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan hukum yang memenuhi syarat-syarat sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 dikenal dengan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Beginilah cara pemerintah mengelompokkan berbagai jenis usaha menurut kriteria kekayaan dan omzetnya, sebagaimana tercantum dalam Pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah:

1. Usaha mikro didefinisikan sebagai perusahaan produksi yang dimiliki oleh perorangan atau badan hukum dengan total omset tahunan kurang dari Rp 300 juta dan kekayaan bersih tidak lebih dari Rp 50 juta (tidak termasuk nilai tanah dan bangunan tempat usaha tersebut berada)
2. Yang dimaksud dengan “usaha kecil” adalah usaha produktif secara ekonomi yang dijalankan secara mandiri oleh orang atau badan hukum. Usaha dianggap sederhana jika kekayaan bersihnya antara Rp 50 juta hingga Rp 500 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat perusahaan berlokasi) dan jika omzet tahunannya antara Rp 300 juta hingga 2,5 miliar.
3. Usaha menengah adalah kegiatan ekonomi produktif tersendiri yang tidak mengikutsertakan anak perusahaan atau anak perusahaan yang tidak memenuhi kriteria memiliki total kekayaan bersih maksimal Rp 10 miliar atau lebih dari 500 juta. Selain itu memiliki omzet tahunan berkisar antara Rp 2,5 miliar hingga Rp 50 miliar.

Kegiatan perekonomian masyarakat sebagian besar berlangsung pada unit-unit ekonomi skala UMKM yang hampir ada di semua industri, sehingga pada dasarnya UMKM dapat mendongkrak fundamental perekonomian (Tanjung, 2017).

2.1.3 *Quick Response Indonesia Standar* (QRIS)

Pembayaran digital di Indonesia dimungkinkan oleh *Quick Response Indonesia Standard* (QRIS), yaitu standar nasional kode QR yang dikeluarkan oleh Bank

Indonesia (BI) dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) (Azzahroo & Estiningrum, 2021). Peluncuran QRIS di Indonesia yang sebelumnya dimulai pada 17 Agustus 2019, akan dimulai pada 1 Januari 2020. Segala bentuk pembayaran digital sekarang disatukan oleh QRIS. Penemuan dan standar terkini untuk pembayaran non-tunai berdasarkan kode QR dan dengan QRIS semua bentuk pembayaran hanya perlu satu kode. Menyederhanakan pembayaran non-tunai berbasis kode QR dapat membaca seluruh aplikasi pembayaran non-tunai, termasuk server-based, elektronik, digital, mobile banking, dan dompet elektronik (Here & Kelen, 2022). Karena berbagai operator layanan di ponsel dapat memindai kode QR yang sama, transaksi berlangsung secara efisien, sehingga baik bagi pelanggan maupun penjual (*merchant*). Model QR *code payment merchant presented mode* (MPM) merupakan jantung dari sistem QRIS. Dalam model ini, pedagang menampilkan Kode QR pembayaran, yang dipindai oleh pelanggan untuk menyelesaikan transaksi. *Merchant* (pelaku usaha) yang bermitra dengan Penyedia Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) memberikan kemudahan dalam memindai kode QR saat melakukan transaksi pengguna.

2.1.4 *Merchant Discount Rate* (MDR)

Dalam penerapan QRIS, terdapat biaya yang ditetapkan untuk dibayar oleh pedagang, yaitu Biaya MDR (*Merchant Discount Rate*) dan biaya *settlement.* Biaya MDR adalah tarif yang dikenakan oleh penyelenggara sesuai standar dari Bank Indonesia, sedangkan biaya *settlement* adalah biaya administrasi untuk transfer dana ke rekening pedagang setiap kali ada transfer dalam sehari. Menurut PP UMKM Nomor 7 Tahun 2021, usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih atau modal usaha maksimal Rp1 miliar dan pendapatan tahunan rata-rata maksimal Rp2 miliar. Pemerintah berkomitmen untuk mengkategorikan lebih banyak usaha sebagai usaha mikro agar peningkatan fokus pada usaha mikro dapat membuat mereka naik kelas. Namun, industri jasa keuangan mencatat adanya keluhan dari pedagang mikro terkait biaya *Merchant Discount Rate* (MDR) sebesar 0,7% untuk transaksi menggunakan QRIS (Wiratmini, 2020).

2.1.5 *Percieved Usefulness*

Percieved Usefulness merupakan suatu penilaian subjektif yang menunjukkan seberapa besar kemungkinan teknologi dapat membantu konsumen mencapai tujuan mereka (Isrososiawan et al., 2019). Dalam konteks penelitian ini, *percieved usefulness* dianggap sebagai faktor yang dapat mempengaruhi niat pelaku UMKM untuk mengadopsi sistem pembayaran QRIS. Dalam kerangka TAM, *percieved usefulness*

diasumsikan memiliki hubungan langsung dengan *behavioral intention* untuk menggunakan teknologi (Park et al., 2014). Menurut (Vankatesh et al., 2003), model TAM telah diperluas dan ditemukan bahwa *percieved usefulness* memiliki hubungan yang signifikan dengan *behavioral intention*dan merupakan salah satu faktor yang paling kuat dalam memprediksi niat untuk menggunakan suatu sistem. (Yi & Hwang, 2003) juga menemukan adanya hubungan positif dan signifikan antara *percieved usefulness* dan *behavioral intention.*

2.1.6 *Percieved Ease of Use*

Definisi pertama adalah *percieved ease of use* mengacu pada ukuran kepercayaan pengguna terhadap suatu teknologi tertentu bahwa penggunaan sistem tertentu akan memberikan kebebasan untuk menghindari upaya ekstra. Yang dimaksud dengan istilah "kemudahan" adalah keadaan terbebas dari kesulitan atau usaha yang berlebihan. Upaya mengacu pada alokasi sumber daya yang terbatas oleh seorang individu untuk mencapai aktivitas yang diinginkan atau diantisipasi. Menurut Davis, suatu aplikasi atau teknologi sistem yang menawarkan kemudahan lebih besar akan lebih mudah diadopsi oleh pengguna (David, 1989).

Dua sikap pengguna utama yang ingin diperhatikan oleh kenyamanan *(ease of use)* kemudahan adalah sikap pengguna sebagai perantara dan pengguna sebagai individu yang sukses. Yang lebih problematis lagi adalah keyakinan luas bahwa kesuksesan pada dasarnya memiliki kelemahan sebagai motivator. Seiring berjalannya waktu, dorongan intrinsik seseorang biasanya membuahkan hasil yang memuaskan. Beberapa indikator dari suatu teknologi sehingga memiliki kemudahan diantaranya;

- Kemahiran dalam menggunakan teknologi informasi.
- Teknologi informasi mudah untuk dipelajari.
- Mengoperasikan teknologi informasi sangatlah mudah.

2.1.7 *Social Influence*

Faktor sosial mencerminkan sejauh mana seorang individu dapat dipengaruhi oleh orang lain saat menggunakan sistem (Venkatesh et al., 2003). *Social influence* menjelaskan pandangan individu mengenai penggunaan atau penerapan suatu sistem oleh orang-orang di sekitarnya (Venkatesh et al., 2003). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi dapat dipengaruhi oleh peran individu yang dekat dalam lingkungan tersebut. Umpan balik positif dari lingkungan sosial cenderung mempengaruhi niat positif individu untuk menerima dan menggunakan teknologi.

Tingkat pengaruh dari individu yang berada dalam kedekatan dengan pengguna teknologi adalah salah satu dari dua dimensi *social influence*. Dimensi lainnya adalah norma subjektif, yang berkaitan dengan pengaruh individu-individu penting yang terkait dengan penggunaan teknologi.

2.1.8 *Behavioral Intention*

Motivasi seseorang untuk bertindak atas suatu sikap berakar pada minatnya dalam menggunakan, yaitu suatu tindakan (Patil et al., 2020). Tingkat keinginan seseorang untuk terlibat dalam tindakan tertentu disebut minat perilaku (Venkatesh et al., 2003). Faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi antara lain keyakinannya bahwa teknologi akan meningkatkan kinerjanya, kemudahan pengoperasiannya, keyakinannya dalam menggunakannya, seberapa besar risiko yang bersedia diambilnya, dan dukungan yang diterimanya dari lingkungan sosialnya (Bagus & Ayu, 2022). Dengan demikian, teknologi hanya akan dimanfaatkan ketika seseorang sebelumnya telah memutuskan untuk melakukannya.

2.1.9 *Attitude Towards*

Sikap seseorang terhadap teknologi dapat ditentukan dari tingkat kenyamanan atau ketidaknyamanannya terhadap berbagai sistem teknis yang ditemuinya dalam memenuhi tuntutan pekerjaan sehari-hari. Bagaimana perasaan dan tindakan seseorang terhadap benda di dekatnya. *Attitude Toward m*enurut Ajzen dan Fishben (2011) menyatakan bahwa suatu sikap adalah kecenderungan tersembunyi untuk bereaksi positif atau negatif terhadap konstruksi mental yang abstrak. Sikap dapat diarahkan terhadap segala sesuatu yang menonjol dalam realitas seseorang, termasuk tindakannya. Sikap adalah kecenderungan untuk bereaksi secara positif atau negatif terhadap suatu situasi (Kaplan, 1972). Sikap individu dapat didefinisikan sebagai penilaian positif atau negatif terhadap dampak tindakan tertentu. Mayoritas konsumen memiliki akses terhadap teknologi mutakhir yang akan mendorong mereka melakukan aktivitas keuangan secara online, termasuk mobile banking (Lukmanul Hakim & Euphrasia Susy Suhendra, 2021).

2.2 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai referensi dalam penelitian ini. Penelitian yang dilakukan Zaeni (2020) dengan analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji f dan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh

variabel positif dan signifikan terhadap variabel pengetahuan produk, variabel kemudahan mempunyai pengaruh negatif dan variabel kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam emnggunakan pembayaran online Gopay di Kota Kudus.

Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, dkk (2021) dan Fermayani, dkk (2022) bahwa kepercayaan bertransaksi memberikan pengaruh positif terhadap minat menggunakan QRIS dalam bertransaksi secara online. Temuan ini memberikan penguatan bahwa aplikasi perbankan yang memberikan jaminan kepercayaan akan meningkatkan minat menggunakannya dalam berbagai transaksi atau pembayaran secara online

Penelitian yang dilakukan oleh Riflan Buluati, Deby R. Karundeng, dan Moh. Afan Suyanto (2023) dengan hasil kepercayaan dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa produk atau jasa yang dipercayainya tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan. Kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa biasanya timbul dikarenakan pelanggan menilai kualitas produk dengan apa yang mereka lihat, pahami, atau apa yang mereka rasakan. Sebab itu penting bagi perusahaan untuk membangun rasa percaya pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkannya, supaya tingkat kepercayaan pelanggan lebih tinggi terhadap pelaku bisnis dan tercipta kepuasan mitra bisnis.

Penelitian yang dilakukan Niken Widowati dan Moch Khusaeni (2022) yang isinya keyakinan dan kepercayaan dalam yang terbentuk dari terpenuhinya aspek seperti terjaminnya keamanan dan risiko yang minim (penyalahgunaan informasi hingga kegagalan transaksi) berkontribusi pada peningkatan penilaian dan sikap terhadap teknologi ini yang akan memiliki efek positif pada intensi juga minat untuk menggunakan teknologi QRIS.

Penelitian yang dilakukan oleh Micke Theresa Bella Alfira 2023 dengan hasil bahwa pengaruh teknologi terhadap keputusan UMKM menggunakan QRIS menurut pedagang dapat memberikan manfaat bagi usahanya. Menggunakan QRIS dapat memberikan rasa aman dan nyaman dalam melayani konsumen tanpa ada kekhawatiran keaslian uang yang diterima.

Tabel 2.1 Telaah Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Sampel Penelitian	Variabel	Kesimpulan
1	Alfira & Susilo (2023)	UMKM	Dependen: Keputusan UMKM menggunakan QRIS, Penghasilan UMKM Independen: Teknologi, organisasi, lingkungan	Berdasarkan hasil dan analisis data dengan menggunakan QRIS pedagang mendapat beragam kemudahan untuk bertransaksi serta pedagang mampu bersaing dipasar dan berdampak positif terhadap kepercayaan pelanggan dan berpengaruh pada peningkatan penghasilan UMKM.
2	Widowati & Khusaeni (2022)	UMKM	Dependen: Intensi/Minat Independen: *Percieved Usefulness, Percieved ease of use,* Kepercayaan, *Attitude toward,* Kompabilitas dan Kepercayaan	Berdasarkan hasil dan analisis data Keputusan UMKM di Malang Raya untuk memanfaatkan QRIS dalam usahanya ditentukan oleh kemu dahan penggunaan,

				kegunaan, dan keper cayaan tetapi tidak dipengaruhi oleh kompati bilitas. Semakin mudah QRIS digunakan maka daya guna atau manfaat yang dirasakan akan semakin besar dan evaluasi sikap yang terbentuk dari pelaku UMKM cenderung lebih positif terhadap penggunaan QRIS.
3	Buluati et al., (2023)	UMKM	Dependen: Minat menggunakan QRIS Independen: Kemudahan bertransaksi, Keamanan bertransaksi, Kepercayaan bertransaksi	Berdasarkan hasil dan analisa data bahwa kemudahan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS pada pelaku UMKM. Keamanan bertransaksi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS pada pelaku UMKM.

				Kepercayaan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS pada pelaku UMKM.
4	Setiawan et al., (2022)	UMKM	Dependen: *Behavioral Intention* Independen: Percieved Usefulness, Perceived Ease Of Use, Social Influence Intervening: *Attitude* (Sikap)	Berdasarkan hasil dan analisa data bahwa *percieved usefulness* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *attitude toward to use QRIS payment system*. *Percieved usefulness* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention*. *Percieved ease of us* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *attitude towards to use QRIS payment system*. *Attitude towards* berpengaruh positif

				terhadap *behavioral intention. Social Influence* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention.*

2.3 Hipotesis

2.3.1 Pengaruh *percieved usefulness* terhadap sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS

Pembayaran nontunai dengan memakai QRIS dinilai menjanjikan perubahan dari sisi kualitas pelayanan, terutama terkait penyelesaian transaksi (Lee & Shin, 2018), serta dapat berperan sebagai promosi pelayanan dan perolehan pendapatan yang cepat (Clarysse et al., 2014). Pemanfaatan metode pembayaran digital dapat mempermudah proses transaksi dan menjadi alternatif cara bertransaksi tanpa perlu uang tunai (Popovska-kamnar, 2014). Proses transaksi dengan *QR Code* dinilai lebih fleksibel dan dapat memenuhi harapan akan kecepatan proses penyelesaian transaksi dalam pembayaran.

Penelitian yang dilakukan oleh (Rivera, Semrad, and Croes 2015), membuktikan bahwa persepsi kegunaan menjadi faktor penjelas adopsi teknologi baru, termasuk penggunaan QR Code di kalangan UMKM.

H1: *Percieved Usefulness* berpengaruh positif terhadap sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS.

2.3.2 Pengaruh *percieved ease of use* terhadap sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS

Fleksibilitas dan kemudahan penggunaan pembayaran digital dapat menjadi faktor penting penentu minat penggunaan metode pembayaran digital (Chakravorti & Jankowski, 2005). UMKM yang sudah menggunakan *QR Code* dapat menyesuaikan bagian dari layanan *QR Code* yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka, melakukan kontrol yang lebih baik atas penggunaannya (Anne Coussement and J.

Teague, 2013). Personalisasi tersebut dapat mempermudah penggunaan dan membentuk nilai positif yang dirasakan dari pemanfaatan layanan *QR Code*.

Penelitian yang dilakukan Bobby Setiawan (2022) menyimpulkan bahwa *percieved ease of use* secara langsung berpengaruh signifikan dan positif terhadap *attitude toward to use* QRIS *payment system.*

H2: *Percieved ease of use* berpengaruh positif terhadap sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS.

2.3.3 Pengaruh *social influence* terhadap sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS

Pengaruh dari pihak luar yang dipandang penting ditemukan sebagai faktor yang secara signifikan menjelaskan intensi penggunaan pembayaran digital (Setiawan & Mahyuni, 2020). *Social influence* berkaitan dengan keyakinan atau sikap individu tentang pemanfaatan atau penerapan suatu sistem dalam hubungannya dengan individu dalam lingkaran sosialnya (Venkatesh et al., 2003).

Penelitian yang dilakukan oleh Mahyuni (2021) menyimpukan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan, serta semakin besar pengaruh pihak eksternal yang dipandang penting, semakin besar juga intensi UMKM menggunakan QRIS.

H3: *Social Influence* berpengaruh positif terhadap sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS.

2.3.4 Pengaruh *merchant discount rate* (MDR) terhadap sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS

Dalam penerapan sistem pembayaran QRIS, terdapat m*erchant discount rate* (MDR) QRIS yang merupakan biaya jasa dan dikenakan kepada *merchant* oleh Penyelenggara Jasa Pmebayaran (PJP) saat bertransaksi dengan QRIS. Industri keuangan mencatat adanya keluhan dari pedagang mikro terkait biaya *merchant discount rate* (MDR) QRIS sebesar 0,7% untuk bertansaksi menggunakan QRIS.

Penelitian yang dilakukan oleh Eze et al (2021) menyatakan bahwa usaha kecil bersedia mencoba aplikasi pemasaran ketika biaya yang dibutuhkan lebih murah dan sesuai dengan kebutuhan usaha. Semakin terjangkau biaya teknologi yang dibutuhkan maka semakin cepat teknologi tersebut diterima dan diterapkan (Eze et al., 2021)

H4: *Merchant Discount Rate* (MDR) QRIS berpengaruh positif terhadap sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS

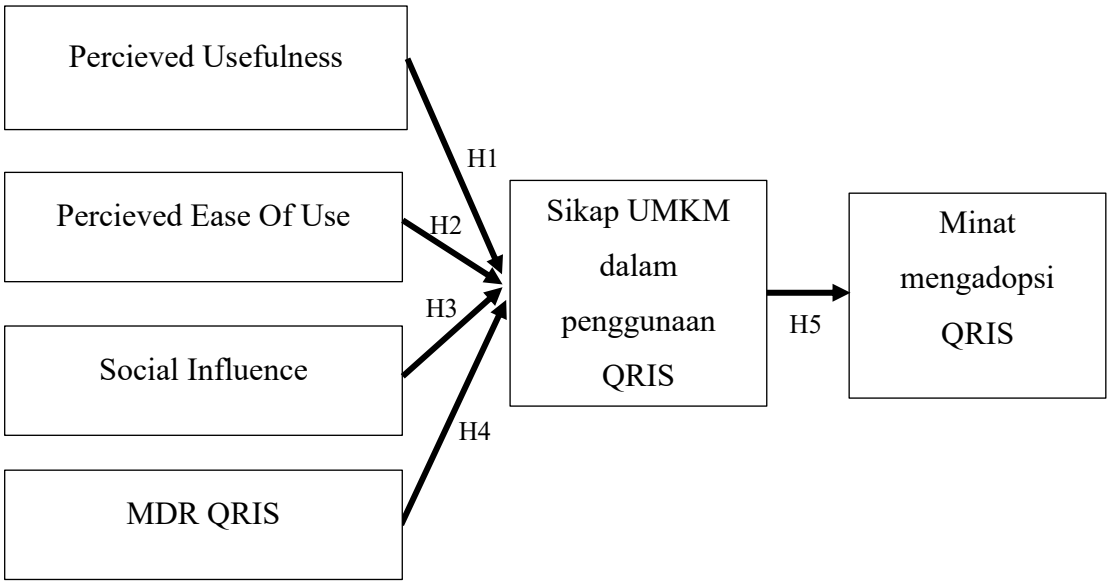
2.3.5 Pengaruh sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS terhadap minat UMKM untuk mengadopsi QRIS

Sikap sebagai disposisi atau kecenderungan laten untuk merespon dengan derajat tertentu suka atau tidak suka terhadap objek psikologis. Menurut Shanmugam (2014) sikap mengacu pada efek evaluatif positif atau negatif individu tentang melakukan perilaku tertentu. Termasuk dalam hal mobile banking, sebagian besar nasabah dihadapkan pada teknologi terkini yang akan melibatkan mereka dalam melakukan transaksi online.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Setiawan & Mahyuni (2020) secara umum terdapat tiga poin terkait persepsi kegunaan QRIS terhadap UMKM, yaitu: sangat menguntungkan, memberi alternatif metode pembayaran, dan mengurangi kontak fisik. QRIS menjadi media pembayaran yang mengguntungkan serta dipandang lebih sederhana dalam penggunaannya. Keuntungan penggunaan QR Code dapat meningkatkan kualitas layanan, pengurangan biaya transaksi, desain layanan yang bervariasi dan stabil (Lee & Shin, 2018)

H5: Sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS berpengaruh positif terhadap minat UMKM dalam mengadopsi QRIS.

2.4 Kerangka Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif mengacu pada studi sistematis tentang proses sosial menggunakan pendekatan tertentu dan pengumpulan data numerik. Strategi ini bergantung pada data numerik atau statistik. Penelitian kuantitatif adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan penelitian yang dapat diukur dan dipelajari.

3.1.1 Populasi

Populasi dan sampel diperlukan untuk penelitian kuantitatif ini. Dalam dunia bisnis offline, populasi adalah sekelompok orang atau benda yang memiliki ciri-ciri tertentu yang telah diidentifikasi oleh peneliti. Ciri-ciri ini memungkinkan peneliti mempelajari populasi dan menarik kesimpulan. Populasi dari penelitian ini merupakan pelaku UMKM yang ada di Provinsi Yogyakarta dengan total terdapat 325.000 UMKM (Bappeda DIY, 2024)

Penelitian kuantitatif ini memerlukan populasi dan sampel. Dalam sektor bisnis offline, populasi didefinisikan sebagai kumpulan entitas yang berbagi ciri-ciri spesifik yang diidentifikasi oleh peneliti. Oleh karena itu, peneliti dapat memeriksa komunitas dan menarik kesimpulan. Tiga ratus dua puluh lima ribu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang beroperasi di Provinsi Yogyakarta menjadi populasi penelitian ini.

3.1.2 Sampel

Sampel merupakan gambaran populasi secara keseluruhan, baik dari segi jumlah maupun komposisinya. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* untuk pengumpulan datanya. *Purposive sampling* di sisi lain melibatkan pemilihan responden dengan memperhatikan ciri-ciri spesifik mereka. Adapun kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pelaku UMKM di Provinsi Yogyakarta yang memiliki usaha offline dan online
2. Pelaku UMKM di Provinsi Yogyakarta yang sudah pernah ataupun belum menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran.

Pada penelitian ini perhitungan jumlah sampel minimal menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

E = nilai kritis (batas toleransi eror 10%)

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{325.000}{1+340.000\ (10\%)^2}$$

$$n = \frac{325.000}{1+325.000\ (10\%)^2}$$

$$n = \frac{325.000}{1+325.000\ (10\%)^2}$$

n = 99,9706

n = 100

3.2 Jenis Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif. Data kuantitatif mengacu pada informasi yang diekspresikan dan diukur menggunakan nilai numerik. Proses kuantifikasi data dilakukan dengan mengukur satu atau lebih variabel pada sampel atau populasi, menggunakan metode numerik atau statistik berdasarkan hasil survei (Purhantar, 2010). Penelitian ini memerlukan data asli sebagai sumber data yang diperlukan. Data primer mengacu pada data yang dikumpulkan langsung dari sumbernya. Data diperoleh melalui survei yang didistribusikan melalui *Google Forms* kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Provinsi Yogyakarta. Alternatif jawaban ditawarkan kepada responden untuk memungkinkan mereka memilih jawaban yang tepat dan diasumsikan akurat (Sugiyono, 2017). Dataset utama yang digunakan terdiri dari pertanyaan yang diarahkan kepada responden mengenai beberapa aspek yang mempengaruhi minat UMKM dalam mengadopsi sistem pembayaran QRIS terkait dengan biaya merchant discount rate *merchant discount rate* (MDR) QRIS.

Selanjutnya, untuk memperoleh data dalam penelitian ini dengan melalui penyebaran kuisioner. Pendapat dari (Sugiyono, 2017) kuisioner adalah teknik mengumpulkan data melalui pemberian daftar pertanyaan tertulis terhadap responden agar mendapatkan informasi dari subjek penelitian. Penyebaran kuisioner dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari biaya *merchant discount rate* QRIS, *percieved usefulness*, *percieved ease of use, social influence,* sikap UMKM, dan minat UMKM dalam mengadopsi sistem pembayaran QRIS. Kuisioner disebar secara online kepada pelaku UMKM di Provinsi Yogyakarta.

3.3 Skala Pengukuran

Pada penelitian ini skala pengukuran dalam menentukan skala interval yang dirancang untuk menyusun responden dalam bentuk pilihan, perilaku, dan sebagainya. Banyak orang yang menyebut skala likert dengan istilah skala interval (Bawono, 2006). Skala yang dimanfaatkan dalam melakukan pengukuran opini, sikap, keyakinan individu mengenai suatu peristiwa sosial disebut dengan skala likert (Darmawan, 2013), Skala likert yakni skala yang meliputi lima tingkatan preferensi jawaban yang mempunyai pilihan (Ghozali, 2013)

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala interval, yang digunakan untuk mengelompokkan responden berdasarkan pilihan, tindakan, dan faktor-faktor relevan lainnya. Skala Likert umumnya disebut sebagai skala interval (Bawono, 2006). Skala Likert adalah alat pengukuran yang digunakan untuk menilai pendapat, sikap, dan keyakinan individu tentang suatu peristiwa sosial (Darmawan, 2013).

1 = Sangat Tidak Setuju	3 = Setuju
2 = Tidak Setuju	4 = Sangat Setuju

Penggunaan skala likert 4 poin dikarenakan untuk menjaring data penelitian yang lebih akurat dikarenakan kategori jawaban yang dipilih responden tidak memiliki keraguan (Hertanto, 2017). Komponen berikutnya yang dapat diukur berfungsi sebagai acuan awal dalam menyusun berbagai aspek instrumen, seperti pernyataan atau pertanyaan yang memicu reaksi dari responden (Istiqomah, 2015).

3.4 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian mengacu pada segala aspek atau faktor yang diteliti oleh para peneliti dengan cara tertentu untuk mengumpulkan informasi dan membuat kesimpulan (Sugiyono, 2017).

3.4.1 Vairabel Dependen *Behavioral Intention* (Minat)

Behavioral intention dalam konteks ini berkaitan dengan kecenderungan atau keinginan untuk menggunakan sistem pembayaran QRIS. Minat dalam menggunakan layanan pembayaran QRIS dapat dipahami sebagai sejauh mana kecenderungan untuk menggunakan metode pembayaran ini, dengan asumsi bahwa pelaku UMKM memiliki akses terhadap informasi tersebut. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari penelitian yang dilakukan oleh Maharani (2021) dan Wibowo & Rimadias (2022). Penilaian setiap pertanyaan menggunakan skala Likert dengan rentang 1 hingga 4 yang mewakili berbagai tingkat dari tidak setuju hingga setuju.

Tabel 3.1 Indikator *Behavioral Intention*

Variabel	Indikator Variabel	Sumber
Behavioral Intention (Minat)	a. Saya berminat menggunakan QRIS dalam menerima pembayaran dibandingkan menggunakan cara lain. b. Saya berminat menggunakan QRIS untuk menjalankan usaha saya terutama dalam hal pembayaran non tunia. c. Saya berminat menggunakan QRIS karena manfaat yang diberikan. d. Saya berminat menggunakan QRIS secara berkelanjutan di masa mendatang.	Maharani (2021); Wibowo & Rimadias dan (2022)

3.4.2 Variabel Independen

Variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikatnya (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini variabel independennya adalah sebagai berikut:

a. *Merchant Discount Rate* (MDR) QRIS

Pada penelitian ini, istilah "*merchant discount rate* (MDR) QRIS" mengacu pada biaya yang dibebankan oleh Penyelenggara Jasa Pembayaran (PJP) kepada pedagang untuk transaksi melalui QRIS. Pedagang menanggung seluruh biaya ini. Menurut penelitian Micke Theresa Bella Alfari, banyak bisnis mengakui bahwa menggunakan QRIS dapat memberikan rasa percaya diri dan kemudahan dalam melayani pelanggan. Menurut Eze dkk., usaha kecil cenderung mencoba aplikasi pemasaran jika biayanya lebih rendah dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan mereka (Eze et al., 2021). Semakin turunnya biaya teknologi yang diperlukan, semakin cepat teknologi tersebut diterima dan diimplementasikan. Pernyataan-pernyataan dalam penelitian ini dinilai menggunakan skala likert yang mencakup rentang 1 hingga 4, yang mewakili berbagai tanggapan mulai dari sangat tidak setuju hingga setuju.

Tabel 3.2 Indikator MDR QRIS

Variabel	Indikator Variabel	Sumber
Merchant Discount Rate (MDR) QRIS	a. Menurut saya biaya sistem pembayaran QRIS lebih terjangkau dibandingkan dengan sistem pembayaran yang lainnya . b. Menurut saya sistem pembayaran QRIS memiliki biaya yang terjangkau. c. Menurut saya dengan adanya MDR QRIS dapat menjamin keamanan bertransaksi. d. Menurut saya menggunakan QRIS memiliki kesesuaian antara manfaat dan biaya dalam penerapan QRIS di UMKM.	(Maharani 2021; Wibowo & Rimadias, 2022)

b. *Percieved Usefulness*

Percieved usefulness (persepsi kegunaan), seperti yang didefinisikan dalam penelitian ini, berkaitan dengan keyakinan pengguna bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja mereka (Davis, 1989). Indikator dari variabel ini diambil dari penelitian yang dilakukan oleh Chin & Todd pada tahun 1995. Mereka dinilai menggunakan skala likert yang rentangnya dari 1 sampai 4, di mana poin 1 sampai dengan 4 dari sangat tidak setuju hingga setuju.

Tabel 3.3 Indikator *Percieved Usefulness*

Variabel	Indikator Variabel	Sumber
Percieved Usefulness	a. Saya merasa sistem pembayaran QRIS memiliki manfaat dan mudah digunakan. b. Saya merasa sistem pembayaran QRIS dapat meningkatkan efektivitas kerja. c. Saya merasa sistem pembayaran QRIS dapat menambah produktifitas. d. Saya merasa sistem pembayaran QRIS dapat mengembangkan kinerja dalam berbisnis di era modern ini.	(Chin & Todd, 1995)

c. *Percieved Ease of Use*

*Percievede e*ase *of use* dapat diartikan sejauh mana orang memiliki keyakinan bahwa suatu teknologi tertentu akan memungkinkan mereka menggunakannya tanpa menambahkan usaha tambahan. Istilah "kemudahan" mengacu pada keadaan bebas dari kesulitan atau usaha yang berlebihan. Davis menyarankan bahwa pengguna lebih cenderung mengadopsi aplikasi atau sistem teknologi yang memberikan lebih banyak kemudahan. Ada dua perspektif yang ingin diperhatikan oleh konsep ease of use yaitu pandangan pengguna sebagai perantara dan pandangan pengguna sebagai individu yang berhasil.

Tabel 3.4 Indikator *Percieved Ease of Use*

Variabel	Indikator Variabel	Sumber
Percieved Ease Of Use	a. Menurut saya sistem pembayaran QRIS mudah dimengerti. b. Menurut saya sistem pembayaran QRIS mudah digunakan. c. Menurut saya sistem pembayaran QRIS tidak membutuhkan proses yang rumit. d. Menurut saya sistem pembayaran QRIS dapat memudahkan konsumen untuk bertransaksi.	(Patit et al., 2020; Setiawan & Wahyuni, 2020)

d. *Social Influence*

Social Influence (Pengaruh sosial) dapat diartikan sebagai kondisi lingkungan sekitar pelaku UMKM yang mendorong atau memotivasi untuk menggunakan sistem pembayaran QRIS seperti pengaruh dari teman dekat, konsumen dan tokoh terkenal untuk menggunakan sistem pembayaran berbasis QRIS. Instrumen penelitian ini diambil dari penelitian (Wibowo & Rimadias, 2022). Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai setiap pertanyaan ini menggunakan skala likert dengan poin 1 samapi dengan 4 dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Social influence (pengaruh sosial) mengacu pada faktor-faktor lingkungan sekitar pelaku UMKM dan mendorong mereka untuk mengadopsi sistem pembayaran QRIS. Faktor-faktor ini dapat mencakup pengaruh dari teman dekat, konsumen, dan tokoh terkenal yang mendukung penggunaan sistem pembayaran berbasis QRIS. Instrumen penelitian yang digunakan dalam studi ini diadaptasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Setiawan & Mahyuni (2020) dan Wibowo & Rimadias (2022). Penilaian setiap topik dilakukan

menggunakan skala likert yang rentangnya dari 1 hingga 4, dengan angka 1 menunjukkan ketidaksetujuan yang kuat dan 4 menunjukkan persetujuan yang kuat.

Tabel 3.5 Indikator *Social Influence*

Variabel	Indikator Variabel	Sumber
Social Influence	a. Menurut saya penggunaan QRIS di pengaruh oleh artis/tokoh terkenal/idola. b. Menurut saya penggunaan QRIS dipengaruhi oleh teman dekat. c. Menurut saya sistem pembayaran QRIS sangat dibutuhkan oleh pembeli/konsumen. d. Menurut saya menggunakan QRIS dipengaruhi oleh informasi dan pengalaman dari orang lain.	(Setiawan & Mahyuni, 2020; Wibowo & Rimadias, 2022)

3.4.3 Variabel Intervening

Variabel intervening, sebagaimana yang didefinisikan oleh Sugiyono (2019), adalah konstruk teoritis yang memberikan pengaruh tidak langsung terhadap hubungan antara variabel independen dan dependen, dan tidak dapat diamati atau diukur secara langsung. Variabel ini berfungsi sebagai perantara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga mengakibatkan pengaruh tidak langsung dari faktor-faktor independen terhadap perubahan atau munculnya variabel dependen. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah Sikap. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel sikap diperoleh dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Schierz dkk (2010).

Tabel 3.6 Indikator *Attitude Toward*

Variabel	Indikator Variabel	Sumber
Attitude (Sikap)	a. Menurut saya menggunakan sistem pembayaran QRIS merupakan ide yang bijaksana.	(Szhierz et al, 2010)

	b. Menurut saya menggunakan sistem pembayaran QRIS merupakan ide yang tepat. c. Menurut saya menggunakan sistem pembayaran QRIS menyenangkan dalam penggunaannya. d. Menurut saya sistem pembayaran QRIS memiliki manfaat yang dapat dirasakan. e. Menurut saya sistem pembayaran QRIS menarik untuk dicoba dan diadopsi.	

3.5 Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dan dilakukan analisis menggunakan *Partial Least Squares* (PLS) dengan *software* SmartPLS v4.

3.5.1 Analisa Outer Model

Tujuan utama dari uji outer model adalah untuk secara tepat mendefinisikan hubungan antara variabel laten dan indikator-indikatornya yang sesuai. Uji ini menggunakan metode PLS *Algorithm*. Tahap evaluasi dalam model outer dinilai melalui pengujian validitas dan reliabilitas (Ghozali & Latan, 2015). Hal ini penting untuk mengevaluasi efektivitas instrumen dalam mengukur variabel yang dimaksud dan reliabilitas alat ukur dalam mengevaluasi suatu konsep atau konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan kuesioner atau instrumen penelitian. Abdillah dan Hartono (2015) menyatakan bahwa model pengukuran mencakup validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas komposit (*cronbach's alpha*).

a. Validitas Konvergen

Validitas konvergen berkaitan dengan gagasan bahwa pengukuran dari suatu konstruk seharusnya memiliki hubungan yang kuat. Pengujian validitas adalah evaluasi sejauh mana instrumen yang dirancang mengukur dengan akurat suatu gagasan tertentu yang dimaksud untuk dievaluasi. Validitas mengacu pada

ketepatan pengukuran gagasan yang dimaksud, sedangkan reliabilitas mengacu pada konsistensi dan stabilitas pengukuran (MacIntosh & O'Gorman, 2015) Pengujian validitas dengan pendekatan ini melibatkan pembentukan korelasi antara skor yang diperoleh untuk setiap item individu dengan skor keseluruhan untuk semua item. Pengujian validitas dilakukan untuk mengevaluasi akurasi dan reliabilitas sebuah kuesioner yang digunakan untuk mengukur topik penelitian. Validitas sebuah kuesioner ditentukan oleh kemampuannya untuk menghasilkan hasil yang dapat diuji dan diukur melalui pertanyaan-pertanyaan yang terkandung di dalamnya. Validitas konvergen dianggap dapat diterima ketika faktor loading sama dengan atau lebih besar dari 0,5 (Hair et al., 2010).

b. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan menjamin bahwa setiap konsep yang diwakili oleh variabel laten benar-benar terpisah dari variabel lainnya. Model menunjukkan validitas diskriminan yang kuat ketika nilai loading dari setiap indikator untuk variabel laten melebihi nilai loading dari variabel laten lainnya. Jika nilai *cross-loading* untuk semua indikator dari setiap variabel laten lebih tinggi ketika terkait dengan variabel latennya sendiri dibandingkan dengan variabel laten lainnya, maka dapat disimpulkan bahwa variabel laten tersebut memiliki validitas diskriminan yang kuat. Selain itu, validitas diskriminan dapat dievaluasi dengan menganalisis nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Disarankan bahwa nilai AVE untuk setiap konsep harus lebih dari 0,5 (Ghozali, 2016).

c. *Composite Reliability*

Pengujian reliabilitas komposit digunakan untuk mengevaluasi konsistensi alat ukur dalam mengukur konsep yang dimaksudkan untuk diukur. Reliabilitas pengukuran mengacu pada sejauh mana pengukuran tidak bias dan dengan demikian menjamin pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dan di berbagai item dalam instrumen. Sederhananya, keandalan suatu ukuran mengacu pada seberapa stabil dan konsisten instrumen yang digunakan untuk menguji suatu konsep. Ini membantu menentukan kualitas ukuran tersebut (MacIntosh & O'Gorman, 2015). Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menghitung koefisien c*ronbach's alpha* untuk setiap variabel yang diperiksa. Ghozali (2016) menyatakan bahwa suatu variabel dapat dianggap andal jika menghasilkan nilai *cronbach's alpha* (α) lebih besar dari 0,6.

3.5.2 Analisa Inner Model

Inner model, atau dikenal juga sebagai model struktural, digunakan untuk memprediksi hubungan kausal (hubungan sebab-akibat) antara variabel laten atau variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Model struktural, atau dikenal juga sebagai inner model, menggambarkan hubungan sebab-akibat antara variabel laten yang diperoleh dari konsep teoretis. Berbagai uji dapat dilakukan untuk mengevaluasi model struktural, termasuk analisis *R-square* untuk struktur endogen (Sekaran & Bougie, 2016). Nilai *R-square* mewakili koefisien determinasi untuk konstruk endogen. Selain itu, ukuran efek (*F-square*) digunakan untuk menilai kapasitas prediktif melalui penerapan teknik blinding. Nilai yang diperoleh adalah 0.02 menunjukkan lemah, 0.15 menunjukkan sedang, dan 0.35 menunjukkan kuat (Ghozali, 2016).

3.5.3 Pengujian Hipotesis

Proses pengujian hipotesis melibatkan analisis nilai koefisien jalur dan nilai t-statistik menggunakan perangkat lunak SmartPLS v4, khususnya melalui pendekatan bootstrapping. Nilai t-statistik yang dihitung kemudian dibandingkan dengan nilai yang ada di t-tabel. Hipotesis penelitian yang diajukan diterima jika nilai t-statistik melebihi nilai t-tabel; sebaliknya, hipotesis ditolak. Penelitian ini mengajukan lima hipotesis. Korelasi antara variabel yang disajikan dalam hipotesis dianggap signifikan ketika nilai t-statistik lebih besar dari atau sama dengan 1,96, yang mengindikasikan penolakan hipotesis nol (H0).

BAB IV
ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan elemen-elemen yang mempengaruhi tingkat minat pelaku UMKM dalam menerapkan sistem pembayaran QRIS. Survei disebarkan melalui Google Form, yang dapat diakses di https://forms.gle/JGCuh1h7jLhQSZvT7, khususnya ditujukan kepada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Kuesioner diterbitkan pada 21 Juni 2024 dan berakhir pada 8 Juli 2024. Total 120 responden diperoleh. Semua responden mengisi kuisioner dengan akurat dan memenuhi syarat untuk studi lebih lanjut.

4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia usaha (UMKM), jenis usaha, pendapatan bulanan, dan tingkat familiaritas dengan penggunaan Kode QR Standar Indonesia (QRIS).

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

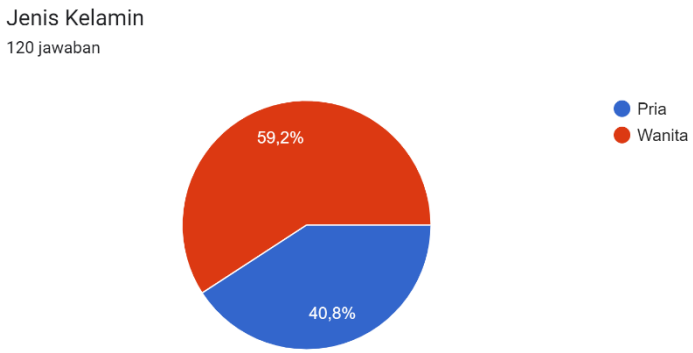
Berdasarkan hasil kuisioner yang telah disebarkan dapat dilihat bahwa data berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Pria	49	40,8%
Wanita	71	59,2%
Total	120	100%

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Gambar 4.1 Diagram Jenis Kelamin



Menganalisis Tabel 4.1 yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, dapat disimpulkan bahwa dari 120 peserta, 49 orang adalah pria, dengan presentase 40,8%, sedangkan 71 orang adalah wanita, dengan presentase 59,2%. Mereka adalah pemilik UMKM di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan demikian, berdasarkan kategorisasi ini, survei sebagian besar terdiri dari responden wanita.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia UMKM

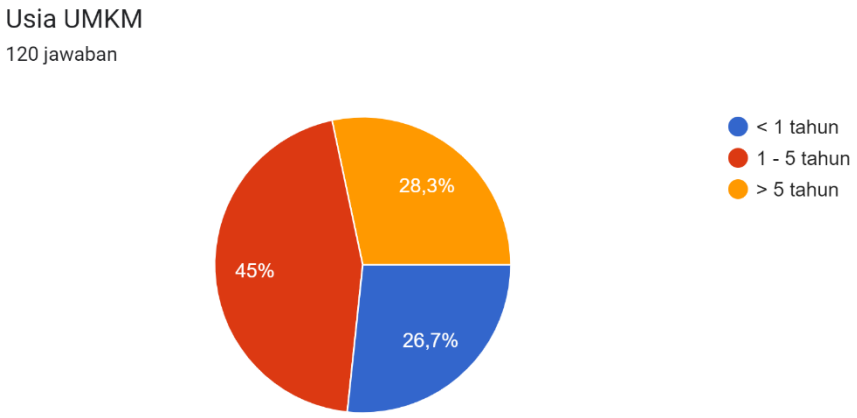
Data usia UMKM responden berdasarkan hasil yang telah diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia UMKM

Usia UMKM	Jumlah	Presentase (%)
< 1 tahun	32	26,7%
1 – 5 tahun	54	45%
5 tahun	34	28,3%
Total	120	100%

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Gambar 4.2 Diagram Usia UMKM



Tabel 4.2 menampilkan klasifikasi responden berdasarkan usia Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mereka. Tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 120 responden, 32 individu memiliki UMKM yang berusia kurang dari 1 tahun, yang merupakan 26,7% dari total; 54 responden memiliki UMKM yang berusia antara 1 hingga 5 tahun, yang menyumbang 45%; dan 34 responden memiliki UMKM yang berusia lebih dari 5 tahun, yang mencakup 28,3%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah UMKM yang berusia antara 1 hingga 5 tahun.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

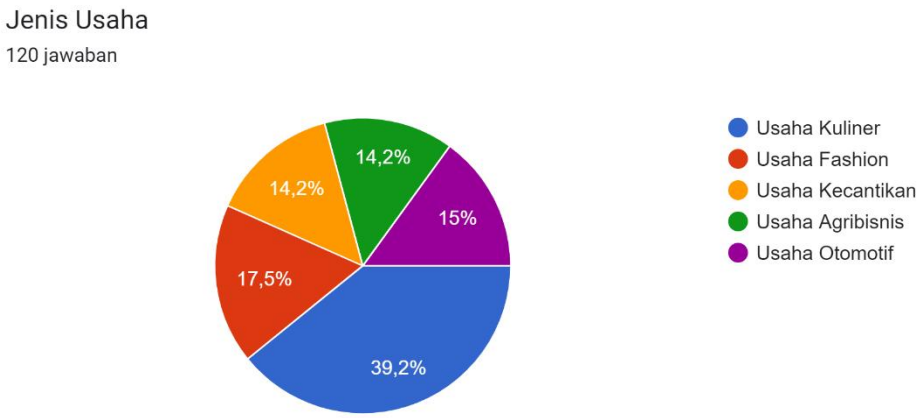
Berdasarkan hasil kuisioner yang telah disebarkan dapat dilihat bahwa data berdasarkan jenis usaha dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Jenis Usaha	Jumlah	Presentase (%)
Usaha Kuliner	47	39,2%
Usaha Fashion	21	17,5%
Usaha Kecantikan	17	14,2%
Usaha Agribisnis	17	14,2%
Usaha Otomotif	18	15%
Total	120	100%

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Gambar 4.3 Diagram Jenis Usaha



Klasifikasi responden menurut jenis usaha mereka ditunjukkan dalam Tabel 4.3. Tabel tersebut menunjukkan bahwa 47 responden memiliki usaha kuliner, yang mencakup 39,2% dari 120 responden. Selain itu, 21 responden memiliki usaha fashion, yang mewakili 17,5% dari 120 responden. Sebanyak 17 responden memiliki usaha kecantikan, yang mencakup 14,2% dari 120 responden. Sebanyak 17 responden memiliki usaha agribisnis, yang juga mencakup 14,2% dari 120 responden. Terakhir, 18 responden memiliki usaha otomotif, yang mencakup 15% dari 120 responden. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah pelaku usaha kuliner.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

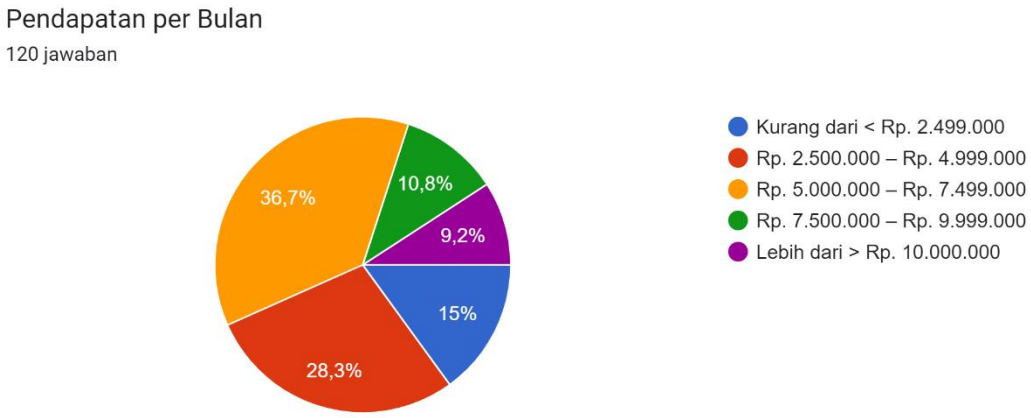
Data pendapatan per bulan responden berdasarkan hasil dari kuisioner yang disebar dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Pendapatan Per Bulan	Jumlah	Presentase (%)
< Rp. 2.499.000	18	15%
Rp. 2.500.000 – Rp. 4.999.000	34	28,3%
Rp. 5.000.000 – Rp. 7.499.000	44	36,7%
Rp. 7.500.000 – Rp. 9.999.000	13	10,8%
>Rp. 10.000.000	11	9,2%
Total	120	100%

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Gambar 4.4 Diagram Pendapatan Per Bulan



Klasifikasi responden berdasarkan pendapatan bulanan ditampilkan pada Tabel 4.4. Dapat disimpulkan bahwa 18 dari 120 responden memiliki pendapatan bulanan kurang dari Rp. 2.499.000, yang menyumbang 15% dari total. Selanjutnya, 28,3% responden, yaitu 34 orang, memiliki pendapatan bulanan antara Rp. 2.500.000 dan Rp. 4.999.000. Sebanyak 36,7% responden memiliki pendapatan bulanan antara Rp. 5.000.000 dan Rp. 7.499.000. Tiga belas responden memiliki pendapatan bulanan antara Rp. 7.500.000 dan Rp. 9.999.000, yang menyumbang 10,8% dari total. Sebelas responden memiliki pendapatan bulanan melebihi Rp. 10.000.000, yang menyumbang 9,2% dari total. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pendapatan bulanan antara Rp. 5.000.000 dan Rp. 7.499.000.

4.2.5 Sudah Pernah Menggunakan QRIS atau Belum

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsiakn karakteristik responden berdasarkan pernah atau belum dalam menggunakan QRIS bahwa mayoritas responden pernah dalam menggunakan QRIS.

Tabel 4.5 Sudah Pernah Menggunakan QRIS atau Belum

Pilihan	Jumlah	Presentase (%)
Pernah	85	70,8%
Belum	35	29,2%
Total	120	100%

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Gambar 4.5 Diagram Sudah Pernah Menggunakan QRIS atau Belum



Klasifikasi responden ditunjukkan dalam Tabel 4.5, yang didasarkan pada pengalaman mereka dengan QRIS. Dapat disimpulkan bahwa dari 120 responden, 85 telah menggunakan QRIS sebelumnya, yang mencakup 70,8% dari total responden. Sebaliknya, 35 responden belum pernah menggunakan QRIS, yang mewakili 29,2% dari total. Dengan demikian, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah individu yang telah menggunakan QRIS sebelumnya.

4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Data dari responden diproses dan dianalisis untuk menemukan penjelasan untuk setiap variabel dalam penelitian ini. Teknik bootstrapping diterapkan menggunakan SmartPLS 4 untuk melakukan pemrosesan data. Tabel 4.6 menggambarkan deskripsi statistik untuk setiap variabel penelitian yang dihasilkan dari pemrosesan data ini:

Tabel 4.6 Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Behavioral Intention	120	1	4	3.53	0.685
Merchant Discount Rate	120	1	4	3.45	0.684
Percieved Usefulness	120	2	4	3.57	0.658
Percieved Ease of Use	120	1	4	3.44	0.731
Social Influence	120	1	4	3.30	0.693
Attitude Toward	120	1	4	3.49	0.648

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Untuk variabel *behavioral intention,* nilai minimum adalah 1 dan nilai maksimum adalah 4, yang menunjukkan bahwa penilaian terendah untuk *behavioral intention* adalah 1 dan penilaian tertinggi adalah 4. Nilai rata-ratanya adalah 3,53, yang menunjukkan bahwa variabel *behavioral intention* dinilai rata-rata 3,53 oleh responden. Penyebaran data untuk variabel *behavioral intention* di antara 120 responden adalah 0,685, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai standar deviasi.

Untuk variabel *Merchant Discount Rate*, nilai minimum adalah 1 dan nilai maksimum adalah 4, yang menunjukkan bahwa penilaian terendah untuk *Merchant Discount Rate* adalah 1 dan penilaian tertinggi adalah 4. Variabel *Merchant Discount Rate* dinilai rata-rata 3,45 oleh responden, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai rata-ratanya 3,45. Penyebaran data untuk variabel *Merchant Discount Rate* di antara 120 responden adalah 0,684, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai standar deviasi 0,684.

Variabel *perceived usefulness* memiliki nilai minimum 2 dan nilai maksimum 4, yang menunjukkan bahwa penilaian tertinggi terhadap *perceived usefulness* adalah 4 dan penilaian terendah adalah 2. Nilai rata-rata 3,57 menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* dinilai oleh responden dengan rata-rata 3,57. Standar deviasi menunjukkan bahwa ukuran penyebaran data untuk variabel perceived usefulness di antara 120 responden adalah 0,658.

Variabel *perceived ease of use* memiliki nilai minimum 1 dan nilai maksimum 4, yang menunjukkan bahwa penilaian terendah terhadap *perceived ease of use* adalah 1 dan penilaian tertinggi adalah 4. Nilai rata-rata 3,44 menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* dinilai oleh responden dengan rata-rata 3,44. Standar deviasi menunjukkan bahwa ukuran penyebaran data untuk variabel *perceived ease of use* di antara 120 responden adalah 0,731.

Variabel *social influence* memiliki nilai minimum 1 dan nilai maksimum 4, yang mewakili penilaian terendah dan tertinggi terhadap *social influence*, masing-masing. Nilai rata-rata 3,30 menunjukkan bahwa variabel *social influence* dinilai oleh responden dengan rata-rata 3,30. Standar deviasi menunjukkan bahwa ukuran penyebaran data untuk variabel *social influence* di antara 120 responden adalah 0,693.

Variabel *attitude towards* memiliki nilai minimum 1 dan nilai maksimum 4, yang menunjukkan bahwa penilaian terendah terhadap *attitude towards* adalah 1 dan penilaian tertinggi adalah 4. Nilai rata-rata 3,49 menunjukkan bahwa variabel *attitude towards* dinilai oleh responden dengan rata-rata 3,49. Standar deviasi menunjukkan

bahwa ukuran penyebaran data untuk variabel attitude towards di antara 120 responden adalah 0,648.

4.4 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)

Penelitian ini mencakup uji instrumen, yang meliputi penilaian validitas dan reliabilitas, untuk mengevaluasi sejauh mana tingkat validitas dan reliabilitas instrumen penelitian.

4.4.1 *Convergent Validity*

Convergent validity dilihat dari nilai *outer loading* instrument dan *square root of avarage extracted* (AVE). Nilai *outer loading* merupakan nilai antara konstruk dan instrument yang merupakan proporsi variansi dari sebuah item. Validitas dikatakan memiliki nilai yang baik jika nilai *loading factor* lebih besar dari 0,70 dan nilai AVE lebih besar dari 0,5 (Fornell & Larck, 1981). Berikut ini adalah hasil perhitungan nilai *loading factor* dan AVE yang disajikan pada tabel 4.7.

Akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) dan nilai *outer loading* digunakan untuk mengevaluasi validitas konvergen. Nilai *outer loading* menunjukkan persentase variansi yang dijelaskan oleh suatu item untuk sebuah konstruk. *Fornell dan Larcker* (1981) mendefinisikan validitas yang baik sebagai *loading factor* yang lebih besar dari 0,70 dan AVE yang lebih besar dari 0,50. Tabel 4.7 menampilkan hasil perhitungan untuk AVE dan *loading factor*.

Tabel 4.7 Uji *Convergent Validity*

Variabel	Item	Loading Factor	Avarage Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Attitude Toward	**AT1**	0.769	0.649	Valid
	AT2	0.832		
	AT3	0.773		
	AT4	0.812		
	AT5	0.840		
Behavioral Intention	**BI1**	0.810	0.711	Valid
	BI2	0.889		
	BI3	0.883		
	BI4	0.786		

Merchant Discount Rate	**MDR1**	0.826	0.702	Valid
	MDR2	0.844		
	MDR3	0.853		
	MDR4	0.828		
Percieved Ease of Use	**PEU1**	0.830	0.712	Valid
	PEU2	0.890		
	PEU3	0.829		
	PEU4	0.825		
Percieved Usefulness	**PU1**	0.816	0.695	Valid
	PU2	0.880		
	PU3	0.816		
	PU4	0.821		
Social Influence	**SI1**	0.661	0.587	Tidak valid
	SI2	0.789		
	SI3	0.794		
	SI4	0.811		

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Seperti yang diilustrasikan dalam Tabel 4.7, tidak semua nilai *loading factor* melebihi 0,7. SI1, yang memiliki nilai 0,661, adalah item yang perlu dihapus dalam hal ini. Nilai loading factor belum memenuhi kriteria validitas konvergen, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 4.6. Ini menunjukkan bahwa korelasi antara berbagai instrumen belum cukup valid. Tabel 4.8 akan menampilkan hasil dari penghapusan item tersebut.

Tabel 4.8 *Initial Item Loading* dan AVE

Variabel	**Item**	**Loading Factor**	**Avarage Variance Extracted (AVE)**	**Keterangan**
Attitude Toward	**AT1**	0.769	0.649	Valid
	AT2	0.832		
	AT3	0.773		
	AT4	0.812		

	AT5	0.840		
Behavioral Intention	**BI1**	0.810	0.711	Valid
	BI2	0.889		
	BI3	0.883		
	BI4	0.786		
Merchant Discount Rate	**MDR1**	0.826	0.702	Valid
	MDR2	0.844		
	MDR3	0.853		
	MDR4	0.828		
Percieved Ease of Use	**PEU1**	0.830	0.712	Valid
	PEU2	0.890		
	PEU3	0.829		
	PEU4	0.825		
Percieved Usefulness	**PU1**	0.816	0.695	Valid
	PU2	0.880		
	PU3	0.816		
	PU4	0.821		
Social Influence			0.587	Valid
	SI2	0.789		
	SI3	0.794		
	SI4	0.811		

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa semua nilai *loading factor* saat ini lebih besar dari 0,7, yang mengindikasikan bahwa setiap item memenuhi kriteria validitas konvergen. Nilai AVE untuk setiap variabel juga lebih besar dari 0,5, yang memenuhi ambang batas yang disarankan. Oleh karena itu, indikator yang digunakan dalam penelitian ini dianggap valid dan memenuhi kriteria validitas konvergen.

4.4.2 *Discriminant Validity*

Untuk melihat validitas dari konstruk, dapat diketahui dengan cara membandingkan nilai AVE setiap konstruk dengan korelasi konstruk lainnya. Dikatakan *discriminant validity* yang baik jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih

besar dari pada korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya. Tabel 4.9 dibawah ini menunjukkan hasil output korelasi antar konstruk.

Tabel 4.9 *Discriminant Validity Fornell-Larcker Criterion*

	AT	BI	MDR	PEU	PU	SI
AT	**0.806**					
BI	0.787	**0.843**				
MDR	0.808	0.773	**0.838**			
PEU	0.805	0.841	0.840	**0.844**		
PU	0.849	0.828	0.827	0.810	**0.834**	
SI	0.729	0.716	0.748	0.775	0.741	**0.810**

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa akar AVE pada seluruh konstruk lebih tinggi daripada korelasi antar variabel. Sebagai contoh pada variabel *social influence* memiliki akar AVE 0,810 lebih besar daripada korelasi antara variabel *social influence* dengan *attitude toward* sebesar 0,729, variabel *social influence* dengan *behavioral intention* sebesar 0,716, variabel *social influence* dengan *merchant discount rate* sebesar 0,748, variabel *social influence* dengan *percieved ease of use* sebesar 0,775, variabel *social influence* dengan *percieved usefulness* sebesar 0,741. Begitu juga dengan nilai akar kuadrat AVE untuk variabel yang lain seluruhnya lebih besar dari koefisien korelasi antar variabel. Dengan demikian konstruk keseluruhan variabel dapat dinyatakan valid karena akar AVE > koefisien korelasinya, artinya seluruh variabel ini telah memiliki *discriminant validity* yang tinggi. Selain membandingkan akar AVE dengan korelasi konstruk, *discriminant validity* dapat dilihat juga dari *cross loading* antara idnikator dengan konstruknya dan hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut.

Tabel 4.10 *Cross Loading*

	AT	BI	MDR	PEU	PU	SI
AT1	**0.767**	0.688	0.623	0.683	0.682	0.590
AT2	**0.833**	0.659	0.739	0.697	0.704	0.646
AT3	**0.773**	0.612	0.593	0.648	0.692	0.544
AT4	**0.812**	0.617	0.661	0.610	0.670	0.604
AT5	**0.841**	0.584	0.628	0.598	0.669	0.545

BI1	0.613	**0.810**	0.622	0.684	0.684	0.593
BI2	0.677	**0.889**	0.662	0.723	0.771	0.657
BI3	0.743	**0.883**	0.692	0.775	0.793	0.657
BI4	0.607	**0.786**	0.628	0.646	0.705	0.497
MDR1	0.638	0.639	**0.826**	0.759	0.717	0.662
MDR2	0.685	0.667	**0.844**	0.704	0.681	0.659
MDR3	0.713	0.619	**0.853**	0.700	0.678	0.617
MDR4	0.669	0.667	**0.828**	0.689	0.700	0.573
PEU1	0.637	0.674	0.703	**0.830**	0.715	0.521
PEU2	0.732	0.785	0.790	**0.890**	0.809	0.703
PEU3	0.656	0.685	0.712	**0.829**	0.747	0.714
PEU4	0.689	0.690	0.662	**0.825**	0.729	0.671
PU1	0.697	0.721	0.618	0.732	**0.816**	0.591
PU2	0.749	0.762	0.722	0.780	**0.880**	0.645
PU3	0.703	0.752	0.705	0.738	**0.816**	0.602
PU4	0.680	0.691	0.715	0.716	**0.821**	0.635
SI2	0.550	0.479	0.574	0.576	0.506	**0.783**
SI3	0.640	0.672	0.646	0.683	0.654	**0.832**
SI4	0.576	0.577	0.594	0.619	0.634	**0.813**

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Cross loading merupakan korelasi loading tertinggi pada sebuah konstruk daripada konstruk yang lain. Mengacu pada *rule of tumbs, discriminant validity* akan dianggap baik jika nilai *cross loading* lebih dari 0,7 dalam tabel 4.9 semua konstruk memenuhi persyaratan tersebut. Dengan nilai *cross loading* yang tinggi pada sebuah blok konstruk laten daripada konstruk lainnya, hal ini dapat disimpulkan bahwa indikator berkorelasi lebih baik dengan variabel latennya dibandingkan dengan variabel laten lainnya.

4.4.3 *Composite Reliability*

Uji reliabilitas konstruk dapat dilihat berdasarkan nilai *composite reliability* lebih dari 0,7 dan nilai dari *cronbach's alpha* lebih dari 0,6. Hasil perhitungan dari *composite reliability* dan *cronbach's alpha* dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut.

Tabel 4.11 ***Composite Reliability***

	Composite reliability	**Cronbach's alpha**
AT	0.902	0.864
BI	0.907	0.863
MDR	0.904	0.858
PEU	0.908	0.865
PU	0.901	0.854
SI	0.851	0.738

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Berdasarkan tabel 4.8 hasil perhitungan dari *composite reliability* secara keseluruhan memiliki nilai pada masing-masing variabel lebih dari 0,7 dan telah memenuhi standar reliabel dan nilai *composite realibility* dari setiap variabel lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *cronbach's alpha* pada setiap variabel. Maka bisa disimpulkan bahwa kuisioner pada penelitian ini telah memenuhi kriteria realibilitas.

Dan pada tabel 4.8 juga dapat dilihat bahwa nilai dari *cronbach's alpha* pada setiap variabel dikategorikan sangat *reliabel* dengan nilai *cronbach's alpha* diatas 0,8 (Indrawari, 2018). Nilai *cronbach's alpha* 0,7 dikategorikan *reliable* dan nilai 0,81 – 1,00 dikategorikan sangat *reliable.* Artinya, dapat disimpukan bahwa reliabilitas terpenuhi atau seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang bagus.

4.5 Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Proses evaluasi model struktural (*inner model*) melibatkan analisis nilai *R-Square*, yang mengukur proporsi variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Nilai *R-Square* yang lebih tinggi menunjukkan model penelitian yang lebih kuat. Nilai *R-Square* ditampilkan dalam Tabel 4.12.

Tabel 4.12 Nilai *R-Square*

	R-square	R-square adjusted
AT	0.764	0.756
BI	0.619	0.616

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Dari hasil tabel 4.11 dapat dilihat bahwa variabel *attitude toward* memiliki tingkat akurasi prediksi sedang dengan nilai *R-Square* sebesar 0,764. Hal ini menunjukkan bahwa *behavioral intention* mempengaruhi *attitude toward* sebesar 76,4%, sedangkan faktor lain mempengaruhi sebesar 72,9%. Sementara itu, variabel *behavioral intention* memiliki tingkat akurasi prediksi yang substantsial dengan nilai *R-Square* 0,619. Hal ini menunjukkan bahwa *percieved usefulness, percieved ease of use, social influence,* dan *merchant discount rate* mempengaruhi *behavioral intention* sebesar 61,9%, sedangkan faktor lain mempengaruhi sebesar 61,6%.

4.6 Pengujian Hipotesis

Tabel 4.13 *Path Coefficient*

Hipotesis	Path	Original sample (O)	P-values	Keterangan
H1	PU -> AT	0.510	0.000	H1 didukung
H2	PEU -> AT	0.016	0.448	H2 tidak didukung
H3	SI -> AT	0.137	0.035	H3 didukung
H4	MDR -> AT	0.271	0.014	H4 didukung
H5	AT -> BI	0.787	0.000	H5 didukung

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

4.6.1 *Perceieved usefulness* berpengaruh positif terhadap sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS (H1)

Dari tabel 4.11 menunjukkan *original sample percieved usefulness* terhadap *attitude toward* adalah sebesar 0,510 dan nilai *P-Values* sebesar 0,000 yang artinya hubungan antara *percieved usefulness* dengan *attitude toward* didukung karen nilai *P-*

Values < 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa *percieved usefulness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward.*

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *percieved usefulness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward* UMKM dalam mengadopsi sistem pembayaran QRIS. Sesuai dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Lee & Shin (2018), bahwa semakin banyak manfaat yang dirasakan UMKM ketika mengadopsi QRIS yaitu untuk alat bertransaksi serta dapat meningkatkan dari sisi kualitas pelayanan. Penggunaan sistem pembayaran QRIS dapat mempermudah proses transaksi dan menjadi alternatif cara bertransaksi tanpa perlu uang tunai (Popovska-kamnar, 2014).

Perceived usefulness memiliki hubungan yang signifikan terhadap *attitude toward* UMKM dalam mengadopsi sistem pembayaran QRIS. Sehingga, hipotesis pertama pada penelitian ini **didukung**.

4.6.2 *Percieved ease of use* berpengaruh positif terhadap sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS (H2)

Tabel 4.11 menunjukkan *original sample percieved ease of use* terhadap *attitude toward* adalah sebesar 0,016 dan nilai *P-Values* sebesar 0,448 yang artinya hubungan antara *percieved usefulness* dengan *attitude toward* tidak didukung karena nilai *P-Values* > 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa *percieved ease of use* tidak berpengaruh positif terhadap *attitude toward.*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap variabel *attitude toward* UMKM dalam mengadopsi QRIS. Menurut David (1989), suatu aplikasi atau teknologi sistem yang menawarkan kemudahan lebih besar dan lebih mudah diadopsi oleh pengguna. *Attitude towards* (sikap) pengguna sebagai perantara bahwa teknologi tersebut dapat diterima atau tidak sangat mempengaruhi keberhasilan suatu teknologi. Variabel p*erceived ease of use* menurut hasil penelitian ini tidak berpengaruh positif terhadap *attitude toward* UMKM dalam mengadopsi QRIS yang dimana masih banyak UMKM yang belum menggunakan sistem pembayaran QRIS sebagai metode pembayaran digital. Kemungkinan besar para pelaku UMKM masih mengandalkan pembayaran secara tunai dikarenakan kemudahan dalam menyediakan dan menggunakan sistem pembayaran QRIS dianggap sulit. Penelitian yang dilakukan oleh Mahyuni (2021), menyimpukan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan, maka semakin besar intensi pengguna dalam penelitian ini para pelaku UMKM dalam

mengadopsi QRIS. Dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan sistem pembayaran QRIS pelaku UMKM masih dikatakan rendah.

Perceived ease of use tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap *attitude toward* UMKM dalam mengadopsi sistem pembayaran QRIS. Sehingga, hipotesis kedua pada penelitian ini **tidak didukung**

4.6.3 *Social influence* berpengaruh positif terhadap sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS (H3)

Dari hasil pada tabel 4.11 menunjukkan *original sample social influence* terhadap *attitude toward* adalah sebesar 0,0137 dan nilai *P-Values* sebesar 0,035 yang artinya hubungan antara *percieved usefulness* dengan *attitude toward* didukung karena nilai *P-Values* < 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa *social influence* berpengaruh positif terhadap *attitude toward.*

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *social influence* berpengaruh positif tehadap *attitude toward* UMKM dalam mengadopsi QRIS. Pengaruh dari pihak luar yang dipandang penting ditemukan sebagai faktor yang secara signifikan menjelaskan intensi penggunaan pembayaraan digital (Setiawan & Mahyuni, 2020). *Social influence* berkaitan dengan keyakinan individu tentang pemanfaatan atau penerapan suatu sistem dalam hubungannya dengan individu dalam lingkaran sosialnya (Vankatesh et al, 2003). Dalam penelitian ini hasil yang didapat bahwa *social influence* berpengaruh posistif terhadap *attitude toward* UMKM dalam mengadopsi QRIS. Artinya, pengaruh sosial yaitu pihak luar termasuk orang penting dan orang sekitar dapat mempengaruhi minat pelaku UMKM dalam mengadopsi QRIS. Disisi lain para konsumen atau pembeli juga membutuhkan adanya sistem pembayaran secara digital yaitu dengan menyediakan sistem pembayaran QRIS untuk bertansaksi. Hal ini dapat mendorong para pelaku UMKM untuk mengadopsi QRIS untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Seseorang cenderung mempunyai niat yang tinggi untuk menerima dan menggunakan teknologi karena dipengaruhi oleh catatan positif dari lingkungan sosial.

Variabel s*ocial influence* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *attitude toward* (sikap) UMKM dalam mengadopsi sistem pembayaran QRIS. Sehingga, hipotesis ketiga pada penelitian ini **didukung.**

4.6.4 *Merchant Discount Rate* (MDR) QRIS berpengaruh positif terhadap sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS

Dari hasil yang diperoleh pada tabel 4.11 menunjukkan *original sample merchant discount rate* terhadap *attitude toward* adalah sebesar 0,271 dan nilai *P-Values* sebesar 0,014 yang artinya hubungan antara *merchant discount rate* dengan *attitude toward* didukung karena nilai *P-Values* < 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa *merchant discount rate* berpengaruh positif terhadap *attitude toward.*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *merchant discount rate* memiliki pengaruh positif terhadap *attitude toward* UMKM dalam mengadopsi sistem pembayaran QRIS. Dalam penerapan sistem pembayaran QRIS, Penyelenggara Jasa Pembayaran (PJSP) membebankan adanya biaya *merchant discount rate* (MDR) QRIS kepada *merchant* dalam penelitian ini para pelaku UMKM. Terdapat keluhan dari pedakang makro tentang biaya *merchant discount rate* (MDR) QRIS yang sebesar 0,7% untuk bertransaksi menggunakan QRIS. Menurut hasil penelitian ini bahwa biaya tersebut dikatakan dapat mempengaruhi minat UMKM dalam mengadopsi sistem pembayaran QRIS karena dengan adanya biaya tersebut dapat memberikan jaminan kepada para pengguna QRIS mengenai keamanan dan mudahnya bertransaksi dengan sistem pembayaran QRIS. Mengadopsi sistem pembayaran QRIS sangat membantu para pelaku UMKM untuk berkembang diera modern yang serba digital. Dengan manfaat dan kemudahan yang diberikan ketika menggunakan QRIS, biaya *merchant discount rate* (MDR) tidak mempengaruhi minat UMKM untuk mengadopsi sistem pembayaran QRIS. Usaha kecil bersedia mencoba aplikasi pemasaran ketika biaya yang dibutuhkan lebih murah dan sesuai dengan kebutuhan usaha (Eze et al, 2021). Semakin terjangkau buaya teknologi yang dibutuhkan maka semakin cepat teknologi tersebut dapat diterima dan diterapkan (Eze et al, 2021). Sesuai dengan kerangka kerja *technology acceptance model* (TAM) yang memiliki tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi suatu teknologi oleh pengguna dan pada penelitian ini ditemukan bahwa *merchant discount rate* (MDR) QRIS dapat mempengaruhi *attitude toward* (sikap) UMKM dalam mengadopsi sistem pembayaran QRIS. Sehingga, hasil dari penelitian ini menunjukkan hipotesis keempat **didukung.**

4.6.5 Sikap UMKM dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS berpengaruh positif terhadap minat UMKM dalam mengadopsi QRIS

Dari hasil yang diperoleh pada tabel 4.11 menunjukkan *original attitue toward* terhadap *behavioral intention* adalah sebesar 0,787 dan nilai *P-Values* sebesar 0,000 yang artinya hubungan antara *attitude toward* dengan *behavioral intention* didukung karena nilai *P-Values* < 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa *attitude toward* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention.*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *attitude toward* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* UMKM dalam mengadopsi sistem pembayaran QRIS. Menurut Shanmugam (2014), sikap mengacu pada efek evaluatif positif dan negatif individu tentang melakukan perilaku tertentu. Termasuk dalam hal menggunakan sistem pembayaran QRIS, sebagian besar pengguna dalam penelitian ini para pelaku UMKM dihadapkan pada teknologi terkini yang akan melibatkan mereka dalam mengadopsi QRIS untuk transaksi secara online. Penelitian yang dilakukan oleh Setiawan & Mahyuni (2020) secara umum terdapat tiga poin terkait persepsi kegunaan QRIS terhadap UMKM, yaitu pertama sangat menguntungkan, memberi alternatif metode pembayaran, dan mengurangi kontak fisik. QRIS menjadi media pembayaran yang menguntungkan serta dipandang lebih sederhana dibanding dengan sistem pembayaran lainnya. Penggunaan QRIS dapat meningkatkan kualitas layanan, pengurangan biaya transaksi, dan desain layanan yang bervariasi serta stabil (Lee & Shin, 2018). Sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitain ini yaitu *technology acceptance model* (TAM) yang berfokus pada perilaku pengguna serta dari faktor-faktor penentu yang dapat mengukur sejauh mana individu dapat menerima manfaat suatu teknologi (Herdioko dkk, 2021). Dapat disimpulkan bahwa *attitude towards* (sikap) pelaku UMKM terhadap *behavioral intention* (minat) untuk mengadopsi sistem pembayaran QRIS yaitu dapat menerima perkembangan teknologi QRIS dengan manfaat yang diberikan serta dapat memberikan solusi kepada para konsumen dengan menyediakan pembayaran secara digital. Sehingga hipotesis kelima penelitian ini **didukung.**

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini menggunakan pendekatan *Technology Accaptance Model* (TAM) dengan analisis SmartPLS 4 dan kuisioner yang diperoleh sebanyak 120 responden yang merupakan pelaku UMKM di Provinsi Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *merchant discount rate* (MDR) QRIS terhadap minat mengadopsi sistem pembayaran QRIS pada UMKM berdasarkan model konstruksi *Technology Acceptance Model* (TAM). Berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan, disimpulkan dari ke 5 hipotesis terdapat 4 hipotesis yang didukung dan terdapat 1 hipotesis yang tidak didukung. Empat hipotesis tersebut yaitu H1, H3, H4, dan H5 dan dapat disimpulkan untuk variabel yang terbukti mempengaruhi *attitude towards* yaitu ada 3, variabel *percieved usefulness, social influence,* dan *merchant discount rate.* Kemudian untuk variabel yang tidak terbukti mempengaruhi *attitude towards* yaitu variabel *percieved ease of use.* Dan untuk variabel *attitude towards* terbukti mempengaruhi variabel *behavioral intention.*

5.2 Implikasi

Penelitian ini dilakukan berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat UMKM dalam mengadopsi sistem pembayaran QRIS. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini memberikan implikasi kepada:

1. Penyedia layanan sistem pembayaran QRIS yaitu dari Bank Indonesia melalui Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) untuk terus meningkatkan pelayanan dan kerjasama dengan penyedia layanan lainnya. Oleh karena itu sistem pengoperasian layanannya dibuat agar mudah digunakan, mudah didapatkan, mudah diingat untuk cara penggunaannya. Dengan adanya *merchant discount rate* (MDR) QRIS juga bertujuan untuk menjaga keberlajutan dan peningkatan kualitas layanan QRIS di Indonesia. Faktor-faktor yang menentukan minat UMKM dalam mengaodpsi QRIS perlu dipahami dengan baik, karena kontribusi UMKM yang signifikan bagi perkembangan QRIS.
2. Nasabah atau calon pengguna QRIS yaitu para pelaku UMKM agar dapat menggunaan sistem layanan QRIS agar UMKM semakin berkembang.

5.3 Keterbatasan dan Saran

5.3.1 Keterbatasan

Penelitian ini akan memiliki manfaat bila digunakan untuk perbaikan dalam penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasan yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Keterbatasan waktu peneliti, penelitian ini hanya berfokus pada satu wilayah yaitu Provinsi Yogyakarta, yang mungkin belum sepenuhnya melingkupi kota-kota besar di Indonesia secara keseluruhan.
2. Pada penelitian ini hanya terbatas pada variabel *perceived usefulness, percieved ease of use, merchant discount rate, social influence, attitude towards,* dan *behavioral intention.*
3. Dan untuk kuisioner hanya disebarkan lewat *online,* sehinggga terdapat kemungkinan responden kurang memahami dan mengerti maksdu dari pernyataan yang diajukan karena tidak didampingi secara langsung.

5.3.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan dalam penelitian ini, saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Diharapkan agar penelitian selanjutnya dilakukan di seluruh wilayah Indonesia, termasuk di daerah perkotaan ataupun dipedesaan agar jumlah responden yang didapat dari jumlah populasi yang benar-benar tepat pada penelitian tersebut. Sehingga penelitian tersebut dapat menggambarkan secara akurat mengenai faktor yang mempengaruhi minat UMKM dalam mengadopsi sistem pembayaran QRIS.
2. Menganjurkan penelitian selanjutnya terkait dengan keterbatasan penelitian ini dimana penelitian memiliki variabel terbatas. Variabel berbeda seperti *trust* (kepercayaan) dan *security* (keamanan) direkomdasikan lebih lanjut untuk diterapkan dalam studi minat UMKM dalam mengadopsi sistem pembayaran QRIS. Sehingga penelitian selanjutnya dapat direplikasi dengan menggunakan konsep yang sama tetapi konteks yang berbeda untuk mempelajari minat UMKM dalam mengadopsi sistem pembayaran QRIS.
3. Melakukan optimalisasi perkembangan teknologi khususnya dibidang fintech agar lebih efisien dan efektif dalam hal ini yaitu sistem pembayaran QRIS dengan variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* menjadi poin pertimbangan bagi pengguna yaitu UMKM untuk mengadopsi sistem pembayaran QRIS. Menjadikan variabel-variabel penelitian sebagai parameter evaluasi bagi perusahaan penyelenggara jasa sistem pembayaran (PJSP).

DAFTAR PUSTAKA

Abushamleh, Hala, Narmeen Al-Hiyari, and Abdallah Qusef. 2021a. "The Intention to Use E-Wallet During Covid-19 Pandemic in Developing Country." Pp. 310–16 in *2021 12th International Conference on Information and Communication Systems (ICICS)*. Valencia, Spain: IEEE.

Abushamleh, Hala, Narmeen Al-Hiyari, and Abdallah Qusef. 2021b. "The Intention to Use E-Wallet During Covid-19 Pandemic in Developing Country." Pp. 310–16 in *2021 12th International Conference on Information and Communication Systems (ICICS)*. Valencia, Spain: IEEE.

Amoroso, Donald, and Yan Chen. 2017. "CONSTRUCTS AFFECTING CONTINUANCE INTENTION IN CONSUMERS WITH MOBILE FINANCIAL APPS: A DUAL FACTOR APPROACH."

Amoroso, Donald L., and Yan Chen. 2017. "CONSTRUCTS AFFECTING CONTINUANCE INTENTION IN CONSUMERS WITH MOBILE FINANCIAL APPS: A DUAL FACTOR APPROACH." *Journal of Information Technology Management* XXVIII:24.

Anne Coussement, Martha, and Thomas J. Teague. 2013. "The New Customer-Facing Technology: Mobile and the Constantly-Connected Consumer." *Journal of Hospitality and Tourism Technology* 4(2):177–87. doi: 10.1108/JHTT-12-2011-0035.

Azzahroo, Risma Arum, and Sri Dwi Estiningrum. 2021. "Preferensi Mahasiswa Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Teknologi Pembayaran." *Jurnal Manajemen Motivasi* 17(1):10. doi: 10.29406/jmm.v17i1.2800.

Bagus Prasasta Sudiatmika, Ngakan, and Ida Ayu Oka Martini. 2022. "FAKTOR-FAKTOR MEMPENGARUHI NIAT PELAKU UMKM KOTA DENPASAR MENGGUNAKAN QRIS." *JMM UNRAM - MASTER OF MANAGEMENT JOURNAL* 11(3):239–54. doi: 10.29303/jmm.v11i3.735.

Bella Alfira, Micke Theresa, and Susilo. 2023. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Umkm Menggunakan Qris Dan Pengaruhnya Terhadap Penghasilan Umkm Di Pasar Rakyat Kota Malang." *Contemporary Studies In Economic, Finance And Banking* 2:544–58.

Buluati, Riflan, Deby R. Karundeng, and Moh. Afan Suyanto. 2023. "Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Kepercayaan Bertransaksi Terhadap Minat Menggunakan QRIS (Quick Response Indonesian Standard) Pada Pelaku UMKM Di Kabupaten Boalemo." *Wahana* 75(2):33–47. doi: 10.36456/wahana.v75i2.7378.

Cahyani, Utari Evy, Dia Purnama Sari, and Ahmad Afandi. 2022. "Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment: The Moderating Role of Knowledge of Zakat." *ZISWAF: JURNAL ZAKAT DAN WAKAF* 9(1):1. doi: 10.21043/ziswaf.v9i1.13330.

Chauhan, Shaifali, Mohit Mittal, Marcin Woźniak, Swadha Gupta, and Rocío Pérez De Prado. 2021. "A Technology Acceptance Model-Based Analytics for Online Mobile Games Using Machine Learning Techniques." *Symmetry* 13(8):1545. doi: 10.3390/sym13081545.

Clarysse, Bart, Mike Wright, Johan Bruneel, and Aarti Mahajan. 2014. "Creating Value in Ecosystems: Crossing the Chasm between Knowledge and Business Ecosystems." *Research Policy* 43(7):1164–76. doi: 10.1016/j.respol.2014.04.014.

Darmawan, Deni. 2013. "Metode Penelitian Kuantitatif." *PT. Remaja Rosdakarya*.

Davis, Fred D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly* 13(3):319. doi: 10.2307/249008.

Davis, Fred D., Richard P. Bagozzi, and Paul R. Warshaw. 1989. "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models." *Management Science* 35(8):982–1003. doi: 10.1287/mnsc.35.8.982.

Eze, Sunday C., Vera C. Chinedu-Eze, and Adenike O. Bello. 2021. "Some Antecedent Factors That Shape SMEs Adoption of Social Media Marketing Applications: A Hybrid Approach." *Journal of Science and Technology Policy Management* 12(1):41–61. doi: 10.1108/JSTPM-06-2019-0063.

Fauzi, Ahmad, Raju Wandira, Domi Sepri, and Afdhil Hafid. 2021. "Exploring Students' Acceptance of Google Classroom during the Covid-19 Pandemic by Using the Technology Acceptance Model in West Sumatera Universities." *Electronic Journal of E-Learning* 19(4):pp233-240. doi: 10.34190/ejel.19.4.2348.

Fussell, Stephanie G., and Dothang Truong. 2022. “Using Virtual Reality for Dynamic Learning: An Extended Technology Acceptance Model.” *Virtual Reality* 26(1):249–67. doi: 10.1007/s10055-021-00554-x.

Hanum, Ayu Noviani, and Andwiani Sinarasri. 2019. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Umkm (Studi Kasus Umkm Di Wilayah Kota Semarang).” *MAKSIMUM* 7(1):1. doi: 10.26714/mki.7.1.2017.1-15.

Herdioko, Jonathan, Pisi Bethania Titalessy, and Brigitta Evelyn Krisanta. 2021. “Motivation Of The Use Of Digital Wallets In Young Generations In The Time Of The Covid-19 Pandemic.” *Archives of Business Research* 9(1):116–27. doi: 10.14738/abr.91.9595.

Here, Dominggus, and Lusianus Heronimus Sinyo Kelen. 2022. “PERSEPSI PEMILIK USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH TERHADAP PENGGUNAAN PEMBAYARAN SECARA ELEKTRONIK.” *KENDALI: Economics and Social Humanities* 1(1):1–9. doi: 10.58738/kendali.v1i1.10.

Isrososiawan, Safroni, Ratih Hurriyati, and Puspo Dewi Dirgantari. 2019. “User Mobile Payment Behavior Using Technology Acceptance Model (TAM): Study of ‘Dana’ E-Wallet Users.” *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi* 6(2):181. doi: 10.24252/minds.v6i2.11274.

Jesuthasan, Sutharsini, and N. Umakanth. 2021. “Impact of Behavioural Intention on E-Wallet Usage During Covid-19 Period: A Study from Sri Lanka.” *Sri Lanka Journal of Marketing* 7(2):24–48. doi: 10.4038/sljmuok.v7i2.63.

Kaplan, Kalman J. 1972. “On the Ambivalence-Indifference Problem in Attitude Theory and Measurement: A Suggested Modification of the Semantic Differential Technique.” *Psychological Bulletin* 77(5):361–72. doi: 10.1037/h0032590.

Kazemi, H., D. Miller, A. Mohan, Z. Griffith, Y. Jin, J. Kwiatkowski, L. Tran, and M. Crawford. 2015. “350mW G-Band Medium Power Amplifier Fabricated through a New Method of 3D-Copper Additive Manufacturing.” Pp. 1–3 in *2015 IEEE MTT-S International Microwave Symposium*. Phoenix, AZ, USA: IEEE.

Khalid, Bilal, Marcin Lis, Wornchanok Chaiyasoonthorn, and Singha Chaveesuk. 2021. "Factors Influencing Behavioural Intention to Use MOOCs." *Engineering Management in Production and Services* 13(2):83–95. doi: 10.2478/emj-2021-0014.

Kim, Changsu, Mirsobit Mirusmonov, and In Lee. 2010. "An Empirical Examination of Factors Influencing the Intention to Use Mobile Payment." *Computers in Human Behavior* 26(3):310–22. doi: 10.1016/j.chb.2009.10.013.

Komiak and Benbasat. 2006. "The Effects of Personalization and Familiarity on Trust and Adoption of Recommendation Agents." *MIS Quarterly* 30(4):941. doi: 10.2307/25148760.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Vol. 1. Jakarta: Erlangga.

Kumala, Debby Cynthia, Joshua Wilson Pranata, and Sienny Thio. 2020. "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya." *Jurnal Manajemen Perhotelan* 6(1):19–29. doi: 10.9744/jmp.6.1.19-29.

Lau, Mei Mei, Aris Y. C. Lam, Ronnie Cheung, and Tsan Fai Leung. 2019. "Understanding Determinants of Customer Behavioral Intention in Using Mobile Payment at Convenience Stores." Pp. 357–62 in *Proceedings of the 10th International Conference on E-Education, E-Business, E-Management and E-Learning*. Tokyo Japan: ACM.

Lee, In, and Yong Jae Shin. 2018. "Fintech: Ecosystem, Business Models, Investment Decisions, and Challenges." *Business Horizons* 61(1):35–46. doi: 10.1016/j.bushor.2017.09.003.

Lestari, Merryana, Hindriyanto Dwi Purnomo, and Irwan Sembiring. 2021. "Pengaruh E-Payment Trust Terhadap Minat Transaksi Pada E-Marketplace Menggunakan Framework Technology Acceptance Model (TAM) 3." *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer* 8(5):977. doi: 10.25126/jtiik.2021855212.

Lukmanul Hakim and Euphrasia Susy Suhendra. 2021. "The Influence Of Perception Of Benefits, Easy Of Use, Use, Trust, And Availability Of Features On Satisfaction Of Use Of Bca Mobile Banking Services (Sejabodetabek)." *International Journal of Science, Technology & Management* 2(5):1731–36. doi: 10.46729/ijstm.v2i5.343.

MacIntosh, Robert, and Kevin D. O'Gorman. 2015. "Mapping Research Methods."

Mallat and Tuunainen. 2008. "Exploring Merchant Adoption of Mobile Payment Systems: An Empirical Study." *E-Service Journal* 6(2):24. doi: 10.2979/esj.2008.6.2.24.

Natalina, Sri Anugrah, Arif Zunaidi, and Risa Rahmah. 2021. "Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Strategi Survive UMKM Di Masa Pandemi Di Kota Kediri." *ISTITHMAR : Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam* 5(2). doi: 10.30762/itr.v5i2.3376.

Pangestu, Mira Gustiana. 2022. "Behavior Intention Penggunaan Digital Payment QRIS Berdasarkan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) (Studi Pada UMKM Sektor Industri Makanan & Minuman Di Kota Jambi)." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)* 1(1). doi: 10.33998/jumanage.2022.1.1.23.

Patil, Pushp, Kuttimani Tamilmani, Nripendra P. Rana, and Vishnupriya Raghavan. 2020. "Understanding Consumer Adoption of Mobile Payment in India: Extending Meta-UTAUT Model with Personal Innovativeness, Anxiety, Trust, and Grievance Redressal." *International Journal of Information Management* 54:102144. doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2020.102144.

Radner, Roy, and Michael Rothschild. 1975. "On the Allocation of Effort." *Journal of Economic Theory* 10(3):358–76. doi: 10.1016/0022-0531(75)90006-X.

Rivera, M., K. Semrad, and R. Croes. 2015. "The Five E's in Festival Experience in the Context of Gen Y: Evidence from a Small Island Destination." *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC* 19(2):95–106. doi: 10.1016/j.reimke.2015.06.001.

Robaniyah, Latifah, and Heny Kurnianingsih. 2021. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo." *Image : Jurnal Riset Manajemen* 10(1):53–62. doi: 10.17509/image.v10i1.32009.

Sari, Intan Nirmala. 2021. "Indonesia Pengguna Fintech Tertinggi Ketiga Di Dunia." Retrieved (https://katadata.co.id/intannirmala/digital/60d1c95ea19bb/indonesia-pengguna-fintech-tertinggi-ketiga-di-dunia).

Seputri, Wirda, Andri Soemitra, and Nur Ahmadi Bi Rahmani. 2022. “Pengaruh Technolgy Acceptance Model Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Sebagai Cashless Society.” *MES Management Journal* 2(1):116–26. doi: 10.56709/mesman.v2i1.57.

Setiawan, Bobby, Marwah Khairani, Tadila Fadil, and Tengku Mohd. Khairal Abdullah. 2022. “Investigasi Behavioral Intention Pada Sistem Pembayaran QRIS Di Merchant UMKM.” *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)* 9(4):3467–80. doi: 10.35957/jatisi.v9i4.3364.

Setiawan, I. Wayan Arta, and Luh Putu Mahyuni. 2020. “QRIS DI MATA UMKM: EKSPLORASI PERSEPSI DAN INTENSI UMKM MENGGUNAKAN QRIS.” *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 921. doi: 10.24843/EEB.2020.v09.i10.p01.

Sugiyono. 2017. “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.”

Sujatmiko, Ties. 2023. “Berapa Besaran Biaya MDR QRIS Harus Ditanggung Merchant? Simak Penjelasannya.” Retrieved (https://jogjaaja.com/read/berapa-besaran-biaya-mdr-qris-harus-ditanggung-merchant-simak-penjelasannya).

Tanjung, M. Azrul. 2017. *Koperasi dan UMKM sebagai fondasi perekonomian Indonesia*. edited by A. Maulana and O. M. Dwiasri. Jakarta: Penerbit Erlangga.

To, Anh Tho, and Thi Hong Minh Trinh. 2021. “Understanding Behavioral Intention to Use Mobile Wallets in Vietnam: Extending the Tam Model with Trust and Enjoyment” edited by C. Gomez Corona. *Cogent Business & Management* 8(1):1891661. doi: 10.1080/23311975.2021.1891661.

Türker, Cansu, Burak Can Altay, and Abdullah Okumuş. 2022. “Understanding User Acceptance of QR Code Mobile Payment Systems in Turkey: An Extended TAM.” *Technological Forecasting and Social Change* 184:121968. doi: 10.1016/j.techfore.2022.121968.

Vărzaru, Anca Antoaneta, Claudiu George Bocean, Claudia Cristina Rotea, and Adrian-Florin Budică-Iacob. 2021. “Assessing Antecedents of Behavioral Intention to Use Mobile

Technologies in E-Commerce." *Electronics* 10(18):2231. doi: 10.3390/electronics10182231.

Venkatesh, Morris, Davis, and Davis. 2003. "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View." *MIS Quarterly* 27(3):425. doi: 10.2307/30036540.

Venkatesh, Thong, and Xu. 2012. "Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology." *MIS Quarterly* 36(1):157. doi: 10.2307/41410412.

Wardani, Luh Putu Ayu Kusuma, and Putu Riesty Masdianti. 2022. "Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial Budaya, Motivasi Hedonis Dan Nilai Harga Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris)." *2022* 12.

Wibowo, Praditya, and Santi Rimadias. 2022. "PERILAKU PENGGUNAAN 'QRIS BRI BRIMO' PADA PEDAGANG SEBAGAI ALAT TRANSAKSI PEMBAYARAN DIGITAL." *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen* 236–57. doi: 10.31937/manajemen.v14i2.2851.

Wu, Jen-Her, and Shu-Ching Wang. 2005. "What Drives Mobile Commerce?" *Information & Management* 42(5):719–29. doi: 10.1016/j.im.2004.07.001.

Wulandari, Anna, Adinewa Surya Prakosa, Fatimatul Zahro Anhari, Baskoro Ashar Pamungkas, and Rensi Suryanti. 2021. "Pentingnya Kepercayaan Memediasi Pengaruh Keamanan Bertransaksi Dan Kepuasan Terhadap Minat Beli Konsumen." *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* 23(2):101. doi: 10.33370/jpw.v23i2.580.

LAMPIRAN 1
KUISIONER PENELITIAN

Assalamualaikum wr. wb.

Perkenalkan saya Muhammad Yudha Arifin, Nomor Induk Mahasiswa 20312230, Mahasiswa S1 Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir (skripsi) saya yang berkaitan dengan "**Faktor Yang Mempengaruhi Minat UMKM Mengadopsi QRIS Dengan Sikap Sebagai Variabel Antara".** Saya memerlukan responden untuk mengisi kuesioner penelitian dengan kriteria responden adalah pelaku UMKM di Provinsi DIY.

Sehubungan dengan perihal tersebut, saya mengharapkan bantuan saudara/i untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Saya berharap saudara/i mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya dan apa adanya demi membantu penelitian ini. Seluruh data responden hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya. Terimakasih atas waktu dan kesediaan saudara/i dalam mengisi kuesioner ini. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

A. Identitas Responden

1. Nama:
2. Jenis Kelamin:
   a) Pria
   b) Wanita
3. Usia:
   a) 16-27 tahun
   b) 27-42 tahun
   c) 43-58 tahun
   d) >58 tahun
4. Jenis Usaha:
   a) Usaha Kuliner
   b) Usaha *Fashion*
   c) Usaha Kecantikan
   d) Usaha Agribisnis
   e) Usaha Otomotif

5. Pendapatan per Bulan:
    a) Kurang dari < Rp. 2.499.000
    b) Rp. 2.500.000 – Rp. 4.999.000
    c) Rp. 5.000.000 – Rp. 7.499.0007
    d) Rp. 7.500.000 – Rp. 9.999.000
    e) Lebih dari > Rp. 10.000.000
6. Sudah pernah menggunakan QRIS atau belum?
    a) Pernah
    b) Belum
7. Pilihan E-Wallet:
    a) DANA
    b) GOPAY
    c) OVO
    d) SHOPEEPAY
8. Nomor E-Wallet:

B. Isian Kuisioner

Pilihlah jawaban yang menurut saudara/i anggap paling cocok (satu jawaban saja) terhadap pernyataan dibawah ini:

Keterangan jawaban didalam kuisioner sebagai berikut:

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak setuju

3 = Setuju

4 = Sangat setuju

1. ***Behavioral Intention***

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya berminat terhadap sistem pembayaran QRIS dalam menerima pembayaran dibandingkan menggunakan sistem pembayaran lainnya.				
2	Menurut saya sistem pembayaran QRIS dapat membantu menjalankan usaha saya terutama dalam pembayaran non tunai.				
3	Saya berminat terhadap sistem pembayaran QRIS karena memiliki manfaat dan membantu pelaku UMKM.				
4	Saya berminat terhadap sistem pembayaran QRIS secara berkelanjutan di masa mendatang untuk kemajuan bisnis saya.				

2. ***Merchant Discount Rate*** **QRIS**

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya merasa mulai mengadopsi sistem pembayaran QRIS dapat menambah pemahaman saya tentang sistem pembayaran QRIS.				

2	Menurut saya sistem pembayaran QRIS memiliki biaya yang terjangkau dikalangan UMKM.				
3	Menurut saya sistem pembayaran QRIS dapat menjamin keamanan bertransaksi konsumen.				
4	Menurut saya sistem pembayaran QRIS memiliki kesesuaian antara manfaat dan biaya dalam penerapannya di UMKM				

3. *Percieved Usefulness* (Persepsi Kegunaan)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Menurut saya sistem pembayaran QRIS mudah digunakan dan memiliki dampak positif terhadap usaha saya.				
2	Saya merasa sistem pembayaran QRIS dapat meningkatkan efektivitas kinerja para pelaku UMKM.				
3	Saya merasa sistem pembayaran QRIS dapat menambah produktifitas dalam berbisnis.				
4	Saya merasa sistem pembayaran QRIS dapat mengembangkan kinerja dalam berbisnis di era modern ini.				

4. *Percieved Ease Of Use* (Persepsi Kemudahan)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Menurut saya sistem pembayaran QRIS mudah dimengerti dan mudah untuk diterapkan.				
2	Menurut saya sistem pembayaran QRIS tidak telalu rumit dalam penerapannya.				

3	Menurut saya sistem pembayaran QRIS memiliki psoses yang jelas dan aman.				
4	Menurut saya sistem pembayaran QRIS dapat memudahkan konsumen untuk bertransaksi.				

5. *Social Influence* (Pengaruh Sosial)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Menurut saya penggunaan QRIS dipengaruhi oleh ajakan tokoh/artis terkenal/idola.				
2	Menurut saya penggunaan QRIS dipengaruhi oleh teman dekat atau sesama pelaku UMKM.				
3	Saya merasa sistem pembayaran QRIS sangat dibutuhkan oleh pembeli/konsumen.				
4	Menurut saya menggunakan QRIS dipengaruhi oleh informasi dan pengalaman dari orang lain.				

6. *Attitude Toward* (Sikap)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Menurut saya menggunakan sistem pembayaran QRIS merupakan ide yang bijaksana.				
2	Menurut saya mulai menggunakan sistem pembayaran QRIS merupakan keputusan yang tepat di era modern sekarang.				
3	Menurut saya sistem pembayaran QRIS sekarang banyak diminati orang.				

4	Menurut saya sistem pembayaran QRIS memiliki manfaat dalam mengelola keuangan pelaku UMKM.				
5	Menurut saya sistem pembayaran QRIS menarik untuk dicoba dan diadopsi untuk membantu kinerja pelaku UMKM.				

LAMPIRAN 2

KUISIONER *(Google form)*



FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT UMKM MENGADOPSI QRIS DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL ANTARA

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Muhammad Yudha Arifin, Nomor Induk Mahasiswa 20312230, Mahasiswa S1 Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir (skripsi) saya yang berkaitan dengan " **Faktor Yang Mempengaruhi Minat UMKM Mengadopsi QRIS Dengan Sikap Sebagai Variabel Antara**". Saya memerlukan responden untuk mengisi kuesioner penelitian dengan kriteria responden adalah pelaku UMKM di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Sehubungan dengan perihal tersebut, saya mengharapkan bantuan saudara/i untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Saya berharap saudara/i mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya dan apa adanya demi membantu penelitian ini. Seluruh data responden hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya. Terimakasih atas waktu dan kesediaan saudara/i dalam mengisi kuesioner ini. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

Nama *

Jawaban Anda

Jenis Kelamin *

- ◯ Pria
- ◯ Wanita

Usia UMKM *

- ◯ < 1 tahun
- ◯ 1 - 5 tahun
- ◯ > 5 tahun

Jenis Usaha *

- ◯ Usaha Kuliner
- ◯ Usaha Fashion
- ◯ Usaha Kecantikan
- ◯ Usaha Agribisnis
- ◯ Usaha Otomotif

Pendapatan per Bulan *

- ◯ Kurang dari < Rp. 2.499.000
- ◯ Rp. 2.500.000 – Rp. 4.999.000
- ◯ Rp. 5.000.000 – Rp. 7.499.000
- ◯ Rp. 7.500.000 – Rp. 9.999.000
- ◯ Lebih dari > Rp. 10.000.000

Sudah pernah menggunakan QRIS atau belum? *

- ◯ Pernah
- ◯ Belum

Pilihan E-Wallet (Nomor HP saudara diperlukan untuk pemberian reward berupa saldo e-money sebesar Rp.50.000 jika beruntung)

- ◯ DANA
- ◯ GOPAY
- ◯ OVO
- ◯ SHOPEEPAY

Nomor E-Wallet

Jawaban Anda

Behavioral Intention (Minat)

Pilihlah
jawaban yang menurut saudara/i anggap paling cocok (satu jawaban saja) terhadap pernyataan dibawah ini:

Keterangan
jawaban didalam kuisioner sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

Saya berminat terhadap sistem pembayaran QRIS dalam menerima pembayaran dibandingkan menggunakan sistem pembayaran lainnya *

1	2	3	4
○	○	○	○

Menurut saya sistem pembayaran QRIS dapat membantu menjalankan usaha saya terutama dalam pembayaran non tunai. *

1	2	3	4
○	○	○	○

Saya berminat terhadap sistem pembayaran QRIS karena memiliki manfaat dan membantu pelaku UMKM. *

1	2	3	4
○	○	○	○

Saya berminat terhadap sistem pembayaran QRIS secara berkelanjutan di masa mendatang untuk kemajuan bisnis saya. *

1	2	3	4
○	○	○	○

Merchant Discount Rate (MDR) QRIS

Pilihlah jawaban yang menurut saudara/i anggap paling cocok (satu jawaban saja) terhadap pernyataan dibawah ini:

Keterangan jawaban didalam kuisioner sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

Menurut saya biaya *merchant discount rate* (MDR) sistem pembayaran QRIS lebih terjangkau dibandingkan dengan sistem pembayaran yang lainnya *

1	2	3	4
○	○	○	○

Menurut saya dengan adanya biaya *merchant discount rate* (MDR) QRIS tidak membuat UMKM merasa dirugikan. *

1	2	3	4
○	○	○	○

Menurut saya dengan adanya biaya *merchant discount rate* (MDR) QRIS dapat lebih menjamin keamanan konsumen dalam bertransaksi menggunakan QRIS. *

1	2	3	4
○	○	○	○

Menurut saya sistem pembayaran QRIS memiliki kesesuaian antara manfaat dan biaya dalam penerapannya di UMKM *

1	2	3	4
○	○	○	○

***Percieved Usefulness* (Persepsi Kegunaan)**

Pilihlah jawaban yang menurut saudara/i anggap paling cocok (satu jawaban saja) terhadap pernyataan dibawah ini:

Keterangan jawaban didalam kuisioner sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

Menurut saya sistem pembayaran QRIS mudah untuk digunakan dan memiliki dampak positif terhadap usaha saya. *

1	2	3	4
○	○	○	○

Saya merasa sistem pembayaran QRIS dapat meningkatkan efektivitas kinerja para pelaku UMKM. *

1	2	3	4
○	○	○	○

Saya merasa sistem pembayaran QRIS dapat menambah produktifitas dalam berbisnis. *

1	2	3	4
○	○	○	○

Saya merasa sistem pembayaran QRIS dapat mengembangkan kinerja dalam berbisnis di era modern ini. *

1	2	3	4
○	○	○	○

***Percieved Ease Of Use* (Persepsi Kemudahan)**

Pilihlah jawaban yang menurut saudara/i anggap paling cocok (satu jawaban saja) terhadap pernyataan dibawah ini:

Keterangan jawaban didalam kuisioner sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

Menurut saya sistem pembayaran QRIS mudah dimengerti dan mudah untuk diterapkan. *

1	2	3	4
○	○	○	○

Menurut saya sistem pembayaran QRIS tidak terlalu rumit dalam penerapannya. *

1	2	3	4
○	○	○	○

Menurut saya sistem pembayaran QRIS memiliki proses yang jelas dan aman. *

1	2	3	4
○	○	○	○

Menurut saya sistem pembayaran QRIS dapat memudahkan konsumen untuk bertransaksi. *

1	2	3	4
○	○	○	○

Social Influence (Pengaruh Sosial)

Pilihlah jawaban yang menurut saudara/i anggap paling cocok (satu jawaban saja) terhadap pernyataan dibawah ini:

Keterangan jawaban didalam kuisioner sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

Menurut saya penggunaan QRIS dipengaruhi oleh ajakan tokoh/artis terkenal/idola. *

1	2	3	4
○	○	○	○

Menurut saya penggunaan QRIS dipengaruhi oleh teman dekat atau sesama pelaku UMKM. *

1	2	3	4
○	○	○	○

Saya merasa sistem pembayaran QRIS sangat dibutuhkan oleh pembeli/konsumen *

1	2	3	4
○	○	○	○

Menurut saya menggunakan QRIS dipengaruhi oleh informasi dan pengalaman dari orang lain. *

1	2	3	4
○	○	○	○

***Attitude Toward* (Sikap)**

Pilihlah jawaban yang menurut saudara/i anggap paling cocok (satu jawaban saja) terhadap pernyataan dibawah ini:

Keterangan jawaban didalam kuisioner sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

Menurut saya menggunakan sistem pembayaran QRIS merupakan ide yang bijaksana. *

1	2	3	4
○	○	○	○

Menurut saya mulai menggunakan sistem pembayaran QRIS merupakan keputusan yang tepat di era modern sekarang. *

1	2	3	4
○	○	○	○

Menurut saya sistem pembayaran QRIS sekarang banyak diminati orang. *

1	2	3	4
○	○	○	○

Menurut saya sistem pembayaran QRIS memiliki manfaat dalam mengelola keuangan pelaku UMKM. *

1	2	3	4
○	○	○	○

Menurut saya sistem pembayaran QRIS menarik untuk dicoba dan diadopsi untuk membantu kinerja pelaku UMKM *

1	2	3	4
○	○	○	○

LAMPIRAN 3

DATA TABULASI PENELITIAN

Sampel	BI1	BI2	BI3	BI4	MDR1	MDR2	MDR3	MDR4
1	3	3	3	3	3	3	4	3
2	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4
6	3	4	4	3	3	3	4	3
7	3	4	4	4	4	4	4	3
8	3	3	3	3	3	3	3	3
9	3	4	3	4	4	3	4	4
10	3	3	3	4	3	3	3	3
11	3	3	3	3	3	3	3	3
12	4	4	4	4	3	3	3	3
13	4	3	4	3	4	3	4	4
14	3	3	3	3	3	2	2	2
15	3	4	4	4	3	3	4	4
16	3	3	3	3	3	3	3	3
17	4	4	4	3	3	3	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	3	2	2	4
20	3	3	3	4	3	3	2	3
21	3	4	4	4	4	3	3	3
22	3	3	3	3	2	3	3	3
23	4	4	3	4	3	3	3	3
24	3	4	3	4	3	3	3	3
25	3	3	4	4	3	3	4	3
26	3	4	4	4	3	4	3	4
27	3	3	3	3	3	2	2	3
28	3	3	3	3	2	3	2	3
29	3	4	3	4	3	3	3	3
30	3	4	3	3	3	3	3	3
31	4	4	4	4	4	4	4	4
32	3	4	4	3	3	3	3	3
33	3	3	3	3	3	3	3	3
34	3	4	4	3	4	3	4	3
35	4	4	4	3	4	3	4	4
36	4	4	3	4	4	3	4	3
37	4	4	4	3	3	4	3	4
38	4	3	4	4	3	4	4	4
39	2	2	1	2	1	2	2	1
40	1	1	2	2	2	1	1	2
41	3	4	4	3	4	3	3	4

42	2	2	1	2	2	1	2	2
43	3	3	4	4	4	4	3	4
44	3	3	3	4	3	4	3	4
45	4	4	4	4	3	4	3	4
46	3	4	4	4	4	3	3	4
47	4	4	3	3	4	3	3	3
48	4	3	3	4	3	3	4	3
49	4	4	4	4	3	3	3	4
50	2	1	2	2	2	2	2	3
51	3	4	4	4	4	4	4	3
52	3	4	4	4	4	3	4	4
53	3	4	4	3	4	4	3	3
54	4	3	4	4	4	3	4	4
55	3	4	4	4	3	4	4	3
56	3	4	4	3	4	3	4	3
57	1	1	1	2	3	3	3	3
58	3	4	4	4	3	4	3	4
59	3	4	4	3	4	4	3	4
60	4	4	3	3	4	4	4	3
61	3	3	4	4	4	3	4	3
62	4	4	4	4	4	4	4	4
63	3	3	4	4	4	4	3	3
64	4	4	4	3	3	4	4	4
65	3	4	4	3	4	4	3	3
66	3	4	3	3	3	3	3	3
67	2	2	2	2	1	2	2	1
68	3	4	4	3	3	4	4	4
69	2	2	2	1	2	1	1	2
70	3	3	4	3	3	4	3	3
71	4	3	3	3	4	3	4	3
72	3	3	4	3	4	4	4	3
73	3	4	4	3	3	4	3	4
74	3	4	4	3	4	3	3	4
75	4	4	3	3	4	4	3	4
76	3	4	4	3	3	4	4	4
77	3	3	4	3	3	3	4	4
78	3	3	3	3	3	3	4	4
79	3	3	3	4	3	3	4	3
80	2	2	2	1	2	1	1	2
81	3	4	3	4	3	4	4	4
82	4	4	3	4	4	4	3	4
83	3	4	3	4	3	4	3	4
84	4	3	3	3	4	3	4	4
85	4	3	3	4	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4	3	3
87	2	2	2	2	1	2	1	1

88	2	2	2	2	2	2	3	3
89	4	4	4	3	3	4	4	3
90	3	4	3	3	3	4	3	4
91	3	3	3	4	3	3	3	4
92	3	4	3	4	3	4	3	3
93	3	4	4	4	4	3	4	4
94	3	3	3	3	2	2	2	3
95	4	4	4	4	3	4	3	4
96	4	4	3	3	4	4	4	4
97	4	4	3	3	3	3	4	3
98	4	4	4	3	4	4	3	3
99	4	4	4	3	4	4	4	4
100	3	3	3	4	4	4	4	4
101	4	4	4	3	3	3	3	4
102	4	4	4	3	4	4	4	4
103	2	1	1	2	2	2	2	1
104	4	4	4	4	4	3	3	4
105	3	3	4	4	4	4	4	4
106	4	4	4	4	4	4	4	4
107	3	3	3	3	4	3	3	3
108	4	4	4	4	4	4	4	4
109	2	3	3	3	4	3	3	3
110	4	4	4	4	3	2	3	3
111	2	4	3	4	3	3	3	4
112	3	4	4	4	4	4	4	4
113	3	4	4	4	3	4	3	3
114	3	3	3	3	4	3	3	3
115	3	3	3	3	3	3	3	3
116	3	4	4	4	4	3	3	3
117	3	3	3	3	4	4	3	4
118	3	4	3	3	3	3	3	4
119	3	3	4	4	4	3	3	3
120	3	3	3	4	4	3	3	4

Sampel	PU1	PU2	PU3	PU4	PEU1	PEU2	PEU3	PEU4
1	3	3	3	4	3	3	3	3
2	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	3	3	3	4
4	4	4	3	4	4	3	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	3	3	4	3
7	4	4	3	4	3	4	3	4
8	3	3	3	3	3	3	3	3
9	3	4	4	4	4	3	4	3
10	3	3	3	4	3	3	3	3

11	3	3	3	4	3	3	3	4
12	3	3	3	3	3	4	4	3
13	4	4	3	4	3	4	3	4
14	3	3	2	3	2	3	3	4
15	3	4	4	4	4	4	4	4
16	3	3	3	3	3	3	3	3
17	4	4	4	4	4	4	3	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	3	3	3
20	4	3	3	4	3	3	2	4
21	3	4	4	3	3	3	3	4
22	2	3	3	3	3	3	3	3
23	3	3	3	3	3	3	3	3
24	3	3	3	3	2	3	2	3
25	4	3	4	4	4	4	4	3
26	3	3	3	4	3	3	2	3
27	3	3	3	3	3	3	3	3
28	3	3	3	3	3	3	3	3
29	4	4	3	3	4	4	4	4
30	3	3	3	3	3	3	3	3
31	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	3	3	4	3	3	3	4
33	3	3	3	3	3	3	3	3
34	3	3	4	4	4	3	3	4
35	4	4	3	4	4	3	4	4
36	4	3	3	4	4	3	3	4
37	4	3	4	4	4	4	4	3
38	4	3	3	4	3	4	4	4
39	2	2	1	2	1	2	1	1
40	1	2	2	2	2	1	2	2
41	4	4	3	4	3	4	4	3
42	2	1	1	2	2	1	1	2
43	3	4	3	3	4	4	4	3
44	3	4	3	4	3	4	3	4
45	4	3	4	3	4	4	4	4
46	4	4	4	3	4	4	4	3
47	4	4	3	4	3	4	3	3
48	4	4	3	4	3	4	4	4
49	4	4	3	4	4	3	3	3
50	2	2	2	2	1	1	1	2
51	3	4	4	4	3	4	4	4
52	3	4	4	4	3	3	4	3
53	4	4	3	4	4	4	3	3
54	3	3	3	4	3	4	3	3
55	4	4	4	3	4	4	3	4
56	4	4	3	4	3	4	4	4

57	1	1	2	2	2	2	2	1
58	3	4	4	4	3	4	3	4
59	4	3	4	4	3	4	3	4
60	3	4	4	4	3	4	4	3
61	4	4	4	3	3	4	4	4
62	4	4	4	4	4	4	4	4
63	4	4	3	4	4	4	3	4
64	4	3	4	3	4	4	3	4
65	3	3	3	4	3	3	4	4
66	4	4	3	3	3	3	3	3
67	2	1	2	2	2	1	1	1
68	4	4	3	3	4	4	3	4
69	2	2	1	2	2	2	2	1
70	3	4	4	3	3	3	4	3
71	4	4	3	4	4	4	4	4
72	4	3	4	3	4	4	4	3
73	3	4	4	3	4	4	3	3
74	3	4	4	3	4	4	3	4
75	4	4	3	4	4	4	4	4
76	3	3	4	4	3	4	3	4
77	4	4	3	3	4	3	3	4
78	3	3	3	4	3	3	3	3
79	3	4	3	3	3	3	3	4
80	1	1	2	2	1	1	2	2
81	3	3	3	4	3	3	4	3
82	3	3	4	4	4	4	3	3
83	3	4	4	3	3	3	3	3
84	3	4	3	4	4	4	3	4
85	3	4	4	4	3	3	4	4
86	3	4	4	4	3	4	3	4
87	2	2	1	1	2	1	1	2
88	2	2	2	3	2	2	3	2
89	4	4	3	3	4	3	3	3
90	3	4	3	4	3	4	4	3
91	4	4	4	4	3	3	3	3
92	3	3	4	4	3	4	4	3
93	3	4	4	3	4	4	3	4
94	3	3	4	3	3	2	3	3
95	3	4	3	4	3	4	4	3
96	3	3	4	4	4	4	4	3
97	4	3	3	4	4	3	3	4
98	3	4	4	4	3	4	4	4
99	3	3	3	4	3	4	4	4
100	3	4	4	4	4	4	3	3
101	4	4	3	3	3	3	4	4
102	4	4	3	4	3	3	4	4

103	2	1	1	2	2	1	1	2
104	3	4	3	4	3	4	3	3
105	4	4	4	4	3	4	4	3
106	4	4	4	4	4	4	4	4
107	3	3	3	3	4	3	3	4
108	4	4	3	3	3	4	3	3
109	3	4	3	3	3	3	3	4
110	3	3	4	3	3	4	3	3
111	3	4	3	4	3	3	4	3
112	3	4	4	3	4	3	3	4
113	3	4	4	4	3	3	4	3
114	4	4	3	4	3	4	3	4
115	3	3	3	3	3	3	3	3
116	4	4	4	4	3	4	4	3
117	3	4	4	4	4	4	4	4
118	4	3	3	3	3	3	4	3
119	3	3	3	4	4	4	4	4
120	3	4	3	3	4	3	3	3

Sampel	SI1	SI2	SI3	SI4	AT1	AT2	AT3	AT4	AT5
1	2	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	3	3	3	4	4	4	3	4
4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	3	4	3	4	4	4	3	4	4
7	3	3	3	3	3	4	4	3	4
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	2	3	4	3	4	4	3	4	3
10	2	3	4	3	3	3	3	3	3
11	3	3	3	4	3	3	2	3	3
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	4	3	4	4	4	3	4	4	3
14	2	3	4	4	3	4	3	2	3
15	1	1	3	3	4	4	4	4	4
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	2	3	4	3	4	4	4	4	4
19	1	2	3	2	3	3	3	3	4
20	2	3	3	4	3	3	3	3	3
21	1	2	4	3	3	3	3	3	3
22	2	3	3	3	3	3	3	3	3
23	3	3	3	3	3	3	4	3	3
24	2	3	3	3	3	4	4	4	4
25	3	3	4	3	4	4	4	4	4

26	1	3	3	3	3	4	3	4	4
27	2	2	3	2	3	3	3	3	3
28	2	3	3	3	3	3	3	3	3
29	3	3	3	3	3	3	4	3	3
30	2	3	3	3	3	3	3	3	3
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	2	3	3	4	3	3	3	2	3
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3
34	4	4	3	3	4	3	3	4	4
35	4	3	4	4	3	4	4	4	3
36	3	4	4	3	3	4	4	3	3
37	2	3	4	3	4	3	4	4	4
38	3	3	4	4	3	4	3	4	3
39	1	2	1	2	2	1	2	1	2
40	1	2	2	1	1	1	2	2	1
41	3	4	4	4	3	4	3	4	4
42	1	2	2	2	1	2	1	2	2
43	3	3	4	3	3	3	4	3	4
44	2	2	4	3	3	4	4	4	4
45	3	3	4	4	4	4	3	3	4
46	3	3	4	4	3	4	4	4	3
47	3	4	4	3	4	4	4	4	3
48	2	4	4	3	3	4	4	4	4
49	2	1	3	4	4	4	3	4	3
50	2	2	2	3	2	3	3	3	4
51	3	4	4	4	4	4	3	3	4
52	4	3	4	3	3	4	4	3	4
53	4	3	3	4	3	4	4	4	4
54	1	3	3	4	4	3	4	4	4
55	1	3	4	3	3	4	4	4	4
56	4	4	4	3	4	4	4	3	4
57	1	2	2	1	2	2	1	2	1
58	2	3	3	4	4	4	3	4	4
59	4	3	4	4	3	4	3	4	4
60	1	4	3	4	4	3	3	4	4
61	1	3	4	4	3	4	4	3	4
62	1	4	4	2	4	4	4	4	4
63	1	4	4	3	3	4	4	4	4
64	1	4	3	3	3	4	4	4	4
65	3	4	4	3	4	4	4	3	4
66	2	3	4	3	4	3	4	3	4
67	1	1	2	1	2	2	2	2	2
68	4	3	3	3	4	3	4	3	4
69	2	1	2	2	2	2	2	1	2
70	3	4	4	4	3	4	3	4	4
71	4	4	3	4	3	3	4	4	4

72	4	4	3	4	4	4	3	4	4
73	4	4	3	4	3	4	4	3	4
74	3	3	4	4	3	4	4	4	4
75	3	4	3	4	4	4	4	3	4
76	4	4	3	4	4	4	4	4	4
77	4	4	3	3	3	4	3	4	4
78	2	4	4	4	3	3	4	4	4
79	1	3	3	3	3	4	3	4	4
80	2	2	2	2	2	2	2	2	1
81	2	3	3	4	3	4	3	3	4
82	4	4	3	3	3	3	3	3	3
83	3	4	4	4	3	3	4	4	4
84	3	4	3	4	4	4	4	3	3
85	3	4	4	4	3	3	4	4	3
86	3	4	3	4	4	4	3	3	3
87	2	1	2	2	2	1	2	2	2
88	2	3	2	3	2	3	3	3	4
89	4	4	3	3	3	4	3	4	4
90	4	4	3	4	3	4	3	3	3
91	1	1	2	2	3	3	4	4	4
92	3	4	4	4	4	3	3	4	3
93	3	4	4	3	4	4	3	4	4
94	2	3	2	3	3	3	4	3	3
95	3	4	4	4	3	4	3	4	3
96	3	3	4	4	4	4	3	3	4
97	4	4	3	4	3	3	4	4	3
98	4	3	3	4	4	3	4	4	3
99	3	4	4	4	4	4	4	4	3
100	2	1	3	4	3	4	3	3	3
101	4	4	4	3	4	3	3	4	4
102	4	4	3	3	4	4	3	3	4
103	2	2	2	1	3	3	3	3	3
104	4	4	3	3	4	3	3	4	3
105	3	4	3	3	4	4	4	4	4
106	1	4	3	3	3	4	4	3	4
107	3	4	3	3	3	3	3	3	3
108	2	3	4	3	3	4	4	4	3
109	3	4	3	3	4	4	3	4	4
110	2	3	3	3	4	3	3	3	3
111	2	3	3	4	3	4	3	4	4
112	3	4	4	3	3	4	3	3	4
113	2	4	4	4	4	3	4	4	4
114	4	3	3	4	3	3	4	3	3
115	2	3	3	3	3	4	3	3	4
116	4	3	4	4	3	3	4	3	3
117	2	4	3	3	3	4	4	3	4

118	3	3	4	3	4	3	3	3	3
119	3	4	3	3	4	3	3	4	3
120	2	3	3	3	3	4	4	3	3

LAMPIRAN 4

OUTPUT STATISTIK

1. Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BI	120	1	4	3,53	0,685
MDR	120	1	4	3,45	0,684
PU	120	2	4	3,57	0,658
PEU	120	1	4	3,44	0,731
SI	120	1	4	3,30	0,693
AT	120	1	4	3,49	0,648

2. *Outer Loading*

	AT	BI	MDR	PEU	PU	SI
AT1	0.768					
AT2	0.832					
AT3	0.773					
AT4	0.812					
AT5	0.840					
BI1		0.811				
BI2		0.890				
BI3		0.881				
BI4		0.787				
MDR1			0.826			
MDR2			0.844			
MDR3			0.853			
MDR4			0.828			
PEU1				0.830		

PEU2				0.890		
PEU3				0.829		
PEU4				0.825		
PU1					0.816	
PU2					0.880	
PU3					0.816	
PU4					0.821	
SI2						0.783
SI3						0.832
SI4						0.813

3. *R-Square*

	R-square	**R-square adjusted**
AT	0.764	0.756
BI	0.618	0.615

4. *Construct reliability and Validity*

	Cronbach's alpha	**Composite reliability (rho_a)**	**Composite reliability (rho_c)**	**Average variance extracted (AVE)**
AT	0.864	0.865	0.902	0.649
BI	0.864	0.872	0.908	0.711
MDR	0.858	0.860	0.904	0.702
PEU	0.865	0.868	0.908	0.712
PU	0.854	0.855	0.901	0.695
SI	0.738	0.742	0.851	0.656

5. *Discriminant Validity Fornell-Larcker Criterion*

	AT	BI	MDR	PEU	PU	SI
AT	**0.806**					
BI	0.787	**0.843**				
MDR	0.808	0.773	**0.838**			
PEU	0.805	0.841	0.840	**0.844**		
PU	0.849	0.828	0.827	0.810	**0.834**	
SI	0.729	0.716	0.748	0.775	0.741	**0.810**

6. *Cross Loading*

	AT	BI	MDR	PEU	PU	SI
AT1	0.768	0.687	0.623	0.683	0.682	0.590
AT2	0.832	0.660	0.739	0.697	0.704	0.646
AT3	0.773	0.613	0.593	0.648	0.692	0.544
AT4	0.812	0.615	0.661	0.610	0.670	0.604
AT5	0.840	0.582	0.628	0.598	0.669	0.545
BI1	0.614	0.811	0.622	0.684	0.684	0.593
BI2	0.676	0.890	0.662	0.723	0.771	0.660
BI3	0.744	0.881	0.692	0.775	0.793	0.657
BI4	0.607	0.787	0.628	0.646	0.705	0.497
MDR1	0.638	0.640	0.826	0.759	0.717	0.662
MDR2	0.685	0.666	0.844	0.704	0.681	0.659
MDR3	0.713	0.620	0.853	0.700	0.678	0.617
MDR4	0.668	0.666	0.828	0.689	0.700	0.573
PEU1	0.637	0.676	0.703	0.830	0.715	0.521
PEU2	0.733	0.783	0.790	0.890	0.809	0.703
PEU3	0.656	0.684	0.712	0.829	0.747	0.714
PEU4	0.689	0.691	0.662	0.825	0.729	0.671

PU1	0.697	0.722	0.618	0.732	0.816	0.590
PU2	0.749	0.760	0.722	0.780	0.880	0.645
PU3	0.703	0.751	0.705	0.738	0.816	0.602
PU4	0.681	0.692	0.715	0.716	0.821	0.635
SI2	0.551	0.480	0.574	0.576	0.506	0.783
SI3	0.640	0.673	0.646	0.683	0.654	0.832
SI4	0.576	0.576	0.594	0.619	0.634	0.813

7. *Path Coefficient*

	Original sample (O)	**Sample mean (M)**	**Standard deviation (STDEV)**	**T statistics (|O/STDEV|)**	**P values**
PU -> AT	0.510	0.496	0.114	4.475	0.000
PEU -> AT	0.016	0.019	0.122	0.136	0.448
SI -> AT	0.137	0.134	0.076	1.801	0.035
MDR -> AT	0.271	0.283	0.125	2.153	0.014
AT -> BI	0.787	0.783	0.054	14.584	0.000