Analisis Faktor-Faktor yang Mepengaruhi Minat UMKM di Yogyakarta Dalam Menggunakan QRIS Sebagai Alat Transaksi Pembayaran

SKRIPSI

Oleh:

Rahman Harysaid

NIM: 20312561

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2024

Analisis Faktor-Faktor yang Mepengaruhi Minat UMKM di Yogyakarta Dalam Menggunakan QRIS Sebagai Alat Transaksi Pembayaran

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII

Oleh:

Nama: Rahman Harysaid

NIM: 20312561

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2024

HALAMAN 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 pengetahuan 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 sanggup menerima hukuman atau sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, 8 Oktober 2024

Penulis



(Rahman Harysaid)

HALAMAN PENGESAHAN

Analisis Faktor-Faktor yang Mepengaruhi Minat UMKM di Yogyakarta Dalam Menggunakan QRIS Sebagai Alat Transaksi Pembayaran

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Rahman Harysaid

No.Mahasiswa: 20312561

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal, 08 Oktober 2024

Dosen Pembimbing



(Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF)

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Condong Catur Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fbe@uii.ac.id
W. fbe.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Nomor: -

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Ganjil 2024/2025, hari Kamis, tanggal 07 November 2024, Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama	: RAHMAN HARYSAID
NIM	: 20312561
Judul Tugas Akhir	: Analisis Faktor-Faktor yang Mepengaruhi Minat UMKM di Yogyakarta Dalam Menggunakan QRIS Sebagai Alat Transaksi Pembayaran
Dosen Pembimbing	: Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir (Skripsi) tersebut dinyatakan:

Lulus

Nilai : A

Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji:

Ketua Tim : Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF

Anggota Tim : Abriyani Puspaningsih, Dra., M.Si., Ak., CA.

Yogyakarta, 07 November 2024

Ketua Program Studi Akuntansi,

Prof. Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., Ph.D., SAS
NIK. 033120104

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Analisis Faktor-Faktor yang Mepengaruhi Minat UMKM di Yogyakarta Dalam Menggunakan QRIS Sebagai Alat Transaksi Pembayaran

Disusun oleh : RAHMAN HARYSAID

Nomor Mahasiswa : 20312561

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Kamis, 07 November 2024

Penguji/Pembimbing Skripsi : Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF

Penguji : Abriyani Puspaningsih, Dra., M.Si., Ak., CA.

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



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

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim, dengan penuh rasa syukur atas rahmat dan hidayah dari Allah SWT, saya berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Karya sederhana ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya dan juga kepada kakak-kakak saya yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, semangat, serta bantuan materi, sehingga saya dapat menyelesaikan kuliah dengan baik dan meraih gelar sarjana akuntansi ini. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada keluarga besar dan teman-teman yang selalu memberi dorongan dan semangat, yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini dengan baik.

HALAMAN MOTTO

"Apablia engkau telah selesai (dengan suatu kebajikan) teruslah bekerja keras (untuk kebajikan lain)"

(Q.S. Al-Insyirah : 8)

"Menuju tak terbatas dan melampauinya"

"Bukan lulus tepat waktu tapi luluslah di waktu yang tepat"

"Ojo dipekso yen raiso kabeh kuwi wes ono sing ngatur"

"Berjalan tak seperti rencana adalah jalan yang sudah biasa, dan jalan satu-satunya adalah jalani sebaik kau bisa"

(FSTVLST – Gas)

"No risk, no ferrari"

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Bismillahirrahmanirrahim, puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar yang berjudul **"Analisis Faktor-Faktor yang Mepengaruhi Minat UMKM di Yogyakarta Dalam Menggunakan QRIS Sebagai Alat Transaksi Pembayaran".** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program pendidikan Strata 1 (S1) dan memperoleh gelar Sarjana pada program studi Akuntansi di Fakultas Bisnis dan Eknomika, Universitas Islam Indonesia

Dalam proses penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, serta bimbingan yang sangat berharga. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberi rahmat dan karunia yang luar biasa kepada setiap hambanya.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya dari zaman jahiliyah hingga zaman yang penuh ilmu pengetahuan.
3. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh pimpinan universitas.

4. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh jajarannya
5. Bapak Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS., ASPM., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh jajaran pengajar dalam program studi Akuntansi yang telah memberi ilmu kepada penulis.
6. Bapak Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF. selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah membimbing dan memberikan banyak ilmu juga motivasi kepada penulis.
7. Bapak Haryono dan Almarhumah Ibu Kasbiah sebagai orang tua yang saya sayangi dan cintai. Terimaksih atas pengorbanan serta perjuangan dalam mendidik saya hingga bisa berada di titik ini, terimakasih atas segala dukungan moral dan moril serta material sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik. Semoga bapak selalu dalam lindungan Allah dan mendapatkan keberkahan atas segalanya, dan juga semoga mamah dapat ditempatkan yang mulia disisi Allah SWT.
8. Kakak-kakak yang saya cintai, mas Ati, mba Ryris, dan teh Oca, terimakasih atas segala upaya dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
9. Keponakan saya, mba Anin dan mas Nadiem yang saya sayangi, terimakasih sudah selalu menghibur penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini.

10. Partner saya Anam, terimakasih sudah banyak membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik.
11. Teman seperjuangan kosan, Yusuf, Andre, Fiqar, terimakasih telah menghibur penulis sekaligus menjadi teman seperjuangan sesama perantauan selama menjalani studi di pekuliahan.
12. Teman-teman kelas yang senantiasa membersamai penulis dalam masa perkuliahan dan teman-teman fakultas bisnis & ekonomika UII, semoga kalian diberi keberkahan serta kesuksesan.
13. Terimakasih kawan-kawan kontrakan yang selalu membersamai dan menghibur penulis selama menjalin studi diperantauan.
14. Terimakasih kepada Bapak Junaedi dan mamih kost barokah yang senantiasa memperhatikan saya selama tinggal di kota Yogyakarta.
15. Terimakasih kepada keluarga besar persahabatan Brothers.BB, Jose, Veda, Pepeng, Arya, Bimo, Anam, Rafi, Cabum, Faris, Nopal, Riziq, serta Almarhum Anwar, yang sudah selalu ada dan menghibur penulis.
16. Sabina dan Ofi, terimakasih atas support kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian.
17. Teman-teman KKN unit 366 hore, terimakasih telah menghibur dan memberi dukungan terhadap penulis.
18. Terimakasih teman-teman magang ADP X KJA.CSW yang sudah memotivasi dan memberikan dukungan kepada penulis.

19. Teman-teman Cilegon yang berada satu perantauan dengan penulis, terimakasih banyak atas segala bentuk masukan dan motivasi yang telah diberikan.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN JUDUL ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR v
HALAMAN PERSEMBAHAN vii
HALAMAN MOTTO viii
KATA PENGANTAR ix
DAFTAR ISI xiii
DAFTAR TABEL xv
DAFTAR GAMBAR xvi
DAFTAR LAMPIRAN xvii
ABSTRAK xviii
BAB I PENDAHULUAN 19
1.1 Latar Belakang 19
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Tujuan Penelitian 7
1.4 Manfaat Penelitian 8
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi 9
BAB II KAJIAN PUSTAKA 11
2.1 Landasan Teori 11

2.2 Penelitian Terdahulu 20
2.3 Hipotesis 29
BAB III METODE PENELITIAN 35
3.1 Metode Penelitian 35
3.2 Subjek dan Objek Penelitian 35
3.3 Populasi dan Sampel 35
3.4 Teknik Pengumpulan Data 36
3.5 Variabel Penelitian 37
3.6 Teknik Analisis Data 39
3.7 Pengujian Hipotesis 41
BAB IV DATA DAN PEMBAHASAN 45
4.1 Karakteristik Responden 45
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas 49
4.3 Uji Asumsi Klasik 54
4.4 Uji Hipotesis 58
4.5 Pembahasan 63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 69
5.1 Kesimpulan 69
5.2 Keterbatasan Penelitian 69
5.3 Saran 70
DAFTAR PUSTAKA 71
LAMPIRAN 75

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 20
Tabel 4. 1 Persentase Usia Responden 45
Tabel 4. 2 Persentase Usia Responden 46
Tabel 4. 3 Persentase Jenis Usaha Responden 47
Tabel 4. 4 Persentase Jangka Waktu Penggunaan QRIS 48
Tabel 4. 5 Persentase Domisili Usaha 49
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas 50
Tabel 4. 7 Hasil Uji Cronbach Alpha 51
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif 52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas 55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas 56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas 57
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 58
Tabel 4. 13 Hasil Uji Statistik F (ANOVA) 59
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 60
Tabel 4. 15 Hasil Uji T (Signifkansi Individual) 63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual..... 34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian 76
Lampiran 2 : Karakteristik Responden 81
Lampiran 3 : Data Hasil Jawaban Responden 83
Lampiran 4 : Hasil Analisis Deskriptif 102
Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas 103
Lampiran 6 : Hasil Uji Asumsi Klasik 107
Lampiran 7 : Uji Hipotesis 109

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of the level of trust, security, social influence, and MDR rates on MSME interest in using QRIS. The sample used in this study were 157 respondents who used QRIS in Yogyakarta. The data collection technique was carried out using a questionnaire which was compiled using a Likret scale. The data were analyzed using multiple regression analysis, coefficient of determination analysis and T test and data processing using IBM SPSS Statistics 22. The results showed that the level of trust, security, and social influence had an effect on MSME interest in using QRIS. Meanwhile, MDR rates have no effect on MSME interest in using QRIS.

Keywords: *Level of Trust, Security, social influence, Merchant Discount Rate, Interest in Using QRIS.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tingkat kepercayaan, keamanan, social influent, dan tarif MDR dalam minat UMKM menggunakan QRIS. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah

pelaku UMKM yang menggunakan QRIS di Yogyakarta sebanyak 157 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggukan kuesinoner yang disusun mengunakan skala likret. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda, analisis koefisien determinasi dan uji T dan olah datanya menggunakan IBM SPSS Statistik 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan, keamanan, dan social influent berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakan QRIS. Sedangkan tarif MDR tidak berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakan QRIS.

Kata Kunci: Tingkat Kepercayaan, Keamanan, *social influence,* Tarif *Merchant Discount Rate,* Minat Penggunaan QRIS.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat Indonesia saat ini merasakan manfaat dari kemajuan teknologi di berbagai bidang seperti pendidikan, pekerjaan dan keuangan. Hal ini dikarenakan internet sangat mudah digunakan di seluruh wilayah Indonesia. Financial technology (fintech) merupakan salah satu contoh pemanfaatan teknologi di bidang keuangan. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), fintech merupakan inovasi di bidang keuangan yang memanfaatkan pemanfaatan teknologi. Produk fintech biasanya berupa sistem yang dibangun

untuk menerapkan mekanisme transaksi keuangan tertentu. Industri fintech era digital saat ini dikenal luas di berbagai kalangan.

Pemerintah Indonesia saat ini sedang banyak membangun infrastruktur fisik dan digital untuk mempermudah masyarakat dalam bertransaksi. Hal ini menghasilkan berbagai inovasi, antara lain alat pembayaran digital berbasis server dengan menggunakan media elektronik. Koneksi internet diperlukan untuk melakukan transaksi bisnis. Banyak orang menggunakan alat pembayaran digital untuk pembelian baik secara online maupun offline, karena dianggap lebih nyaman, aman dan efisien daripada harus membawa uang cash untuk melakukan pembayaran.

Banyak masyarakat yang menggunakan alat pembayaran digital seperti QRIS karena dianggap lebih praktis dan user friendly. Selain itu, banyak masyarakat yang merasakan manfaat dan kemudahan dalam melakukan transaksi melalui alat pembayaran digital. Tidak hanya itu, UMKM yang sudah menggunakan sistem tranksasi QRIS juga ikut merasakan manfaatnya seperti tidak perlu lagi menyiapkan uang receh untuk kembalian para konsumen. Oleh karena itu, bisnis dengan pembayaran digital memiliki potensi besar di Indonesia.

QRIS pertama kali diluncurkan di Kantor Pusat Bank Indonesia dan berlangsung pada waktu yang bersamaan kantor perwakilan Bank Indonesia

di daerah pada 17 Agustus 2019 dalam rangka Hari Kemerdekaan RI yang ke-74. Implementasi QRIS yang sebagaimana tercantum di dalam ketentuan, wajib digunakan mulai tanggal 1 Januari 2020 untuk setiap transaksi pembayaran digital di Indonesia yang difasilitasi oleh Kode QR. Sejak diresmikan tanggal 1 januari 2020 Hingga 3 Juli 2020, Bank Indonesia sudah mencatat penggunaan QRIS pada merchant besar mencapai 190.706 alias naik 47% dari 22 Maret lalu, merchant sedang mencapai 333.992 alias naik 26%, usaha kecil menengah (UKM) mencapai 685.328 alias naik 125%, usaha mikro kecil menengah (UMKM) mencapai 2.603.516 alias naik 9%, dan merchant donasi mencapai 9.288 alias naik 132% Salsabilla et al., (2024)

Usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah merupakan suatu kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan kerja dan menjadi sektor perekonomian yang sangat berpotensial. DI Indonesia, UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam perputaran roda ekonomi negeri. UMKM mendorong dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi serta memiliki andil dalam mewujudkan stabilitas nasional Raharjo & Riyadi, (2022). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia. Sebesar 99,99% pelaku usaha yang ada di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit usaha di Indonesia merupakan UMKM. Bisnis UMKM menyumbang sekitar 60% pada Produk Domestik Bruto (PDB) dan

mampu menyerap sekitar 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012 (Bank Indonesia, 2015)

Namun tingkat kepercayaan terhadap penggunaan QRIS di sebagian kalangan pelaku UMKM masih menjadi perhatian utama. Meskipun QRIS menawarkan berbagai manfaat seperti kemudahan penggunaan dan efisiensi transaksi, namun ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan dalam penggunaan QRIS oleh UMKM di Yogyakarta. Tidak hanya itu, isu keamanan dalam menggunakan sistem transaksi digital ini masih menjadi momok yang diperhitungkan bagi para pelaku UMKM. Meskipun demikian, regulator juga ingin menerapkan aspek keamanan dan perlindungan bagi para pengguna layanan QRIS, karena penyedia layanan sistem pembayaran hanya menyediakan layanan kode QR untuk berbagai jenis aplikasi pembayaran digital. Akan tetapi, tentunya para UMKM akan mempertanyakan keamanan dalam melakukan transaksi dengan sistem layanan pembayaran QRIS.

Aspek dari pengaruh lingkungan juga menuntut para UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran QRIS karena sekarang ini orang-orang sudah banyak yang menerapkan cashless dalam hal pembayaran sehari-hari dan lebih memilih membayar menggunakan sistem pembayaran QRIS yang dirasa lebih mudah dan cepat. Faktor social influence menjadi salah satu

pendorong utama dalam adopsi teknologi baru, termasuk metode pembayaran digital seperti QRIS.

Meski sistem pembayaran QRIS menawarkan kemudahan, kecepatan, ketepatan, dan keamanan, namun hal tersebut tampaknya belum cukup untuk menarik antusias para pelaku UMKM dalam mengimplementasikannya. Pasalnya dalam menggunakan sistem pembayaran QRIS yang memberlakukan tarif biaya atau yang lebih dikenal dengan istilah Merchant Discount Rate (MDR) membuat para pelaku UMKM berpikir dua kali dalam menggunakan sistem pembayaran ini, sebab akan mengurangi pendapatan yang diterima bagi UMKM. Adapun kategori tarif MDR yang diberlakukan, yaitu untuk jenis merchant reguler seperti besar, menengah, kecil akan dikenakan MDR sebesar 0,7% dan untuk mikro 0%. sedangkan untuk jenis merchant khusus seperti, pendidikan akan dikenakan tarif MDR sebesar 0,5%, untuk SPBU sebesar 0,4%, dan G2P (Bansos) & P2G (Pajak, Paspor, dana sosial) tidak dikenakan MDR.

Di sisi lain, setiap transaksi yang melalui QRIS, dana tidak bisa langsung masuk ke rekening merchant atau UMKM. Dana akan disetorkan dalam waktu maksimal 1 x 24 jam dan maksimal 3 hari.

Hal ini jelas berdampak besar terhadap perputaran modal UMKM, sehingga banyak pedagang yang menolak menerapkan sistem pembayaran

QRIS. Isu ini kembali menjadi tantangan besar bagi Bank Indonesia dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM. Selain itu, minimnya literasi keuangan bagi para pelaku UMKM sehingga pembayaran secara tunai dirasa lebih mudah dan praktis serta untuk kalangan orang tua pembayaran secara non tunai ini dinilai mempersulit dalam melakukan pembayaran.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat para pelaku UMKM khususnya di Yogyakarta dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran. Oleh karena itu dalam skripsi ini akan dilakukan penelitian yang berjudul "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM di Yogyakarta Dalam Menggunakan QRIS Sebagai Alat Transaksi Pembayaran". Adapun faktor-faktor yang akan diuji dalam penelitian ini adalah tingkat kepercayaan, keamanan, dan tarif merchant discount rate (MDR). Faktor-faktor tersebut akan menjadi variabel independen dalam penelitian ini. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pemahaman bagi pihak-pihak terkait, seperti UMKM di Yogyakarta, lembaga keuangan negara, dan penyedia layanan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disebutkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap minat UMKM di Yogyakarta dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran?
2. Apakah keamanan berpengaruh terhadap minat UMKM di Yogyakarta dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran?
3. Apakah *social influence* berpengaruh terhadap minat UMKM di Yogyakarta dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran?
4. Apakah tarif MDR berpengaruh terhadap minat UMKM di Yogyakarta dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini makan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh tingkat kepercayaan terhadap minat UMKM di Yogyakarta dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran
2. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap minat UMKM di Yogyakarta dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran

3. Untuk mengetahui pengaruh *social influence* terhadap minat UMKM di Yogyakarta dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran
4. Untuk mengetahui pengaruh tarif MDR terhadap minat UMKM di Yogyakarta dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan wawasan dalam bidang sistem informasi akuntansi, khususnya terkait dengan metode pembayaran menggunakan QRIS. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan factor-faktor yang mempengaruhi minat dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran. Tidak hanya itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber wawasan atau bahan acuan bagi pihak-pihak yang terkait dalam pengembangan alat transaksi QRIS.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi UMKM

      Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan manfaat kepada UMKM dalam menggunkan alat transaksi

pembayaran QRIS, sehingga mampu memberikan pemahaman dan informasi dari keuntungan dan kekurangan dari sistem pembayaran QRIS.

b. Bagi Penyedia Layanan

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan penyedia layanan dapat mengambil manfaat dengan membuat kebijakan yang tidak merugikan bagi para penggunanya dan memerhatikan merchant yang tergabung dalam sistem pembayaran QRIS yang bertujuan agar para penggunanya merasakan manfaat dari sistem transaksi seperti ini.

c. Bagi Lembaga Keuangan

Diharapkan dari penelitian ini, lembaga keuangan dapat menambah wawasan seputar tingkah laku dari pengguna QRIS, sehingga lembaga keuangan dapat mengontrol atau mengawasi penyedia layanan QRIS dan membuat kebijakan yang tepat untuk para pengguna sistem pembayaran QRIS.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika dan struktur dalam penyusunan skripsi ini terbagi dari 5 bab, berikut penjelasan dari dari kelima bab tersebut:

BAB I : PENDALUHUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan, kajian terdahulu yang dilanjutkan dengan perumusan hipotesis, dan kerangka pemikiran penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai metode penelitian yang diambil, subjek dan objek dalam penelitian, populasi dan sampel yang digunakan, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, teknik analisis data, dan yang terakhir pengujian hipotesis.

BAB IV :

Bab ini menjelaskan hasil dari pengumpulan data, karakteristik responden, dan menyampaikan data hasil instrumen pengujian dalam penelitian ini, serta pembahasan dari hasil yang diperoleh

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran dari hasil pengujian yang telah dilakukan. Pada bab ini dijelaskan hasil penelitian secara singkat dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Technology Acceptance Model (TAM)

Menurut Fishbein & Ajzen (1975) Technology Acceptance Model (TAM) adalah adaptasi dari Theory of Reasoned Action (TRA) serta dibentuk

guna mendalami penerimaan pemakai pada teknologi informasi. TAM menyatukan keyakinan dan perilaku untuk membentuk suatu sikap dan perilaku pengguna terhadap sistem informasi (Davis, 1989). Pemanfaatan suatu sistem teknologi secara langsung dipengaruhi oleh tingkat minat individu dalam menggunakan teknologi tersebut. Minat ini terbentuk berdasarkan sejumlah faktor, termasuk sikap pengguna terhadap sistem serta persepsi mereka mengenai kegunaan teknologi tersebut dalam mendukung tugas atau aktivitas sehari-hari. Sikap positif terhadap sistem sering kali mendorong minat yang lebih besar untuk menggunakannya, terutama jika pengguna percaya bahwa teknologi tersebut mudah digunakan dan dapat meningkatkan kinerja atau efisiensi mereka. Dengan kata lain, semakin besar keyakinan pengguna terhadap manfaat praktis teknologi dan kemudahan penggunaannya, semakin besar pula kemungkinan sistem teknologi tersebut akan diterima dan diadopsi secara luas oleh pengguna.

Penerimaan teknologi dipengaruhi oleh enam faktor yaitu, faktor eksternal (faktor yang berasal dari luar), persepsi tentang kegunaan *(perceived usefulness)*, persepsi tentang kemudahan penggunaan *(perceived ease of use),* sikap terhadap penggunaan teknologi *(attitude toward using),* niat untuk menggunakan teknologi *(behavioral intention),* dan penggunaan nyata *(actual usage)* (Magfira, 2024).

2.1.2 Teori *Unified Theory of Technology Acceptance and Use of Technology* (UTAUT)

Model teoritis UTAUT menyatakan bahwa penggunaan teknologi sebenarnya ditentukan oleh niat perilaku. Kemungkinan yang dirasakan untuk mengadopsi teknologi bergantung pada dampak langsung dari empat konstruksi utama, yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi yang mendukung (*facilitating conditons*). Efek dari prediktor dimoderasi oleh usia, jenis kelamin, pengalaman dan kesukarelaan penggunaan Venkatesh et al., (2003)

Menurut Andreas, (2012) *Performance expectancy* adalah sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantu dia untuk mencapai keuntungan dalam pekerjaan atau kegiatan tertentu. *Effort expectancy* adalah tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sistem/teknologi oleh pengguna. *Social influence* adalah sejauh mana persepsi seseorang bahwa pihak lain percaya bahwa sebaiknya menggunakan sistem/teknologi. *Facilitating conditions* adalah sejauh mana seorang individu percaya bahwa infrastruktur teknis dan organisasi tersedia untuk mendukung penggunaan sistem/teknologi Mahande & Jasruddin, (2020).

2.1.3 Teori *Unified of Technology Acceptance and Use of Technology* 2 (UTAUT 2)

(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) UTAUT 2 adalah model penerimaan pengguna yang berpengaruh dan banyak diangkat untuk melaksanakan riset yang berhubungan dengan penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi informasi yang lebih berpusat pada konteks konsumen Hidayat et al., (2020). Teori UTAUT 2 merupakan lanjutan dari model teori UTAUT yang mana meghasilkan konstraksi baru yaitu, kebiasaan (*habit*), nilai harga (*price value*), dan motivasi hedonisme (*hedonic motivation*). Model UTAUT memiliki variabel bebas (independen), variabel terikat (dependen) dan variabel moderator. Menururt Yusman dalam Setyorini & Meiranto, (2021) Variabel independen meliputi *performance expectancy, effort expectancy, social influance, facilitating conditions, hedonic motivation, price value,* dan *habit.* Sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen meliputi *behavioral intention* dan *use behavior.*

Habit adalah perilaku kebiasaan yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Kebiasaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang cenderung bertindak secara otomatis berdasarkan pengalaman belajar sebelumnya. *Price value* merupakan pengorbanan konsumen terhadap biaya yang dikeluarkan pada penggunaan teknologi dengan keuntungan yang didapatkan. *Price value*

dikatakan positif jika manfaat dari penggunaan teknologi dirasakan lebih signifikan oleh pengguna dibandingkan biaya yang harus dikeluarkan dan ini juga berpengaruh positif terhadap niat. *Hedonic motivation* menjelaskan perasaan senang yang dirasakan oleh seseorang dari penggunaan teknologi.

Behavioral intention adalah tingkat keinginan atau minat penggunaan untuk terus menggunakan sistem secara keberlanjutan. Menurut Yusman dalam Setyorini & Meiranto, (2021)jika seseorang berminat menggunakan sebuah teknologi baru apalagi dia meyakini dengan menggunakan teknologi dimana hal tersebut akan meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya, menggunakan teknologi tersebut merupakan hal yang mudah, dia mendapatkan pengaruh dari lingkungan sekitarnya dan fasilitas terhadap teknologis tersebut terpenuhi. *Use behavior* merupakan perilaku pengguna yang dapat diartikan intensitas pengguna dalam menggunakan teknologi baru. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan terhadap teknologi, diantaranya karena pengguna meyakini dengan menggunakan teknologi dapat meningkatkan kinerjanya, kemudahan dalam menggukannya, dan pengaruh dari lingkungan sekitar serta fasilitas dari teknologi yang terpenuhi.

2.1.4 *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS)

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah standarisasi pembayaran menggunakan metode QR Code dari Bank Indonesia agar proses

transaksi dengan QR Code menjadi lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. QRIS bukanlah aplikasi baru, melainkan sebuah standar nasional QR Code yang diwajibkan bagi seluruh Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang menggunakan QR. Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) atau biasa disingkat QRIS (dibaca KRIS) adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang akan menggunakan QR Code Pembayaran wajib menerapkan QRIS. Bank Indonesia, (2020)

2.1.5 Tingkat Kepercayaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kepercayaan adalah anggapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar atau nyata, harapan dan keyakinan akan kejujuran, kebaikan, dan sebagainya. Sedangkan menurut Menurut Jogiyanto dalam Tumbel et al., (2022), kepercayaan adalah evaluasi seorang individu setelah memperoleh, mengolah, dan mengumpulkan informasi, yang kemudian menghasilkan berbagai penilaian dan asumsi. Tingkat kepercayaan adalah suatu tingkat keyakinan seseorang kepada pihak lain dalam memberikan atau mengumpulkan informasi guna salah satu pihak dapat melaksanakan kewajiban yang diharapkan. Menurut Morgan dan Hunt

dalam Amrita & Yasa, (2022) mendefinisikan Kepercayaan diyakini memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi komitmen. kepercayaan sebagai suatu kondisi ketika salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran yakin dengan keandalan dan integritas pihak lain. Dalam konteks ini, penyedia layanan mampu menjamin kerahasiaan dari pengguna alat tersebut dan dapat dipercayai oleh pengguna.

2.1.6 Keamanan

Menurut Flavia'n dan Guinali'u dalam Dewi et al., (2022) mendefinisikan persepsi keamanan sebagai kemungkinan keyakinan subjektif yang dimiliki konsumen bahwa informasi pribadi mereka (dalam aspek perdata dan moneter) tidak akan dilihat, disimpan, dan dimanipulasi pihak lain selama dalam perjalanan dan penyimpanan, sehingga secara konsisten meningkatkan harapan kepercayaan diri mereka Chairunnisa, (2023)

Keamanan transaksi online adalah bagaimana dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Sangat pentingnya nilai sebuah informasi menyebabkan seringkali informasi yang diinginkan hanya boleh diakses oleh orang-orang tertentu. Jatuhnya informasi ke tangan pihak lain dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi. Untuk itu keamanan dari sistem informasi yang digunakan

harus terjamin dalam batas yang dapat diterima Nugroho, (2019). Berdasarkan penjelasan keamanan yang telah disebutkan sebelumnya maka dapat disimpulkan upaya penyedia layanan sistem pembayaran secara digital QRIS menjaga keamanan data informasi pengguna pada saat bertransaksi.

2.1.7 *Social Influence*

Menurut (Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2016) social influence (pengaruh sosial) merupakan usaha yang dilakukan oleh satu orang atau lebih untuk mempengaruhi orang lain sering kali melibatkan upaya terencana untuk mengubah sikap, kepercayaan, persepsi, atau tingkah laku. Proses ini bisa terjadi dalam berbagai konteks, seperti komunikasi interpersonal, pendidikan, pemasaran, atau kepemimpinan.

Pengaruh sosial merupakan salah satu aspek penting yang berperan dalam membentuk keyakinan konsumen terhadap kebutuhan untuk menggunakan suatu produk atau jasa. Pengaruh ini bisa datang dari berbagai sumber, seperti teman, keluarga, tokoh masyarakat, atau bahkan media sosial, di mana pendapat dan rekomendasi dari orang-orang di sekitar sering kali menjadi faktor penentu dalam proses pengambilan keputusan. Ketika konsumen melihat orang lain yang mereka percayai atau hormati menggunakan dan merekomendasikan sebuah produk atau jasa, mereka cenderung merasa lebih yakin bahwa produk atau jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan

mereka.(Venkatesh et al., 2016). Dengan demikian, pengaruh sosial tidak hanya mendorong kesadaran konsumen terhadap suatu produk, tetapi juga meningkatkan kepercayaan mereka untuk melakukan pembelian atau penggunaan layanan tersebut.

2.1.8 Tarif *Merchant Discount Rate* (MDR)

Merchant Discount Rate (MDR) adalah biaya yang dibebankan oleh penyedia layanan seperti bank kepada merchant QRIS atas transaksi yang telah dilakukan berdasarkan standar yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia. Menururt (Hidayat et al., 2020) "*price value* yaitu pengorbanan pengguna terhadap biaya yang dikeluarkan pada *e-wallet* dengan keuntungan yang didapatkan". Dalam hal ini tarif *merchant discount rate* menjadi biaya yang harus dikeluarkan oleh pelaku UMKM untuk memperoleh manfaat dari sistem pembayaran QRIS. QRIS merupakan kode QR tunggal untuk semua model pembayaran yang merupakan standar kode QR Bank Indonesia. Sehingga QRIS dapat digunakan oleh semua merchant yang bekerja sama dengan PJSP seperti Link Aja, Gopay, OVO, DANA, ShopeePay dan lainnya.

2.1.9 Minat Penggunaan

Menurut Crow Abror dalam Desvronita, (2021) minat penggunaan merupakan suatu sikap perilaku terkait dengan keinginan dan keterkaitan yang mendorong minat penggunaan untuk menggunakan suatu teknologi tertentu.

Sedangkan, menurut Ahmadi, (2009)minat penggunaan adalah minat pengguna dalam menggunakan sebuah sistem, sehingga menjadi kecenderungan perilaku untuk yakin dan tetap terus dalam menggunakan sistem tersebut. Minat penggunaan menjadi salah satu faktor yang penting dalam penelitian guna menjadi indikator untuk menentukan ketersediaan individu dalam menggunakan atau mengadopsi suatu sistem.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Anasti, 2021)	Analisis Persepsi Pada Penggunaan QRIS Sebagai Alat Transaksi UMKM di Kota Medan	**Independen:** Persepsi Pedagang **Dependen:** Penggunaan QRIS Sebagai Alat Transaksi UMKM di Kota Medan	Hasil Penelitian menyimpulkan bahwa pertama, Bank Indonesia meluncurkan QRIS 17 Agustus 2019 untuk menyederhanakan pembayaran non tunai berbasis QR Code. Kedua, QRIS sebagai salah satu inisiatif untuk mewujudkan sistem pembayaran Indonesia 2025 dan ketiga dengan adanya QRIS membantu merchant

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				(UMKM) untuk melakukan pembayaran yang lebih praktis, cepat dan aman serta mendorong merchant untuk menabung Sebagian penghasilan mereka namun menurut hasil wawancara penulis masih sedikit masyarakat yang menggunakan pembayaran non tunai dan masih banyak yang belum tau ap aitu QRIS.
2.	Putri (2023)	Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Teknologi *QUICK RESPONSE Code Indonesian Standard* (*QRIS*) Dengan Persepsi Risiko Keamanan	**Independen:** Pengetahuan, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan **Dependen:** Minat Menggunakan QRIS Dengan Persepsi Risiko Keamanan Sebagai Variabel Intervening	Hasil penelitian menunjukkan pengetahuan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan QRIS pada masyarakat Lampung Utara.

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Sebagai Variabel Intervening		
3.	Riyadi dan Raharjo (2023)	Bank Indonesia Bersama Perbankan Syariah Membantu Digitalisasi Dengan Memanfaatkan Teknologi *Quick Response Code Indonesia Standard* QRIS	**Independen:** Bank Indonesia bersama perbankan syariah membantu digitalisasi UMKM **Dependen:** Manfaatkan Teknologi QRIS	Hasil dari penelitian ini menujukkan bahwa Bank Indonesia bersama Bank syariah dapat memberikan bantuan terhadap pengembangan UMKM syariah pada aspek produksi, manajemen, operasional, dan/atau pemasaran termasuk pemanfaatan teknologi sistem informasi. Selain itu Bank Indonesia bersama Bank Syariah dapat menyediakan informasi instrument likuiditas yang memadai melalui operasi moneter syariah maupun pasar uang antar bank berdasarkan prinsip syariah. Selanjutnya, pengembangan

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				UMKM syariah melalui pengembangan ekosistem yang terintegrasi dapat mendukung pelaksanaan tugas Bank Indonesia di bidang moneter, sistem pembayaran dan pengendaran uang, dan makroprudensial.
4.	Nugroho (2019)	Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Keamanan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Online Shop Lazada	**Independen:** Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan keamanan **Dependen:** Keputusan pembelian melalui online shop lazada	Berdasarkan hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara kemudahan terhadap Keputusan pembelian melalui online shop Lazada mashasiswa Yarsi Jakarta Pusat; secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara keamanan bertransaksi terhadap Keputusan pembelian melalui online shop Lazada mahasiswa Yarsi

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				Jakarta Pusat; secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara kepercayaan, kemudahan dan keamanan bertransaksi terhadap Keputusan pembelian melalui online shop Lazada mahasiswa Yarsi Jakarta Pusat.
5.	Hidayat, Aini, dan Fetriana (2020)	Penerimaan Penggunaan *E-Wallet* Menggunakan UTAUT 2	**Independen:** *Perceived trust, perceived risk, performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit, behavioral intention, use behavior* **Dependen:** Penerimaan pengguna *E-Wallet*	Hasilnya adalah dari dua belas hipotesis yang diusulkan, tiga hipotesis dinyatakan tidak signifikan dan ditolak karena nilai *path coefficient* dan *t-test* dari hipotesis tersebut (*performance expectancy, hedonic motivation,* dan *price value*) kurang dari 0,1 dan 1,96, sedangkan sembilan hipotesis lainnya dinyatakan signifikan dan diterima.

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
6.	Chairunnisa (2023)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Bertransaksi Menggunakan Layanan Pembayaran Digital QRIS	**Independen:** Persepsi kemudahan dan keamanan **Dependen:** Minat masyarakat dalam bertransaksi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dipercaya dapat menimbulkan minat penggunaan konsumen dan berakhir pada penggunaan QRIS. Persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Hal ini menunjukkan adanya kesesuaian harapan masyarakat denga napa yang diperoleh setelah menggunakan QRIS.
7.	Sari dan Raya (2022)	Pengaruh Kualitas Layanan	**Independen:** Kualitas layanan sistem	Disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Sistem Pembayaran *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) Terhadap Kepuasan Transaksi (Studi Kasus UMKM Di Pasar Rangkasbitung)	pembayaran QRIS **Dependen:** Kepuasan transaksi	variable X terhadap variable Y atau H0 ditolak dan H1 diterima. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi atau *R Square* diperoleh nilai 0,372 yang berarti bahwa variable X mampu mempengaruhi variable Y sebesar 37%. Maka, kualitas layanan sistem pembayaran *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan transaksi.
8.	Sebayang dan Rahmawati (2023)	Pengaruh Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital UMKM Halal Kota Medan	**Independen:** Persepsi kepercayaan dan persepsi keamanan **Dependen:** Minat penggunaan QRIS	Hasil dari penelitian ini adalah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS dan persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS. Pada persepsi kepercayaan dan

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran digital UMKM halal kota Medan yaitu 0928 atau 92,8%.
9.	Handayani (2023)	Optimalisasi Sistem Pembayaran *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) Dalam Mewujudkan Inklusi Keuangan	**Independen:** Optimalisasi sistem pembayaran **Dependen:** Mewujudkan inklusi keuangan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS yang semakin mudah karena mampu menjangkau berbagai merchant dengan aplikasi mobile banking dan dompet digital terintegritas. Optimalisasi sistem pembayaran QRIS dapat mewujudkan dan mengatasi tantangan inklusi keuangan di Indonesia dan membuka akses keuangan yang lebih luas bagi masyarakat Indonesia secara keseluruhan.

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
10.	Jati, Margono, Ardiyano, dan Wulansari (2023)	Analisis Faktor Tingkat Kepercayaan Penggunaan QRIS Pada UMKM Di Surabaya Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM)	**Independen:** *Computer Self Efficacy* (CSE), *Perceived of Usefulness* (POU), *Perceived Ease of Use* (PEU), *Attitude Toward Using* (ATU), *Behaviour Intention* (BEI), dan *Actual Use* (ACU). **Dependen:** Tingkat kepercayaan penggunaan QRIS	Hasil penelitian adalah QRIS memiliki potensial yang besar dalam meningkatkan adopsi teknologi oleh UMKM di Surabaya. Faktor-faktor yang berperan penting dalam membentuk sikap pengguna terhadap QRIS adalah persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan/manfaat QRIS. Meskipun kemampuan menggunakan komputer tidak memiliki pengaruh lansung terhadap persepsi tentang kemudahan penggunaan dan kehunaan/manfaat QRIS, sikap positif terhadap QRIS dapat meningkatkan minat UMKM untuk mengadopsi teknologi ini.

2.3 Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Tingkat Kepercayaan terhadap Minat UMKM di Yogyakarta dalam Menggunakan QRIS

Tingkat kepercayaan adalah suatu keyakinan antara pihak satu dengan pihak lainnya terkait dengan integritas dan kredibilitas yang akan menghasilkan sesuatu hal positif antara hubungan pihak satu dengan pihak yang lainnya. Menurut Akbar & Parvez, (2009)menyatakan "kepercayaan muncul ketika ada salah satu pihak yakin dengan adanya hubungan kerjasama yang bisa diandalkan serta adanya integritas. Sedangkan pengertian kepercayaan menurut Mowen dan Minor dalam Bahrudin & Siti Zuhro, (2015) adalah "semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya".

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan kepercayaan adalah pola pikir seorang individu ketika membangun kerjasama dengan pihak tertentu guna membangun hubungan kerjasama yang baik dalam jangka Panjang serta mendapatkan tujuan atau hasil yang menguntungkan antara kedua belah pihak. Dengan demikian, penulis mengajukan hipotesis bahwa tingkat kepercayaan dapat mempengaruhi minat UMKM di Yogyakarta dalam menggunakan QRIS.

H1: Tingkat kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat UMKM di Yogyakarta dalam menggunakan QRIS

2.3.2 Pengaruh Keamanan terhadap Minat UMKM di Yogyakarta dalam Menggunakan QRIS

Keamanan merupakan kondisi individu yang merasa bebas dari ancaman, bahaya, atau kerugian. Menurut Nugroho (2019) menyatakan "keamanan transaksi online adalah bagaimana dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sisem yang berbasis informasi, Dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik". Nilai informasi yang sangat sensitif seingkali berarti hanya orang-orang tertentu yang dapat mengakses informasi yang dibutuhkan. Jika informasi tersebut jatuh ke tangan orang lain, pemilik informasi tersebut dapat mengalami kerugian. Oleh karena itu, keamanan sistem informasi yang digunakan harus terjamin dalam rentang yang dapat diterima.

Sedangkan menurut Roca et al dan Armesh et al dalam Chairunnisa (2023) menjelaskan bahwa "persepsi konsumen sebagai ancaman yang menyebabkan situasi, kondisi atau kejadian yang berpotensi menimbulkan kesulitan ekonomi melalui rusaknya sumber data atau jaringan, pengumpulan, dan modifikasi data, penolakan layanan, penipuan dan penyalahgunaan wewenang". Dengan demikian, keamanan informasi menjadi aspek yang sangat krusial dalam berbagai bidang karena informasi sering kali memiliki nilai yang tinggi dan jatuhnya informasi ke tangan pihak yang tidak berwenang dapat menimbulkan kerugian yang signifikan.

Berdasarkan penjelasan tersebut penulis, mengajukan hipotesis bahwa keamanan dapat mempengaruhi minat UMKM di Yogyakarta dalam menggunakan QRIS.

H2: Keamanan berpengaruh positif terhadap minat UMKM di Yogyakarta dalam menggunakan QRIS.

2.3.3 Pengaruh *Social Influence* terhadap minat UMKM di Yogyakarta dalam Menggunakan QRIS

Pengaruh sosial *(social influence)* adalah suatu cara di mana seseorang dapat memengaruhi keyakinan, perasaan, dan perilaku orang lain melalui interaksi, komunikasi, atau tindakan (Venkatesh et al., 2012). Melalui pengaruh ini, seseorang dapat secara langsung atau tidak langsung mengubah pandangan individu atau kelompok terhadap suatu hal, baik itu dalam konteks personal, seperti hubungan antar pribadi, maupun dalam situasi yang lebih luas, seperti opini publik atau tren sosial. Sedangkan menurut (Aprilian, 2023) menyatakan "pengaruh sosial adalah persepsi seseorang mengenai pentingnya dan kemampuan orang lain untuk mempengaruhi penggunaan suatu teknologi atau sistem baru".

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis mengajukan hipotesis bahwa social influence dapat mempengaruhi minat UMKM di Yogyakarta dalam menggunakan QRIS.

H3: *Social influence* berpengaruh positif terhadap minat UMKM di Yogyakarta dalam menggunakan QRIS.

2.3.4 Pengaruh Tarif *Merchant Discount Rate* (MDR) terhadap Minat UMKM di Yogyakarta dalam Menggunakan QRIS

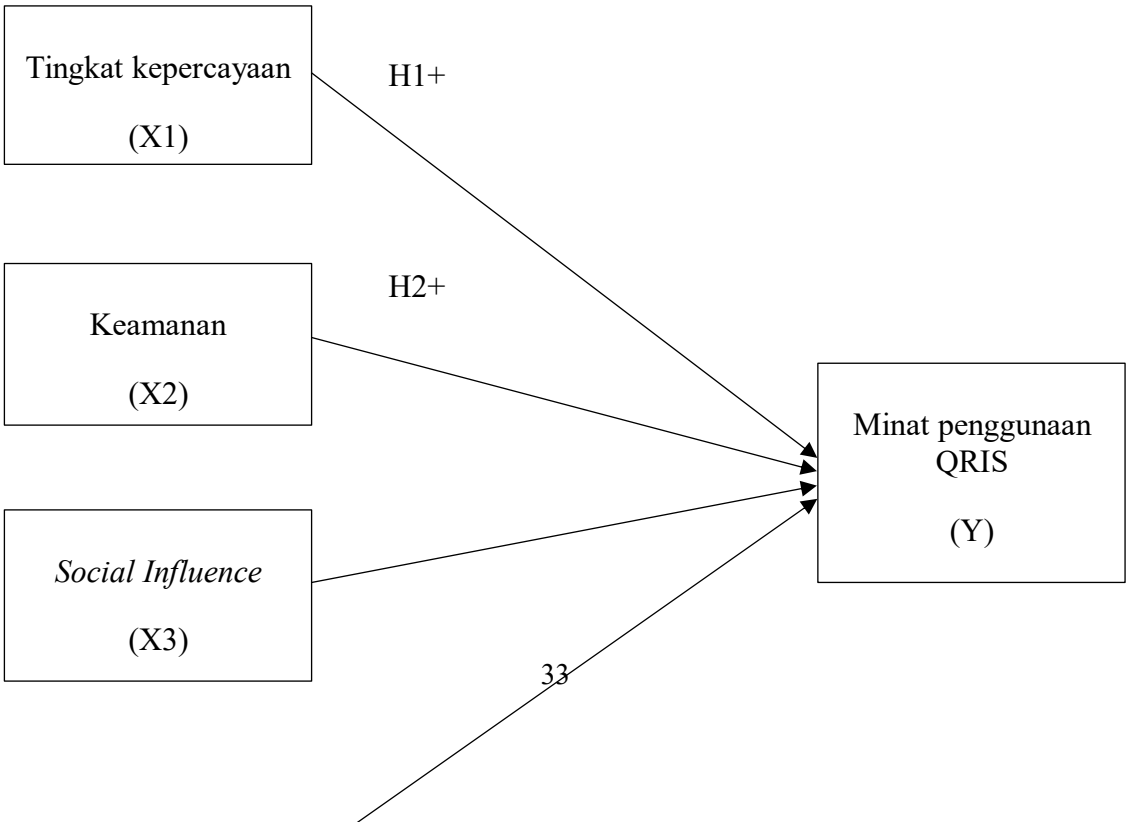
Bank Indonesia dalam mengupayakan penerapan sistem pembayaran QRIS yang praktis, juga butuh biaya untuk mengembangkan dan pemeliharaan sehingga bank Indonesia menerapkan yang Namanya tarif *Merchant Discount Rate* (MDR). Bank Indonesia mendefinisikan *merchant discount rate* sebagai tarif yang dikenakan kepada *merchant* oleh bank atau penyedia jasa layanan pembayaran yang mana besaran MDR telah ditetapkan oleh Bank Indonesia. Adapun keuntungan *merchant* yang diperoleh, yaitu dapat kemudahan dalam menerima pembayaran, kecepatan dalam pembayaran, berpotensi menjangkau lebih banyak pelanggan, dan dapat berpotensi mendapatkan promo dari pihak bank atau penyedia layanan.

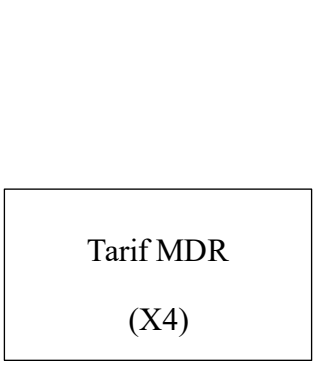
Krisnawati (2024) dalam artikel yang tulis olehnya dalam sesi wawancara bersama Direktur Deputi Departemen Kebijakan Sistem Pembayaran (DKSP) Bank Indonesia Ellyana K. Widyasari menjelaskan "rangkaian Panjang transaksi melalui QRIS membutuhkan teknologi informasi yang membutuhkan biaya. Pricing-nya memang ditetapkan oleh BI agar tercapai keseimbangan antara kepentingan masyarakat dan ekosistem ekonomi

digital.” Penggunaan QRIS meningkat drastis di kalangan masyarakat karena kemudahannya. Berdasarkan data BI, pada triwulan pertama tahun 2024 nominal transaksi QRIS tumbuh 175,44% secara tahunan dan jumlah pengguna sebanyak 48,12 juta serta yang menjadi *merchant* QRIS mayoritas dari pelaku usaha kecil dan menengah.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis mengajukan hipotesis bahwa tarif *merchant discount rate* (MDR) dapat mempengaruhi minat UMKM di Yogyakarta dalam menggunakan QRIS.

H4: Tarif *merchant discount rate* (MDR) berpengaruh negatif terhadap minat UMKM di Yogyakarta dalam menggunakan QRIS.





Gambar 2. 1

Kerangka Konseptual

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, karena metode kuantitatif dinilai dapat menghasilkan data yang lebih akurat dan dilengkapi dengan angka-angka sebagai hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuisioner. Kuisioner tersebut akan disebarkan menggunakan google form dan ditujukan kepada UMKM di Yogyakarta yang menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Yogyakarta yang telah mengadopsi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai alat pembayaran. Fokus utama penelitian ini adalah mengevaluasi berbagai faktor yang mempengaruhi minat UMKM dalam menggunakan QRIS. Objek yang diuji meliputi tingkat kepercayaan, keamaan, serta pengaruh tarif merchant discount rate (MDR) yang dikenakan untuk memberikan gambaran yang komprehensif atas minat penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran UMKM di Yogyakarta.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi didefinisikan sebagai area generalisasi yang terdiri dari: objek ataupun subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari (Sugiyono, 2013).

Populasi dari penelitian ini yaitu UMKM yang berada di Yogyakarta dengan karakteristik yang sudah menggunakan alat pembayaran QRIS.

Teknik sampling adalah metode untuk mengambil sampel. Dalam penelitian ini, sampel diambil dari UMKM di Yogyakarta menggunakan teknik non probility (purposive sampling). Penelitian menetapkan kriteria tertentu untuk pemilihan sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga diharapkan mampu menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian tersebut. Jumlah sampel dalam penelitian minimal setidaknya 5 kali lebih banyak dari jumlah item pertanyaan yang ada pada kuesioner (Hair et al., 2019). Ukuran sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 20 x 5 = 100 responden. Oleh sebab itu, jumlah minimal sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden untuk memenuhi kriteria yang cukup agar menghasilkan hasil yang valid dan representatif.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah alat berupa skala. Skala adalah seperangkat alat yang dibutuhkan untuk mengkuantifikasi data pada pengukuran variable (Isna & Warto, 2013). Peneliti menggunakan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu (Sugiyono, 2013). Pertanyaan dalam skala tersebut mampu mencerminkan kondisi yang dialami oleh responden, sehingga data yang dikumpulkan valid dan dapat dipertanggung jawabkan. Penelitian ini akan menggunakan empat skala yang dirancang untuk mengukur tingkat

kepercayaan, keamanan, tarif merchant discount rate (MDR), dan minat penggunaan.

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Dependen Minat Penggunaan QRIS (Y)

Variabel dependen dari penelitian ini adalah minat penggunaan QRIS (Y). minat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah minat penggunaan QRIS dalam melakukan transaksi sebagai alat pembayaran pada UMKM yang ada di Yogyakarta. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pertanyaan kuesioner dari (Hidayat et al., 2020), pengukuran variabel tentang minat penggunaan QRIS menggunakan instrument kuesioner yang terdiri dari pertanyaan dengan skala interval 1-6 dengan penjelasan dan skoring. Skor 1 diartikan sebagai (Sangat Tidak Setuju), skor 2 diartikan (Tidak Setuju), skor 3 diartikan sebagai (Kurang Setuju), skor 4 diartikan sebagai (Cukup Setuju), 5 diartikan sebagai (Setuju), 6 diartikan sebagai (Sangat Setuju).

3.5.2 Variabel Independen

3.5.2.1 Tingkat Kepercayaan (X1)

Tingkat kepercayaan adalah suatu keyakinan pengguna dalam melakukan transaksi melalui QRIS. Kepercayaan dalam menggunakan QRIS didorong oleh kredibilitas dan integritas dari sistem pembayaran QRIS tersebut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pertanyaan

kuesioner dari (Bahrudin & Siti Zuhro, 2015), pengukuran variabel tentang tingkat kepercayaan QRIS menggunakan instrumen kuesioner yang terdiri dari pertanyaan dengan skala interval 1-6 dengan penjelasan dan skoring. Skor 1 diartikan sebagai (Sangat Tidak Setuju), skor 2 diartikan (Tidak Setuju), skor 3 diartikan sebagai (Kurang Setuju), skor 4 diartikan sebagai (Cukup Setuju), 5 diartikan sebagai (Setuju), 6 diartikan sebagai (Sangat Setuju).

3.5.2.2 Keamanan (X2)

Keamanan adalah suatu kondisi dimana pengguna merasa bebas dari kerugian atau ancaman dalam melakukan transaksi pembayaran online yang dalam konteks ini adalah transaksi melalui sistem QRIS. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner dari (Dewi et al., 2022), pengukuran variabel tentang keamanan QRIS menggunakan instrumen kuesioner yang terdiri dari pertanyaan dengan skala interval 1-6 dengan penjelasan dan skoring. Skor 1 diartikan sebagai (Sangat Tidak Setuju), skor 2 diartikan (Tidak Setuju), skor 3 diartikan sebagai (Kurang Setuju), skor 4 diartikan sebagai (Cukup Setuju), 5 diartikan sebagai (Setuju), 6 diartikan sebagai (Sangat Setuju).

3.5.2.3 *Social Influence* (X3)

Social influence adalah usaha yang dilakukan oleh satu orang atau lebih untuk mempengaruhi orang lain. Dalam konteks penelitian ini adalah konsumen atau orang disekitar pelaku UMKM yang mempengaruhi untuk

UMKM tersebut mengadakan sistem pembayaran QRIS. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pertanyaan kuesioner dari (Magfira, 2024), pengukuran variabel tentang *social influence* menggunakan instrumen kuesioner yang terdiri dari pertanyaan dengan skala interval 1-6 dengan penjelasan dan skoring. Skor 1 diartikan sebagai (Sangat Tidak Setuju), skor 2 diartikan (Tidak Setuju), skor 3 diartikan sebagai (Kurang Setuju), skor 4 diartikan sebagai (Cukup Setuju), 5 diartikan sebagai (Setuju), 6 diartikan sebagai (Sangat Setuju).

3.5.2.4 Tarif *Merchant Discount Rate* (MDR) (X4)

Merchant discount rate pada sistem pembayaran QRIS dapat diartikan sebagai suatu tarif yang dikenakan kepada merchant yang besarannya sudah ditentukan oleh bank Indonesia guna pengembangan dan pemeliharaan sistem QRIS. dalam penelitian ini peneliti menggunakan pertanyaan kuesioner dari (Hikami et al., 2021), pengukuran variabel tentang tarif *merchant discount rate* QRIS menggunakan instrumen kuesioner yang terdiri dari pertanyaan dengan skala interval 1-6 dengan penjelasan dan skoring. Skor 1 diartikan sebagai (Sangat Tidak Setuju), skor 2 diartikan (Tidak Setuju), skor 3 diartikan sebagai (Kurang Setuju), skor 4 diartikan sebagai (Cukup Setuju), 5 diartikan sebagai (Setuju), 6 diartikan sebagai (Sangat Setuju).

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Validitas adalah proses dimana suatu alat ukur mengukur data yang menunjukkan jangkauan instrumen tersebut. Instrumen yang dinyatakan valid dapat mengukur apapun yang diinginkan. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu memberikan data secara memadai dan akurat mengenai variabel-variabel yang diteliti (Isna & Warto, 2013).

3.6.2 Uji Realiabilitas

Reliabilitas adalah ukuran seberapa andal atau dapat diandalkannya suatu alat ukur. Suatu alat ukur dikatakan reliabel bila pernyataan-pernyataan dijawab secara relatif konsisten. Jika jawabannya tidak konsisten, maka jawabannya tidak dapat diandalkan. Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan uji statistik Cronbach alpha dengan dukungan aplikasi SPSS versi 26 (Isna & Warto, 2013).

3.6.3 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data seluruh variabel dalam penelitian ini mengikuti pola sebaran normal. Penelitian ini menggunakan pengujian dengan metode Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria data berdistribusi normal atau sebaliknya jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah variabel terikat dan bebas suatu model regresi berdistribusi data normal. Dalam penelitian ini, metode uji one-sample Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk uji normalitas (Purnomo, 2016).

3.6.4 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas berarti variabel-variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai hubungan linier yang sempurna atau hampir sempurna (Purnomo, 2016). Uji multikolinearitas merupakan suatu keadaan dimana terdapat korelasi antara satu variabel independen dengan variabel independen lainnya. Untuk memeriksa multikolinearitas, digunakan nilai toleransi dan VIF (*variance inflatuon factor*). Hasil pengujian yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai toleransi <0,10 atau sama dengan VIF > 10, sehingga dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas.

3.6.5 Uji Heterokedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah model regresi menyertakan perbedaan variasi residu antar kasus yang diamati.Jika variasi residu antar kasus bernilai tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika residu dari data observasi tidak sama untuk setiap kasus maka disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Syarat agar suatu model regresi dapat dipenuhi adalah tidak terjadi heteroskedastisitas dan model regresi yang baik mempunyai homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan teknik uji Glejser. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan jika nilai signifikansi <0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

3.7 Pengujian Hipotesis

3.7.1 Uji Analisis Regresi Linier

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis linier berganda adalah suatu analisis yang digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan antara variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independent sebagai prediktor. Berikut adalah model persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini:

$$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + \varepsilon$$

Keterangan :

α = konstanta

Y = minat UMKM dalam menggunakan QRIS

β1X1 = tingkat kepercayaan dalam menggunakan QRIS

β2X2 = keamanan dalam menggunakan QRIS

β3X3 = tarif *merchant discount rate* dalam menggunakan QRIS

ε = Kesalahan

3.7.2 Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan bagaimana pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *R*-

squared (I Made Yuliara, 2016). Nilai Adjusted R Square berkisar antara 0 hingga 1, di mana semakin mendekati angka 1, semakin baik variabel independen dalam model regresi menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Dengan kata lain, ketika nilai Adjusted R Square mendekati 1, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen secara signifikan mampu mempengaruhi variabel dependen, sehingga model yang digunakan memiliki kemampuan prediksi yang kuat dan relevan. Sebaliknya, jika nilai Adjusted R Square mendekati 0, ini menandakan bahwa variabel independen kurang mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen.

3.7.3 Uji F (Secara Simultan)

Menurut Ghozali (dalam penelitian Kusumo & Yuyetta, 2024) uji F pada dasarnya menunjukkan apakah seluruh variabel independen dalam model mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi 0,05 (α = 5%). Syarat diterima atau ditolaknya suatu hipotesis adalah apabila nilai signifikansi F lebih besar dari 0,05 maka hipotesis tersebut ditolak (koefisien regresi tidak signifikan).Artinya seluruh variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara bersamaan. Jika nilai signifikansi F $\leq$ 0,05 maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan).

3.7.4 Uji T (Uji Hipotesis)

Menurut Ghozali (dalam penelitian Kusumo & Yuyetta, 2024) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05 (alpha = 5%). Keputusan untuk menolak atau menerima hipotesis didasarkan jika nilai signifikansi > 0,05 hipotesis ditolak (koefisien regresi dianggap tidak signifikan), yang menunjukkan bahwa variabel independen secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi < 0,05 hipotesis tidak ditolak (koefisien regresi dianggap signifikan). Ini menunjukkan bahwa variabel independen secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV

DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Gambaran umum responden dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM yang menggunakan QRIS untuk alat pembayaran usahanya dengan jumlah total mencapai 157 responden. Kuesioner ini disampaikan kepada responden sebagai instrumen untuk melakukan survey dalam penelitian ini. Adapun karakteristik responden yang dikumpulkan berdasarkan usia, jenis kelamin, jenis usaha, jangka waktu penggunaan QRIS, dan domisili usaha.

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan karakteristik usia dengan klasifikasi sebagai berikut:

Tabel 4. 1

Persentase Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
15-25	13	8,3%
26-35	46	29,3%
36-45	67	42,7%
46-55	25	15,9%
lebih dari 56th	6	3,8%
Total	157	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dijelaskan bahwa jumlah responden dengan usia paling banyak adalah pada usia 36-45 tahun yang berjumlah 67

pelaku UMKM dengan persentase mencapai 42,7%. Sedangkan jumlah responden paling banyak kedua adalah pada usia 26-35 tahun yang berjumlah 46 pelaku UMKM dengan persentase 29,3%. Diurutan ketiga responden paling banyak adalah pada usia 46-55 tahun yang berjumlah 25 pelaku UMKM dengan persentase 15,9%. Sisanya untuk responden dengan usia 15-25 tahun dan lebih dari 56 tahun hanya mendapatkan responden masing-masing sebanyak 13 pelaku UMKM atau 8,3% dan 6 pelaku UMKM atau 3,8%. Dengan demikian, responden pada penelitian ini sebagian besar berusia 36-45 tahun.

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan karakteristik jenis kelamin dengan klasifikasi sebagai berikut:

Tabel 4. 2

Persentase Usia Responden

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	58	36,9%
Perempuan	99	63,1%
Total	157	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.2 dijelaskan bahwa jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 99 orang atau 63,1%. Sedangkan jumlah responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 58 atau 36,9%.

Dengan data tersebut dapat dilihat bahwa jumlah responden terbanyak dalam penelitian ini adalah responden dengan jenis kelamin laki-laki dibandingkan dengan responden berjenis kelamin perempuan.

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Responden dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan jenis kelamin dengan klasifikasi sebagai berikut:

Tabel 4. 3

Persentase Jenis Usaha Responden

Jenis usaha	Jumlah	Persentase
Produk	132	84,1%
Jasa	25	15,9%
Total	157	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dijelaskan bahwa jumlah responden dengan jenis usaha produk berjumlah 132 orang atau 84,1%. Sedangkan jumlah responden dengan jenis usaha jasa berjumlah 25 orang atau 15,9%. Dengan data tersebut dapat dilihat bahwa jumlah responden terbanyak dalam penelitian ini adalah responden dengan jenis usaha produk dibandingkan dengan responden berjenis usaha jasa.

4.1.4 Karakterisik Responden Berdasarkan Jangka Waktu Penggunaan QRIS

Responden dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan jangka waktu penggunaan QRIS klasifikasi sebagai berikut:

Tabel 4. 4

Persentase Jangka Waktu Penggunaan QRIS

Waktu	Jumlah	Persentase
6 bulan	33	21%
6 bulan – 1 tahun	31	19,7%
1 tahun – 2 tahun	48	30,6%
lebih dari 2 tahun	45	28,7%
Total	157	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa jumlah responden dengan penggunaan jangka waktu paling banyak adalah pada jangka waktu 1 tahun sampai 2 tahun yang jumlah 48 pelaku UMKM dengan persentase 30,6%. Sedangkan jumlah responden paling banyak kedua adalah pada jangka waktu lebih dari 2 tahun yang berjumlah 45 pelaku UMKM dengan persentase 28,7%. Sisanya untuk responden pada jangka waktu 6 bulan dan 6 bulan sampai 1 tahun masing-masing mendapatkan responden sebanyak 33 pelaku UMKM atau 21% dan 31 pelaku UMKM atau 19,7%.

4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Usaha

Responden dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan domisili usaha klasifikasi sebagai berikut:

Tabel 4. 5

Persentase Domisili Usaha

Domisili Usaha	Jumlah	Persentase
Sleman	43	27,4%
Kota Yogyakarta	35	22,3%
Bantul	32	20,4%
Kulon Progo	26	16,6%
Gunungkidul	21	13,4%
Total	157	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dijelaskan bahwa jumlah responden dengan domisili usaha paling banyak berada pada sleman yang berjumlah 43 pelaku UMKM dengan persentase 27,4%. Sedangkan jumlah responden paling banyak kedua adalah pada domisili kota yogyakarta yang berjumlah 35 pelaku UMKM dengan persentase 22,3%. Diurutan ketiga, responden paling banyak berada pada domisili bantul yang berjumlah 32 pelaku UMKM dengan persentase 20,4%. Sisanya untuk responden yang berdomisili di kulon progo dan gunungkidul masing-masing mendapatkan responden sebanyak 26 pelaku UMKM atau 16,6% dan 21 pelaku UMKM atau 13,4%.

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah data survey yang digunakan dalam penelitian ini valid. Uji validitas juga dapat digunakan untuk mengukur apakah suatu kuesioner layak dijadikan instrumen pengukuran dalam penelitian. Valid atau tidaknya data dapat diketahui dengan melihat taraf signifikansi yaitu sebesar 5% dan nilai r tabel dari sampel 157 adalah sebesar 0,1318. Hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 4. 6

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson colleration	Sig	R tabel	Keterangan
Minat Penggunaan	Y	1	0,000	0,1318	Valid
	Y1	0,550	0,000	0,1318	Valid
	Y2	0,797	0,000	0,1318	Valid
	Y3	0,732	0,000	0,1318	Valid
	Y4	0,700	0,000	0,1318	Valid
Tingkat Kepercayaan	X1	1	0,000	0,1318	Valid
	X11	0,558	0,000	0,1318	Valid
	X12	0,729	0,000	0,1318	Valid
	X13	0,757	0,000	0,1318	Valid
	X14	0,666	0,000	0,1318	Valid
Keamanan	X2	1	0,000	0,1318	Valid
	X21	0,704	0,000	0,1318	Valid
	X22	0,782	0,000	0,1318	Valid
	X23	0,694	0,000	0,1318	Valid
	X24	0,679	0,000	0,1318	Valid
Social Influence	X3	1	0,000	0,1318	Valid
	X31	0,690	0,000	0,1318	Valid
	X32	0,726	0,000	0,1318	Valid
	X33	0,658	0,000	0,1318	Valid
	X34	0,664	0,000	0,1318	Valid
Tarif Merchant Discount Rate (MDR)	X4	1	0,000	0,1318	Valid
	X41	0,843	0,000	0,1318	Valid
	X42	0,849	0,000	0,1318	Valid

	X43	0,775	0,000	0,1318	Valid
	X44	0,770	0,000	0,1318	Valid

Sumber: Data Primer Dioalah 2024

Berdasarkan tabel 4.7 di atas menggambarkan hasil dari uji validitas dari setiap pertanyaan kuesioner yang diajukan kepada responden. Nilai signifikansi dari setiap variabel dikatan valid karena r hitung lebih dari nilai r tabel.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui konsisten atau tidaknya suatu kuesioner penelitian. Peneliti menilai reliabilitas dari alat ukur. Reliabilitas merupakan ukuran seberapa andal dan kredibel suatu instrumen pengukuran (Isna & Warto, 2013). Reliabilitas diukur menggunakan skor Cronbach alpha dan alat ukur dapat dikatakan reliabel apabila nilainya lebih dari 0,6 (Isna&Warto, 2013).

Tabel 4. 7

Hasil Uji Cronbach Alpha

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Y	0,643	Reliabel
X1	0,614	Reliabel
X2	0,682	Reliabel
X3	0,623	Reliabel
X4	0,825	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan hasil pada tabel 4.7 di atas menggambarkan data uji Cronbach Alpha yang dapat disimpulkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini dinilai reliabel dengan hasil nilai Cronbach Alpha yang lebih dari 0,6 yang artinya reliabel.

4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 4. 8

Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Minat penggunaan	157	3	6	4,893	0,865
Tingkat kepercayaan	157	2	6	5,058	0,785
Keamanan	157	2	6	4,972	0,849
Social influence	157	1	6	5,030	0,873
Tarif *merchant discount rate* (MDR)	157	1	6	2,324	1,097

Sumber: Data Primer Diolah 2024

4.2.3.1 Variabel Dependen

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel Y (minat penggunaan) memiliki nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 6, maka dapat diketahui dari semua responden pada penelitian ini memberikan penilaian terendah tentang minat penggunaan QRIS sebesar 3 dan nilai tertinggi sebesar 6 dengan nilai rata-rata variabel dependen Y (minat penggunaan) adalah sebesar 4,893 dan standar deviasi sebesar 0,865.

4.2.3.2 Variabel Independen

4.2.3.2.1 Tingkat Kepercayaan QRIS

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel Y (minat penggunaan) memiliki nilai minimum sebesar 2 dan nilai maksimum sebesar 6, maka dapat diketahui dari semua responden pada penelitian ini memberikan penilaian terendah tentang tingkat kepercayaan QRIS sebesar 2 dan nilai tertinggi sebesar 6 dengan nilai rata-rata variabel independen X1 (tingkat kepercayaan QRIS) adalah sebesar 5,058 dan standar deviasi sebesar 0,785.

4.2.3.2.2 Keamanan QRIS

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel Y (minat penggunaan) memiliki nilai minimum sebesar 2 dan nilai maksimum sebesar 6, maka dapat diketahui dari semua responden pada penelitian ini memberikan penilaian terendah tentang keamanan QRIS sebesar 2 dan nilai tertinggi sebesar 6 dengan nilai rata-rata variabel independen X2 (keamanan QRIS) adalah sebesar 4,972 dan standar deviasi sebesar 0,849.

4.2.3.2.3 Social Influence

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel Y (minat penggunaan) memiliki nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimum sebesar 6, maka dapat diketahui dari semua responden pada penelitian ini memberikan penilaian terendah tentang *social influence* sebesar 1 dan nilai

tertinggi sebesar 6 dengan nilai rata-rata variabel independen X3 (*social influence*) adalah sebesar 5,030 dan standar deviasi sebesar 0,873.

4.2.3.2.4 Tarif *Merchant Discount Rate* QRIS

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel Y (minat penggunaan) memiliki nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimum sebesar 6, maka dapat diketahui dari semua responden pada penelitian ini memberikan penilaian terendah tentang *social influence* sebesar 1 dan nilai tertinggi sebesar 6 dengan nilai rata-rata variabel independen X4 (tarif *merchant discount rate* QRIS) adalah sebesar 2,324 dan standar deviasi sebesar 1,097.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah populasi data mengikuti pola distribusi normal untuk seluruh variabel dalam penelitian ini. Metode pengujian ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria data berdistribusi normal atau sebaliknya jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Berikut hasil uji normalitas penelitian ini:

Tabel 4. 9

Hasil Uji Normalitas

	KS-Z Sig. (p)	Kaidah Normalitas	Keterangan
Residual	0,064	p>0,05	Normal

Sumber: Data Primer tahun 2024

Berdasarkan penjelasan dari hasil uji normalitas pada tabel 4.9 dapat diartikan bahwa variabel memiliki probabilitas sebesar 0,064 yang mana menurut kaidah normalitas, nilai 0,064 > 0,05 sehingga data residual pada penelitian ini terdistribusi normal.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara suatu variabel independen dengan variabel independen lainnya dan digunakan untuk menguji seberapa mirip dua variabel. Uji ini untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel independen. Jika nilai toleransinya lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF *(Variance Inflation Factor)* kurang dari 10 berkesimpulan tidak terjadi gejala multikolinearitas. Berikut ini hasil uji multikolinearitas:

Tabel 4. 10

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	**VIF**	
Tingkat Kepercayaan	0,724	1,380	Non multikolinearitas
Keamanan	0,845	1,184	Non multikolinearitas
Social Influence	0,807	1,239	Non multikolinearitas
Tarif *Merchant Discount Rate* (MDR)	0,916	1,092	Non multikolinearitas

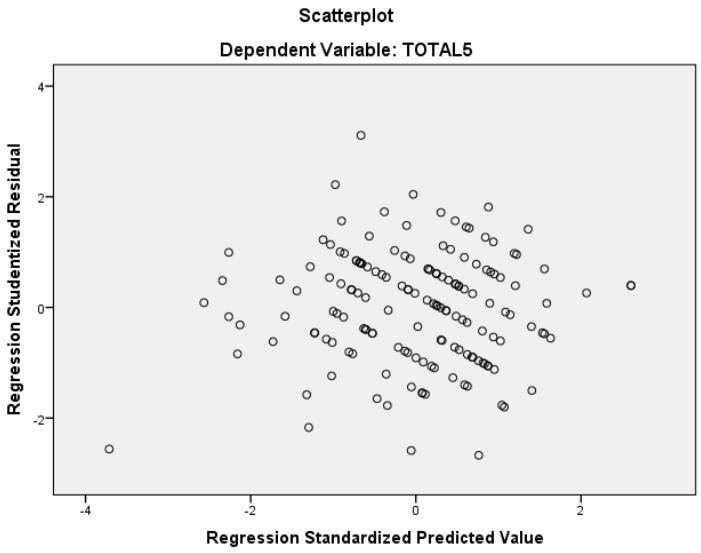
Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan hasil tabel 4.10 di atas terdapat tingkat tolerance dan VIF dari variabel tingkat kepercayaan sebesar 0,724 dan 1,380. Pada variabel keamanan tingkat tolerance dan VIF yang didapat sebesar 0,845 dan 1,184. Pada variabel social influence tingkat tolerance dan VIF yang diperoleh sebesar 0,807 dan 1,239. Selanjurnya, pada variabel tarif merchant discount rate (MDR) tingkat tolerance dan VIF yang didapat sebesar 0,916 dan 1,092. Dapat disimpulkan bahwa Persamaan model regresi tidak mengandung tanda-tanda multikolinearitas dan dapat diartikan tidak terdapat korelasi antar variabel independen.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 11

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer Diolah 2024

Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan melalui analisis scatterplot, seperti yang terlihat pada gambar sebelumnya. Uji ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah ada keseragaman atau variasi yang tidak seragam antara observasi dalam model model regresi. Berdasarkan hasil pada gambar tabel 4.11 titik-titik tersebar terlihat tersebar secara acak dan merata di sekitar sumbu Y pada nilai 0. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dianalisis tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

4.4 Uji Hipotesis

4.4.1 Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan Adjusted R Square, yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel independen secara keseluruhan mempengaruhi variabel dependen. Nilai Adjusted R Square berkisar antara 0 hingga 1, yang menunjukkan seberapa baik variabel-variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen dalam model regresi. Jika nilai Adjusted R Square mendekati 1, maka variabel independen dapat dianggap memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil dari uji koefisien determinasi:

Tabel 4. 12

Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,641[a]	,411	,395	1,760

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.12 hasil koefisien determinasi yang didapat dari *Adjusted R Square* sebesar 0,395. Angka tersebut dapat diartikan bahwa dari setiap variabel independen yaitu X, X2, X3, X4 (tingkat kepercayaan,

keamanan, social influence, tarif MDR) dapat dijelaskan terhadap variable Y (minat penggunaan) sebesar 39,5% sedangkan sisanya dapat dijelaskan oleh variable lain diluar model regresi sebesar 60,5%.

4.4.2 Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk menilai *goodness of fit* dalam suatu penelitian. Apabila nilai F hitung lebih besar dari F tabel, dan signifikansi kurang dari 0,05, maka model yang digunakan dapat dianggap layak. Berikut merupakan hasil uji F yang dilakukan pada penelitian ini:

Tabel 4. 13

Hasil Uji Statistik F (ANOVA)

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	327,800	4	81,950	26,469	,000[b]
	Residual	470,608	152	3,096		
	Total	798,408	156			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dijelaskan bahwa Anova nilai F hitung lebih besar dari F tabel. Ditunjukkan pada tabel nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti p<0,05. Dengan begitu, dapat disimpulkan terdapat pengaruh antara variabel independen yaitu X1, X2, X3, X4 (tingkat kepercayaan, keamanan, *social influence*, tarif MDR) terhadap variabel dependen Y (minat penggunaan).

4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menentukan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atau terikat. Hasil pengujian ini dapat dijadikan dasar untuk menarik kesimpulan, menjawab beberapa permasalahan, serta menguji hipotesis yang diajukan. Berikut adalah tabel analisis linear berganda pada penelitian ini:

Tabel 4. 14

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	***Unstandardized Coefficient***		***Sig***
	B	***Std.Error***	
(constant)	3,320	1,663	0,048
Tingkat kepercayaan (X1)	0,194	0,079	0,015
Keamanan (X2)	0,186	0,064	0,005
Social Influence (X3)	0,406	0,067	0,000
Tarif Merchant Discount Rate (MDR) (X4)	0,048	0,042	0,251

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.13 di atas dapat dihasilkan persamaan dari analisis linear berganda sebagai berikut:

$Y = \alpha + \beta1X1 + \beta2X2 + \beta3X3 + \beta4X4 + \varepsilon$

$Y = 3{,}320 + 0{,}194\ X1 + 0{,}186\ X2 + 0{,}406\ X3 + 0{,}048\ X4 + \varepsilon$

Keterangan:

Y= minat penggunaan QRIS

β1X1= tingkat kepercayaan QRIS

β2X2= keamanan QRIS

β3X3= Social Influence QRIS

β4X4= Tarif Merchant Discount Rate (MDR) QRIS

Ɛ= kesalahan

Berdasarkan tabel 4.14 hasil analisis regresi linear berganda, diketahui bahwa koefisien variabel independen X1, X2, X3, dan X4 (tingkat kepercayaan, keamanan, *social influence*, tarif MDR) menunjukkan nilai positif. Artinya jika variabel independen meningkat, maka hal ini akan berdampak pada kenaikan variabel dependen (minat penggunaan) sebesar 3,320.

Berdasarkan tabel 4.14 hasil analisis regresi linear berganda, diketahui bahwa koefisien variabel independen X1 (tingkat kepercayaan) menunjukkan nilai positif 0,194. Artinya variabel independen (tingkat kepercayaan) berpengaruf positif terhadap variabel Y (minat penggunaan). Nilai koefisien dapat mengartikan bahwa setiap kenaikan variabel independen X1 (tingkat kepercayaan) sebesar 1, maka minat penggunaan akan terjadi kenaikan sebesar 0,194 dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

Berdasarkan tabel 4.14 hasil analisis regresi linear berganda, diketahui bahwa koefisien variabel independen X2 (keamanan) menunjukkan nilai positif 0,186. Artinya variabel independen (keamanan) berpengaruf positif terhadap variabel Y (minat penggunaan). Nilai koefisien dapat mengartikan bahwa setiap kenaikan variabel independen X2

(keamanan) sebesar 1, maka minat penggunaan akan terjadi kenaikan sebesar 0,186 dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

Berdasarkan tabel 4.14 hasil analisis regresi linear berganda, diketahui bahwa koefisien variabel independen X3 *(social influence)* menunjukkan nilai positif 0,406. Artinya variabel independen *(social influence)* berpengaruf positif terhadap variabel Y (minat penggunaan). Nilai koefisien dapat mengartikan bahwa setiap kenaikan variabel independen X3 *(social influence)* sebesar 1, maka minat penggunaan akan terjadi kenaikan sebesar 0,406 dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

Berdasarkan tabel 4.14 hasil analisis regresi linear berganda, diketahui bahwa koefisien variabel independen X4 (tarif MDR) menunjukkan nilai positif 0,048. Artinya variabel independen (tarif MDR) berpengaruf positif terhadap variabel Y (minat penggunaan). Nilai koefisien dapat mengartikan bahwa setiap kenaikan variabel independen X4 (tarif MDR) sebesar 1, maka minat penggunaan akan terjadi kenaikan sebesar 0,048 dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

4.4.4 Uji Signifikansi Individual (Uji T)

Uji t atau uji signifikansi individual digunakan dalam penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi jika variabel memiliki nilai konstan dengan sig kurang dari 0,05 atau 5%, maka variabel

independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut merupakan tabel hasil uji T:

Tabel 4. 15

Hasil Uji T (Signifkansi Individual)

Hipotesis	B	t	sig	Keterangan
Tingkat kepercayaan menggunkaan QRIS (H1)	0,181	2,470	0,015	Diterima
Keamanan menggunakan QRIS (H2)	0,196	2,893	0,004	Diterima
Social influence (H3)	0,421	6,077	0,000	Diterima
Tarif *merchant discount rate* QRIS (H4)	0,075	1,152	0,251	Ditolak

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh Tingkat Kepercayaan terhadap Minat UMKM dalam Menggunakan QRIS

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat UMKM menggunakan QRIS. Pernyataan tersebut didukung berdasarkan hasil tabel 4.15 yang menunjukkan tingkat kepercayaan bernilai < 0,05 yaitu 0,015. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.

Berdasarkan hasil dari uji tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dimiliki oleh pelaku UMKM, maka semakin tinggi pula minat UMKM tersebut untuk menggunakan QRIS.

Sejalan dengan teori TAM yang menyatakan bahwa Kepercayaan yang tinggi terhadap teknologi tidak akan menghambat proses mendukung kemajuan teknologi yang ada. Artinya masyarakat yang percaya terhadap QRIS akan secara langsung menerima kehadiran teknologi baru.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tasya et al. (2023) dalam studi yang berjudul "Pengaruh Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital UMKM Halal Kota Medan". Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS dengan nilai taraf signifikansinya sebesar (0,000 < 0,05).

4.5.2 Pengaruh Keamanan terhadap Minat UMKM dalam Menggunakan QRIS

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat UMKM menggunakan QRIS. Pernyataan tersebut didukung berdasarkan hasil tabel 4.15 yang menunjukkan keamanan bernilai < 0,05 yaitu 0,004. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.

Berdasarkan hasil dari uji tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan QRIS, maka semakin tinggi pula tingkat minat pelaku UMKM untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran. Menurutt teori TAM mengenai penerimaan risiko yang terjadi jika

menggunakan teknologi. Risiko akan muncul jika seseorang telah menggunakan teknologi tersebut. Risiko dalam hal ini berkaitan dengan keamanan data. Dimana seseorang yang merasa bahwa data nya aman jika menggunakan teknologi QRIS akan semakin menerima keberadaan teknologi tersebut dan menggunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tasya et al (2023) dalam studi yang berjudul "Pengaruh Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital UMKM Halal Kota Medan". Penelitian tersebut menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS dengan nilai taraf signifikansinya sebesar (0,000 < 0,05).

4.5.3 Pengaruh *Social Influence* terhadap Minat UMKM dalam Menggunakan QRIS

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh positif signifikan terhadap minat UMKM menggunakan QRIS. Pernyataan tersebut didukung berdasarkan hasil tabel 4.15 yang menunjukkan tingkat *social influence* bernilai < 0,05 yaitu 0,000. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima.

Berdasarkan hasil dari uji tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *social influence* untuk menggunakan QRIS, maka semakin tinggi pula tingkat minat pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS sebagai

alat pembayaran. Menurut teori UTAUT *Social influence* adalah sejauh mana seseorang mempengaruhi pihak lain untuk menggunakan teknologi tersebut, Menurut Venkatesh & Davis, (2000) "Semakin besar pengaruh yang diberikan oleh lingkungan terhadap calon pengguna teknologi informasi dalam mengadopsi teknologi baru, semakin tinggi pula minat yang muncul dari individu tersebut untuk menggunakan teknologi tersebut. Hal ini disebabkan oleh kuatnya dorongan atau tekanan dari lingkungan sekitarnya yang mempengaruhi keputusan mereka".

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiantari et al., (2024) dalam studi yang berjudul "Pengaruh Financial Literacy, Lifestyle, dan Social Influence Terhadap Minat Penggunaan QRIS pada Generasi X di Kota Denpasar". Penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat social influence berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS dengan nilai taraf signifikansinya sebesar (0,007 < 0,05).

4.5.4 Pengaruh Tarif *Merchant Discount Rate* terhadap Minat UMKM dalam Menggunakan QRIS

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tarif *merchant discount rate* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat UMKM dalam menggunakan QRIS. Pernyataan tersebut didukung berdasarkan tabel 4.15 yang menunjukkan tingkat tarif merchant discount rate bernilai > 0,05 yaitu 0,251. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat dalam penelitian ini ditolak.

Berdasarkan hasil dari uji tersebut menunjukkan bahwa tarif merchant discount rate tidak memiliki pengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakan QRIS. Tarif *merchant discount rate* tidak menjadi faktor penentu untuk UMKM menggunakan sistem pembayaran QRIS, sebab ada beban biaya yang harus dikeluarkan oleh *merchant* terhadap penyedia layanan QRIS. Faktor-faktor lain mungkin lebih berperan dalam menentukan minat UMKM untuk mengadopsi sistem pembayaran QRIS seperti, tingkat kepercayaan, kemanan, dan *social influence.*

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hikami et al., (2021) dalam studi yang berujudul "Pengaruh Merchant Discount Rate dan Biaya Internet Terhadap Minat Usaha Mikro Kecil Menengah Dalam Menggunakan E-Money". Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tarif *merchant discount rate* tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan teknologi *e-money.*

Implikasi dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *merchant* UMKM merasa tidak puas dengan adanya tarif *merchant discount rate* (MDR) yang dibebankan oleh penyedia layanan QRIS. Hal tersebut menyebabkan pendapatan harian merchant UMKM berkurang sehingga para merchant merasa terbebani. Maka dari itu, tarif MDR tidak mempengaruhi *merchant* UMKM untuk menggunakan sistem pembayaran QRIS. Cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat UMKM dalam menggunakan sistem pembayaran QRIS bisa dilakukan dengan cara

menghapus atau mengurangi biaya tarif *merchant discount rate* yang dibebankan kepada UMKM.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel tingkat kepercayaan, keamanan, social influence, dan tarif merchant discount rate (MDR) terhadap minat penggunaan sistem pembayaran QRIS pada UMKM di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan responden UMKM yang berada di Yogyakarta dengan jumlah 157 yang sudah menggunakan sistem pembayaran QRIS. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS
2. Keamanan berpengatuh positif terhadap minat penggunaan QRIS
3. Social influence berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS
4. Tarif merchant discount rate tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatan yang ditemukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sampel dalam penelitian terlalu luas untuk dijangkau karena sampel yang digunakan meliputi seluruh wilayah dalam provinsi Yogyakarta, yang seharusnya bisa lebih dibuat spesifik.

2. Penggunaan metode pengumpulan data melalui kuesioner memiliki kelemahan, yaitu adanya kemungkinan responden tidak menjawab kuesioner dengan serius, sehingga hasil yang diperoleh mungkin tidak mencerminkan kondisi yang sebenarnya dalam penelitian ini.
3. Dalam penelitian ini hanya menggunakan empat variabel independen yaitu, tingkat kepercayaan, keamanan, social influence, dan tarif merchant discount rate

5.3 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan dalam penelitian ini, adapun peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Sampel dalam penelitian dibuat lebih spesifik untuk mendapatkan hasil yang lebih detail dalam hal jangkauan wilayah
2. Menggunakan dua metode yaitu penyebaran kuesioner dan wawancara secara langsung agar mendapatkan hasil yang lebih akurat
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel independen diluar daripada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadi. (2009). *Psikologi umum*. Rineka Cipta.

Akbar, M., & Parvez, N. (2009). Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customers Loyalty. *ABAC Journal*, *29*(No. 1), 24–38.

Amrita, N. D. A., & Yasa, I. M. P. (2022). Minat Masyarakat Desa Menjadi Anggota Koperasi: Peran Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Economina*, *1*(3), 588–595. https://doi.org/10.55681/economina.v1i3.145

Anasti, R. N. (2021). ANALISIS PERSEPSI PEDAGANG PADA PENGGUNAAN QRIS SEBAGAI ALAT TRANSAKSI UMKM DI KOTA MEDAN. *Jurnal Ekonomi*, 6.

Andreas, C. (2012). UTAUT and UTAUT 2: A Review and Agenda for Future Research. *The Winners*, *13*(2), 106–114.

Aprilian, M. (2023). PENGARUH TINGKAT SOCIAL INFLUENCE TERHADAP PERSEPSI SISWA PADA PENGGUNAAN LAYANAN MOBILE PAYMENT (Survei Terhadap Siswa Kelas XI IPS di SMAN 1 Parigi). *Institutional Repositories & Scientific Journals*, 2023.

Bahrudin, M., & Siti Zuhro. (2015). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, *Vol 3*(1). https://doi.org/10.37012/jtik.v4i1.284

Bank Indonesia. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm)*. Bank Indonesia Dan LPPI.

Bank Indonesia. (2020). *QR Code Indonesian Standard (QRIS)*.

Chairunnisa, S. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Bertransaksi Menggunakan Layanan Pembayaran Digital QRIS (Studi Kasus pada GenBI Komisariat Universitas Medan Area)*. 1–74. https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/19721/1/188320131 - Silvira Chairunnisa - Fulltext.pdf

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, *Vol 13 No*(3), 319–339. https://doi.org/10.2307/249008

Desvronita. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Menggunakan Technology Acceptance Model. *Jurnal Akmenika*, *18*(2), 1–8.

Dewi, O., Wardani, K., & Fahlefi, A. R. (2022). Pengarh Persepsi Keamanan terhadap Loyalitas Pengguna E-Banking dengan Kepercayaan (Trust) Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah E-Banking BANK BNI). *JPDSH Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, *1*(8), 1665–1672. https://bajangjournal.com/index.php/JPDSH

Fishbein, M. A., & Ajzen, I. (1975). I.(1975). Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research. *Reading, Addison-Wesley*, *27 No 1*(May 1975), 56–60.

Ghozali, I. (2011). Application of Multivariate Analysis with SPSS 20 Program, Publisher. In *Universitas Diponegoro Semarang*.

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, *31*(1), 2–24. https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203

Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus) (User Acceptance of E-Wallet Using UTAUT 2-A Case Study). *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi*, *9*(3), 240–241.

Hikami, A., Pratista, M. V., Equatrin, R., & Firmansyah, R. (2021). *Pengaruh Merchant Discount Rate dan Biaya Internet Terhadap Minat Usaha Mikro Kecil Menengah Dalam Menggunakan E-Money*. *Vol 1*(No 8).

I Made Yuliara, I. (2016). Modul Regresi Linier Berganda. In *Universitas Udayana* (p. 18).

Isna, A., & Warto. (2013). *Analisis Data Kuantitatif dengan IBM SPSS Statistics 20* (pp. 130, 352, 56, 365).

Kusumo, I. J., & Yuyetta, E. N. A. (2024). Pengaruh Independensi, Kompetensi Dan Tekanan Waktu Terhadap Kualitas Audit. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *3*(2), 34–44. https://doi.org/10.58192/profit.v3i2.1978

Magdalena Krinaswati. (2024). *BI Jelaskan Biaya 0,3 Persen dalam Transaksi QRIS*. Rri.Co.Id. https://www.rri.co.id/keuangan/666811/bi-jelaskan-biaya-0-3-persen-dalam-transaksi-qris

Magfira, R. F. (2024). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, MANFAAT, KEAMANAN, PERILAKU PENGGUNAAN DAN SOCIAL INFLUENCE TERHADAP MINAT PENGGUNAAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS) SEBAGAI MEDIA PEMBAYARAN YANG DILAKUKAN GEN Y & GEN Z DI PROVINSI DI. YOGYAKARTA. *Journal Accounting*, *15*(1).

Mahande, R. D., & Jasruddin. (2020). UTAUT Model: Suatu Pendekatan Evaluasi

Penerimaan E-Learning pada Program Pascasarjana. *Jurnal Iqtisaduna*, *1*(1), 1. https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v1i1.15807

Nugroho, G. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Keamanan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Online Shop Lazada*. *12*(2004), 6–25.

Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2016). Marketing Management. In *Journal of Marketing* (Vol. 37, Issue 1). Pearson Education Limited. https://doi.org/10.2307/1250781

Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS* (Puput Cahya Ambarwati (ed.)). CV. WADE GROUP bekerjasama dengan UNMUH Ponorogo Press.

Raharjo, D. H., & Riyadi, S. (2022). Bank Indonesia bersama Perbankan Syariah Membantu Digitalisasi UMKM Dengan Manfaatkan Teknologi Quick Response Code Indonesia Standard QRIS. *KRESNA: Jurnal Riset Dan Pengabdian Masyarakat*, *3*(1), 59–66. https://doi.org/10.36080/jk.v2i2.46

Salsabilla, S. P., Magdalena, F. M., & Firmansyah, A. (2024). *Apakah Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Dipengaruhi Oleh Pengetahuan Atas QRIS dan Kesadaran Menggunakan QRIS? 4*(2), 144–157.

Setyorini, A., & Meiranto, W. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DAERAH (SIMDA) DENGAN MENGGUNAKAN MODEL UTAUT 2 (Studi Empiris pada Pengguna Sistem informasi Manajemen Daerah (SIMDA) di Kota Salatiga). *Diponegoro Journal of Accounting*, *10*(1), 1–15. http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta R&D*.

Tasya, N. I., Sebayang, B., & Rahmawati. (2023). Pengaruh Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital UMKM Halal Kota Medan. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, *Volume 6*(2), 491–502.

Tumbel, Z., Wenas, R. S., & Lintong, D. C. A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Internet Banking Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening pada BRI Unit Tomohon Selatan. *Jurnal EMBA*, *10*(4), 40–49.

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, *46*(2), 186–204. https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, *27*(3), 425–478. https://doi.org/10.2307/30036540

Venkatesh, V., Thong, J. y. ., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology by Viswanath Venkatesh, James Y.L. Thong, Xin Xu :: SSRN. *MIS Quarterly*, *36*(1), 157–165. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2002388

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2016). Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, *17*(5), 328–376. https://doi.org/10.17705/1jais.00428

Widiantari, K. S., Social, D., Terhadap, I., Penggunaan, M., Pada, Q., Di, G. X., Denpasar, K., Widiantari, K. S., Nasional, U. P., Putu, N., Arimasrani, D., Pramesti, P., & Nasional, U. P. (2024). *PENGARUH FINANCIAL LITERACY , LIFESTYLE , DAN SO- CIAL INFLUENCE TERHADAP MINAT PENGGUNAAN QRIS*. *8*(2).

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

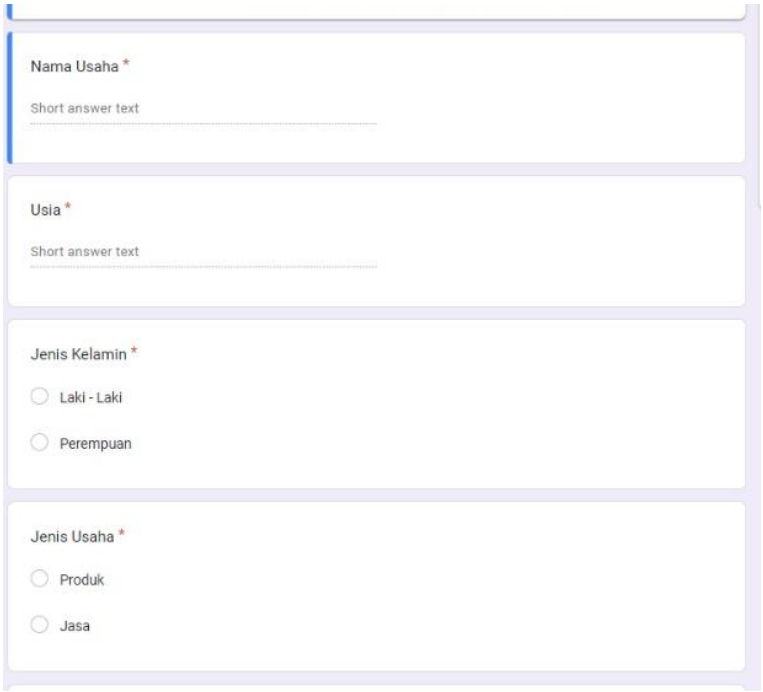
A. Informed Consent

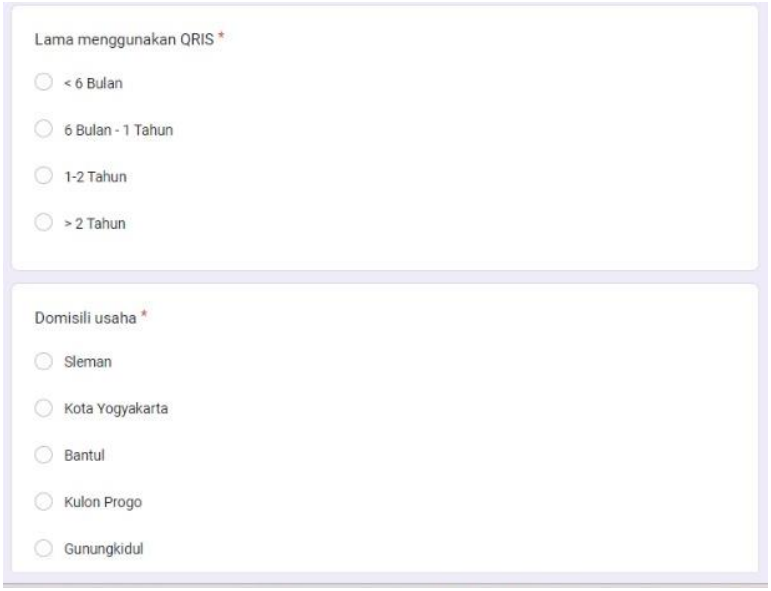
Assalamualaikum Wr. Wb,

Perkenalkan, saya Rahman Harysaid, mahasiswa S-1 Akuntansi, Universitas Islam Indonesia yang saat ini sedang melaksanakan penelitian guna memenuhi Tugas Akhir skripsi dengan judul "**Analisis Faktor-Faktor yang Mepengaruhi Minat UMKM di Yogyakarta Dalam Menggunakan QRIS Sebagai Alat Transaksi Pembayaran**". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap minat penggunaan QRIS bagi UMKM yang ada di Yogyakarta. Berkaitan dengan hal ini, saya memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner ini. Semua data informasi dari penelitian ini akan digunakan untuk kepentingan penelitian serta akan dijaga kerahasiaannya.

Penelitian ini ditujukan kepada UMKM yang telah menggunakan QRIS sebagai alat transaksi, jika ada hal-hal yang ingin ditanyakan terkait penelitian ini, anda bisa menghubungi: Rahman 081213192347 atau 20312561@student.uii.ac.id. Atas bantuan dan ketersediaannya saya ucapkan terima kasih.

B. Data Responden





C. Petunjuk Pengisian

Dalam setiap pernyataan Bapak/Ibu/Saudara/i cukup untuk memberikan satu jawaban yang sesuai. Silahkan gunakan skala di bawah ini dengan memberikan angka antara 1 dan 6 di tempat yang sudah disediakan.

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Kurang Setuju

4 = Cukup Setuju

5 = Setuju

6 = Sangat Setuju

Tingkat Kepercayaan

No.	Pertanyaan aitem	1	2	3	4	5	6
1.	Saya akan menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran dalam jangka panjang						
2.	Saya merasa QRIS paling diminati masyarakat sebagai alat pembayaran						
3.	Saya merasa penggunaan QRIS terpercaya dan sederhana						
4.	Saya merasa penggunaan QRIS memberikan perlindungan terhadap saldo						

Keamanan

No.	Pertanyaan aitem	1	2	3	4	5	6
1.	Saya merasa penggunaan QRIS menjamin kerahasiaan data						

	pengguna dan keamanan transaksi						
2.	Saya merasa penggunaan QRIS dilengkapi dengan sistem keamanan yang baik						
3.	Saya merasa tarnsaksi melalui QRIS lebih terjamin keamanan nya						
4.	Saya merasa keamanan QRIS terjamin dengan adanya verifikasi pin setiap bertransaksi						

Social Influence

No.	Pertanyaan aitem	1	2	3	4	5	6
1.	Orang-orang di lingkungan sekitar mempengaruhi saya untuk menggunakan QRIS						
2.	Saya menggunakan QRIS atas saran orang-orang						
3.	Saya menggunakan QRIS karena mmengikuti tren saat ini						
4.	Saya menggunakan QRIS karena orang-orang saat ini banyak yang menggunakan						

Tarif *Merchant Discount Rate* (MDR)

No.	Pertanyaan aitem	1	2	3	4	5	6
1.	Saya merasa biaya potongan admin QRIS masuk akal						
2.	Saya merasa biaya potongan admin QRIS sudah sesuai dengan layanan yang ditawarkan						
3.	Saya bersedia untuk membayar biaya potongan admin QRIS yang telah ditetapkan						
4.	Saya merasa tidak keberatan dengan adanya biaya potongan admin QRIS						

Minat Penggunaan

No.	Pertanyaan aitem	1	2	3	4	5	6
1.	Saya menggunakan QRIS untuk pembayaran transaksi usaha pribadi						
2.	Saya berminat untuk terus menggunakan QRIS dalam kegiatan transaksi di masa yang akan datang						
3.	Saya merasa puas dalam menggunakan QRIS karena memberikan kemudahan dalam kegiatan transaksi						
4.	Saya akan menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan QRIS						

LAMPIRAN 2

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Persentase
15-25	13	8,3%
26-35	46	29,3%
36-45	67	42,7%
46-55	25	15,9%
lebih dari 56th	6	3,8%
Total	157	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	58	36,9%
Perempuan	99	63,1%
Total	157	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Jenis usaha	Jumlah	Persentase
Produk	132	84,1%
Jasa	25	15,9%
Total	157	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Karakterisik Responden Berdasarkan Jangka Waktu Penggunaan QRIS

Waktu	Jumlah	Persentase
6 bulan	33	21%
6 bulan – 1 tahun	31	19,7%
1 tahun – 2 tahun	48	30,6%
lebih dari 2 tahun	45	28,7%
Total	157	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Usaha

Domisili Usaha	Jumlah	Persentase
Sleman	43	27,4%
Kota Yogyakarta	35	22,3%
Bantul	32	20,4%
Kulon Progo	26	16,6%
Gunungkidul	21	13,4%
Total	157	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

LAMPIRAN 3

DATA HASIL JAWABAN RESPONDEN

Tingkat Kepercayaan

A1	A2	A3	A4	Total
4	4	4	3	15
5	6	4	5	20
5	4	5	5	19
5	4	5	4	18
5	5	4	5	19
5	6	4	6	21
6	6	6	5	23
6	5	5	5	21
6	6	6	6	24
4	6	3	4	17
4	4	5	6	19
4	5	5	4	18
5	4	5	5	19
4	4	5	4	17
6	5	5	5	21
5	5	6	6	22
6	6	5	6	23
5	6	5	4	20
5	5	6	5	21
5	4	5	5	19
6	6	5	6	23
5	4	6	6	21
5	5	6	6	22
5	5	5	5	20
5	6	5	6	22
5	6	6	6	23
5	6	6	6	23
4	5	5	4	18
5	5	6	6	22
5	6	5	5	21
5	5	5	5	20
5	5	6	6	22

4	5	5	6	20
5	5	4	6	20
6	6	6	5	23
4	5	5	5	19
5	5	5	6	21
6	6	5	5	22
5	5	5	5	20
6	6	6	5	23
5	5	4	5	19
5	6	6	6	23
5	6	6	6	23
6	6	5	6	23
6	6	5	5	22
5	5	6	6	22
6	5	5	6	22
5	6	6	5	22
6	6	5	6	23
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	6	5	21
5	5	5	4	19
5	6	6	6	23
5	5	6	5	21
6	6	5	5	22
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	6	6	6	23
5	5	5	5	20
5	5	6	6	22
6	4	4	5	19
5	5	6	6	22
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	6	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	6	5	6	22
5	6	6	5	22
6	5	5	5	21
5	4	4	4	17
5	5	4	6	20
5	5	6	6	22
5	5	4	4	18
5	4	5	4	18

5	5	5	4	19
5	5	6	6	22
5	4	6	4	19
6	5	4	4	19
6	6	6	4	22
5	6	5	5	21
4	3	5	4	16
5	5	5	5	20
6	6	6	4	22
5	5	5	4	19
5	6	6	6	23
4	3	3	4	14
6	6	6	6	24
5	5	5	5	20
5	6	6	6	23
6	6	6	6	24
6	5	4	6	21
6	6	6	5	23
5	5	5	5	20
6	5	6	6	23
6	6	4	4	20
6	6	6	4	22
6	4	4	4	18
6	4	4	4	18
4	6	4	4	18
6	6	6	4	22
6	6	6	6	24
6	6	6	6	24
6	6	4	4	20
6	5	4	4	19
6	5	4	4	19
6	5	5	6	22
5	5	3	4	17
4	6	4	5	19
4	5	4	4	17
6	5	4	4	19
6	6	4	5	21
4	5	4	4	17
6	5	4	5	20
6	5	4	4	19
5	6	4	5	20
6	5	4	5	20
5	6	5	5	21
6	6	5	4	21

5	6	4	5	20
6	6	6	5	23
6	5	4	4	19
6	4	4	4	18
4	4	4	4	16
6	5	5	5	21
6	5	4	5	20
5	4	4	5	18
6	5	5	6	22
6	6	4	4	20
6	5	5	4	20
5	4	5	5	19
6	5	4	4	19
6	4	4	5	19
5	4	4	4	17
4	4	3	5	16
6	5	6	4	21
6	4	4	6	20
6	6	6	5	23
6	5	6	4	21
6	6	5	4	21
6	5	6	5	22
6	5	4	4	19
6	6	5	5	22
6	5	5	6	22
5	4	4	5	18
4	4	4	5	17
5	4	4	4	17
6	4	4	5	19
6	5	4	6	21
5	4	5	6	20
5	4	4	5	18
5	5	4	6	20
5	4	4	4	17
6	6	6	5	23
4	5	4	4	17
5	4	4	5	18

Keamanan

B1	B2	B3	B4	Total
3	5	5	4	17
4	4	5	6	19
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16
3	3	4	4	14
5	4	4	5	18
6	6	5	5	22
5	5	5	5	20
5	5	6	6	22
3	5	5	5	18
4	4	5	4	17
5	4	5	6	20
5	6	6	4	21
4	4	4	3	15
4	6	6	6	22
6	6	5	4	21
4	5	6	6	21
6	6	5	5	22
5	6	6	5	22
5	5	5	4	19
5	5	6	5	21
5	6	5	6	22
6	6	5	5	22
6	4	5	5	20
5	6	6	6	23
5	5	5	4	19
5	4	5	6	20
5	4	5	5	19
4	5	6	6	21
4	4	5	5	18
6	6	6	6	24
4	5	4	6	19
5	5	6	6	22
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	4	4	18
5	6	6	6	23

4	5	5	6	20
6	6	6	6	24
5	5	4	5	19
4	4	5	6	19
5	4	5	5	19
6	6	5	6	23
4	5	5	5	19
5	6	6	5	22
6	6	5	6	23
5	6	6	6	23
5	5	5	5	20
6	6	6	5	23
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
5	5	6	6	22
4	4	5	6	19
5	4	6	5	20
6	6	5	5	22
6	6	5	5	22
3	2	3	2	10
5	5	5	5	20
5	5	6	6	22
5	5	5	5	20
5	6	6	6	23
4	5	4	6	19
5	5	6	6	22
4	4	4	4	16
6	5	4	6	21
6	6	5	6	23
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
6	5	4	5	20
5	5	6	4	20
4	5	5	6	20
4	4	4	4	16
5	5	6	6	22
4	5	5	6	20
5	4	4	5	18
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
4	6	6	4	20
5	6	4	5	20
5	6	4	6	21
4	5	4	5	18

4	4	5	5	18
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
6	6	4	6	22
4	5	4	3	16
6	5	4	6	21
4	4	4	4	16
6	6	6	6	24
4	4	4	4	16
4	5	4	6	19
6	6	6	6	24
5	4	6	6	21
4	6	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
6	4	6	4	20
5	6	4	6	21
6	6	6	4	22
6	6	6	6	24
4	4	4	6	18
4	4	4	5	17
6	6	6	6	24
5	5	5	5	20
6	4	4	6	20
5	4	4	4	17
6	4	5	6	21
5	6	5	6	22
4	4	5	6	19
4	4	4	6	18
5	4	4	6	19
5	5	4	6	20
5	5	5	6	21
5	5	4	6	20
6	5	4	6	21
6	6	5	6	23
6	4	4	5	19
5	5	5	6	21
4	5	4	6	19
6	5	5	6	22
6	4	4	5	19
5	4	4	6	19
4	4	4	6	18
4	4	5	5	18
5	5	5	6	21

6	5	4	6	21
6	4	4	6	20
6	4	4	5	19
6	6	5	6	23
5	4	4	6	19
4	4	4	5	17
5	6	4	6	21
6	5	6	6	23
6	5	5	5	21
6	4	5	5	20
5	5	4	6	20
6	4	4	4	18
5	6	5	6	22
6	5	6	6	23
6	6	4	5	21
6	4	4	6	20
6	4	5	5	20
4	4	4	6	18
4	5	4	4	17
5	5	4	5	19
5	6	4	5	20
6	6	5	6	23
6	6	5	5	22
5	6	5	6	22
6	5	4	6	21
4	4	3	5	16
6	6	5	6	23
6	4	4	5	19
4	4	4	5	17
5	6	5	5	21
4	5	5	6	20
5	4	5	6	20

Social Influence

C1	C2	C3	C4	Total
5	5	5	4	19
6	5	5	6	22
5	5	5	6	21
5	4	5	6	20
6	5	4	5	20
6	6	5	5	22
6	5	6	6	23
6	6	6	6	24

6	6	5	6	23
5	5	4	6	20
6	5	6	5	22
5	5	4	6	20
5	5	4	6	20
3	4	4	4	15
5	5	5	6	21
6	6	5	6	23
5	4	5	5	19
5	6	5	5	21
6	6	6	5	23
4	4	5	5	18
6	6	6	6	24
5	4	5	6	20
4	4	5	6	19
5	6	6	6	23
6	5	5	5	21
4	4	5	5	18
5	5	5	6	21
6	5	6	6	23
5	6	6	5	22
6	6	5	6	23
5	5	5	5	20
6	6	6	5	23
6	5	5	6	22
5	6	6	6	23
5	5	4	6	20
6	5	5	4	20
5	4	5	6	20
5	5	5	6	21
5	4	5	6	20
6	5	5	6	22
6	6	5	5	22
5	5	5	5	20
6	6	6	5	23
6	6	5	6	23
5	6	6	6	23
6	6	6	5	23
5	5	5	5	20
6	6	5	5	22
5	4	5	6	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	6	20

5	5	6	6	22
5	5	6	5	21
5	5	6	6	22
5	5	6	6	22
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
6	6	5	5	22
5	5	5	5	20
6	4	5	6	21
5	6	5	4	20
6	6	6	6	24
5	5	5	5	20
5	6	6	6	23
5	6	5	6	22
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
6	4	6	5	21
5	5	6	5	21
5	6	6	5	22
2	2	3	3	10
6	5	5	4	20
5	6	5	5	21
6	5	4	5	20
5	5	5	5	20
5	5	3	3	16
6	6	6	6	24
6	5	6	6	23
6	5	4	6	21
6	5	4	6	21
4	3	3	5	15
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
4	6	6	6	22
5	4	5	3	17
6	5	4	5	20
4	4	4	4	16
6	6	6	6	24
4	4	4	4	16
6	5	5	6	22
6	6	6	6	24
5	6	4	6	21
6	6	5	4	21
5	5	5	5	20
5	4	6	5	20

4	6	4	4	18
4	4	5	6	19
4	4	6	4	18
4	4	4	4	16
4	4	5	6	19
4	5	4	6	19
6	5	5	5	21
5	3	1	1	10
6	4	5	6	21
6	6	4	5	21
4	4	5	4	17
5	3	5	4	17
6	3	5	6	20
4	4	5	6	19
6	5	4	6	21
6	5	6	6	23
6	6	5	5	22
5	6	3	5	19
6	4	4	5	19
6	5	4	5	20
6	4	4	5	19
6	5	6	6	23
4	4	5	5	18
5	4	5	4	18
6	6	4	5	21
4	4	5	6	19
4	4	5	5	18
4	5	4	5	18
4	3	5	5	17
6	5	6	6	23
5	5	6	6	22
4	4	5	5	18
6	4	6	5	21
4	4	5	5	18
5	5	6	6	22
5	6	4	5	20
5	5	3	6	19
6	5	4	6	21
5	4	6	4	19
5	4	5	4	18
6	4	5	4	19
6	4	6	6	22
6	5	5	6	22
4	4	5	6	19

6	4	5	6	21
6	6	4	4	20
4	4	5	5	18
6	4	5	6	21
6	4	3	6	19
4	4	5	6	19
4	3	6	5	18
6	4	3	5	18
4	3	5	6	18
4	4	5	5	18
5	4	4	6	19
5	4	6	6	21
4	4	5	6	19
6	4	4	5	19
5	4	4	6	19
4	4	6	5	19
4	4	5	6	19

Tarif MDR

D1	D2	D3	D4	Total
2	3	3	4	12
3	2	3	4	12
3	3	4	5	15
1	2	1	1	5
2	2	3	1	8
3	3	4	2	12
3	2	2	1	8
5	5	5	5	20
6	6	6	6	24
2	1	3	3	9
2	1	3	2	8
5	5	4	4	18
2	2	1	3	8
3	3	5	3	14
2	2	3	2	9
1	2	2	3	8
1	3	3	2	9
3	1	3	2	9
2	2	1	1	6
2	2	1	3	8
3	2	2	1	8
2	2	3	3	10
2	2	1	3	8

3	3	2	2	10
3	3	2	3	11
2	1	3	2	8
3	2	1	3	9
3	1	1	2	7
3	2	2	2	9
2	2	1	2	7
3	3	2	2	10
3	2	2	3	10
1	1	1	2	5
3	3	2	4	12
3	3	2	2	10
1	3	2	2	8
3	3	3	2	11
2	2	3	2	9
3	2	1	2	8
3	3	2	2	10
2	2	1	2	7
2	2	3	3	10
2	2	1	3	8
3	3	2	2	10
2	1	2	1	6
1	3	2	2	8
3	3	2	2	10
3	3	3	2	11
3	3	2	2	10
2	2	2	2	8
2	2	2	2	8
3	2	2	2	9
3	3	2	3	11
3	2	1	2	8
2	1	2	3	8
2	3	2	2	9
1	1	1	1	4
4	4	3	4	15
3	3	2	2	10
2	2	2	2	8
3	3	2	3	11
3	3	3	2	11
3	2	2	2	9
2	2	2	2	8
2	2	1	2	7
3	2	3	3	11
2	2	2	2	8

2	2	2	2	8
3	2	2	3	10
3	3	4	2	12
3	3	3	3	12
3	3	3	2	11
3	3	3	2	11
3	3	2	2	10
1	1	3	2	7
2	2	3	2	9
5	5	4	4	18
3	3	1	3	10
3	3	2	1	9
2	1	1	3	7
3	4	4	3	14
4	4	5	4	17
2	2	2	2	8
2	2	2	2	8
3	3	2	1	9
3	3	1	1	8
1	1	1	3	6
3	2	1	1	7
6	6	6	6	24
2	2	2	2	8
5	1	3	3	12
6	6	6	6	24
1	1	3	3	8
3	2	3	3	11
5	5	5	5	20
3	2	1	3	9
1	1	1	3	6
1	1	2	3	7
1	1	3	3	8
1	1	3	1	6
1	1	3	3	8
1	1	2	3	7
5	5	5	5	20
4	3	4	4	15
1	3	3	3	10
3	4	3	3	13
2	4	1	2	9
2	2	2	2	8
2	3	3	3	11
2	2	1	3	8
2	3	1	2	8

3	2	3	2	10
1	2	3	3	9
1	1	3	2	7
1	2	3	3	9
3	2	2	3	10
1	2	1	1	5
1	1	3	3	8
1	1	3	2	7
3	3	3	3	12
3	1	1	2	7
1	2	3	3	9
1	1	3	3	8
1	1	2	1	5
1	1	1	2	5
3	1	3	2	9
3	2	3	3	11
1	1	2	3	7
3	3	2	2	10
1	1	3	3	8
1	3	1	3	8
1	1	2	3	7
3	3	2	2	10
2	1	1	2	6
1	1	1	2	5
1	1	3	2	7
1	1	3	1	6
1	1	2	3	7
2	3	1	1	7
1	1	3	3	8
1	1	3	3	8
1	1	1	2	5
1	1	4	3	9
1	1	2	2	6
1	1	1	2	5
1	1	2	3	7
1	1	3	2	7
1	1	2	2	6
1	1	2	1	5
2	2	3	2	9
1	2	2	1	6
2	1	2	3	8
2	1	3	3	9
1	1	2	2	6
1	1	2	2	6

3	2	1	2	8
1	1	3	2	7

Minat Penggunaan

E1	E2	E3	E4	Total
5	3	3	3	14
6	5	4	4	19
4	5	4	4	17
5	6	6	5	22
5	4	4	5	18
6	5	5	5	21
5	4	5	5	19
5	6	6	6	23
6	6	6	5	23
5	4	6	5	20
4	4	5	4	17
6	6	6	5	23
4	5	5	4	18
5	4	4	4	17
5	6	6	6	23
5	5	5	6	21
4	5	5	4	18
6	6	6	5	23
5	4	4	5	18
5	6	5	4	20
6	6	5	4	21
5	5	4	6	20
5	5	6	5	21
5	4	5	5	19
5	5	4	6	20
5	6	5	6	22
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
6	5	5	5	21
4	5	5	4	18
6	6	5	4	21
5	6	6	5	22
4	5	5	5	19
6	6	6	6	24
5	5	5	5	20
5	5	6	4	20

4	5	4	6	19
5	5	6	4	20
6	5	5	6	22
6	5	5	4	20
6	6	5	4	21
5	6	5	5	21
5	6	6	4	21
5	6	5	5	21
5	6	5	6	22
5	5	6	5	21
4	5	5	4	18
4	5	5	5	19
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	5	6	6	22
5	6	6	6	23
5	6	6	5	22
5	6	6	5	22
6	5	5	4	20
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
6	6	6	5	23
5	5	5	5	20
6	5	6	6	23
6	6	5	4	21
5	6	5	6	22
5	5	4	5	19
5	6	6	6	23
6	5	4	4	19
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
6	4	6	5	21
5	5	6	5	21
5	6	6	5	22
2	2	3	3	10
6	5	5	4	20
5	6	5	5	21
6	5	4	5	20
5	5	5	5	20
5	5	3	3	16
6	6	6	6	24
6	5	6	6	23
6	5	4	6	21

6	5	4	6	21
4	3	3	5	15
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
4	6	6	6	22
5	4	5	3	17
6	5	4	5	20
4	4	4	4	16
6	6	6	6	24
4	4	4	4	16
4	5	6	4	19
6	6	6	6	24
5	5	4	4	18
6	6	4	5	21
5	5	5	5	20
5	4	6	5	20
6	4	4	6	20
5	6	5	4	20
6	6	6	6	24
6	4	6	4	20
6	6	5	4	21
6	4	4	4	18
5	5	6	5	21
4	4	4	4	16
5	6	6	4	21
5	6	5	4	20
6	5	4	4	19
5	5	5	5	20
6	5	4	3	18
4	4	5	4	17
5	4	4	3	16
6	5	4	4	19
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
6	4	4	4	18
6	4	4	4	18
5	4	5	4	18
6	5	4	4	19
5	5	6	4	20
6	6	5	4	21
6	5	4	4	19
5	6	4	6	21
4	6	5	4	19
5	6	4	4	19

6	4	4	4	18
5	4	5	4	18
6	5	5	4	20
5	4	4	4	17
6	5	5	6	22
6	5	5	3	19
4	5	4	4	17
6	4	5	3	18
4	4	4	3	15
5	5	4	3	17
6	5	4	3	18
6	4	4	3	17
6	6	4	5	21
6	4	5	4	19
6	6	6	5	23
6	6	5	5	22
6	6	5	4	21
6	4	4	3	17
6	4	4	3	17
6	4	4	4	18
6	5	5	3	19
6	5	4	5	20
6	4	5	4	19
6	5	6	3	20
6	5	4	3	18
6	5	5	4	20
5	5	4	4	18
6	5	4	4	19
5	4	4	3	16
6	4	4	3	17
5	4	4	5	18
5	5	4	5	19
5	6	5	4	20

LAMPIRAN 4
HASIL ANALISIS DESKRIPTIF

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Minat penggunaan	157	3	6	4,893	0,865
Tingkat kepercayaan	157	2	6	5,058	0,785
Keamanan	157	2	6	4,972	0,849
Social influence	157	1	6	5,030	0,873
Tarif *merchant discount rate* (MDR)	157	1	6	2,324	1,097

Sumber: Data Primer Diolah 2024

LAMPIRAN 5

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Validitas

Correlations

		A1	A2	A3	A4	TOTAL
A1	Pearson Correlation	1	,340**	,187*	,100	,558**
	Sig. (2-tailed)		,000	,019	,214	,000
	N	157	157	157	157	157
A2	Pearson Correlation	,340**	1	,392**	,257**	,729**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000
	N	157	157	157	157	157
A3	Pearson Correlation	,187*	,392**	1	,405**	,757**
	Sig. (2-tailed)	,019	,000		,000	,000
	N	157	157	157	157	157
A4	Pearson Correlation	,100	,257**	,405**	1	,666**
	Sig. (2-tailed)	,214	,001	,000		,000
	N	157	157	157	157	157
TOTAL	Pearson Correlation	,558**	,729**	,757**	,666**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	157	157	157	157	157

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

	B1	B2	B3	B4	TOTAL

B1	Pearson Correlation	1	,423**	,257**	,319**	,704**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000	,000
	N	157	157	157	157	157
B2	Pearson Correlation	,423**	1	,470**	,336**	,782**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	157	157	157	157	157
B3	Pearson Correlation	,257**	,470**	1	,284**	,694**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,000
	N	157	157	157	157	157
B4	Pearson Correlation	,319**	,336**	,284**	1	,679**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	157	157	157	157	157
TOTAL	Pearson Correlation	,704**	,782**	,694**	,679**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	157	157	157	157	157

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		C1	C2	C3	C4	TOTAL
C1	Pearson Correlation	1	,486**	,172*	,242**	,690**
	Sig. (2-tailed)		,000	,032	,002	,000
	N	157	157	157	157	157
C2	Pearson Correlation	,486**	1	,260**	,222**	,726**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,005	,000
	N	157	157	157	157	157
C3	Pearson Correlation	,172*	,260**	1	,369**	,658**
	Sig. (2-tailed)	,032	,001		,000	,000
	N	157	157	157	157	157
C4	Pearson Correlation	,242**	,222**	,369**	1	,664**
	Sig. (2-tailed)	,002	,005	,000		,000
	N	157	157	157	157	157

TOTAL	Pearson Correlation	,690**	,726**	,658**	,664**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	157	157	157	157	157

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		D1	D2	D3	D4	TOTAL
D1	Pearson Correlation	1	,760**	,457**	,479**	,843**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	157	157	157	157	157
D2	Pearson Correlation	,760**	1	,477**	,482**	,849**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	157	157	157	157	157
D3	Pearson Correlation	,457**	,477**	1	,588**	,775**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	157	157	157	157	157
D4	Pearson Correlation	,479**	,482**	,588**	1	,770**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	157	157	157	157	157
TOTAL	Pearson Correlation	,843**	,849**	,775**	,770**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	157	157	157	157	157

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		E1	E2	E3	E4	TOTAL
E1	Pearson Correlation	1	,324**	,170*	,096	,550**
	Sig. (2-tailed)		,000	,033	,232	,000
	N	157	157	157	157	157
E2	Pearson Correlation	,324**	1	,501**	,409**	,797**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	157	157	157	157	157
E3	Pearson Correlation	,170*	,501**	1	,369**	,732**
	Sig. (2-tailed)	,033	,000		,000	,000
	N	157	157	157	157	157
E4	Pearson Correlation	,096	,409**	,369**	1	,700**
	Sig. (2-tailed)	,232	,000	,000		,000
	N	157	157	157	157	157
TOTAL	Pearson Correlation	,550**	,797**	,732**	,700**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	157	157	157	157	157

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reabilitas

1. **Tingkat Kepercayaan**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,614	4

2. **Keamanan**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,682	4

3. Social Influence

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,623	4

4. Tarif MDR

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,825	4

5. Minat Penggunaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,643	4

LAMPIRAN 6

LAMPIRAN 6

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		157
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,73687013
Most Extreme Differences	Absolute	,069
	Positive	,033
	Negative	-,069

Test Statistic	,069
Asymp. Sig. (2-tailed)	,064[c]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

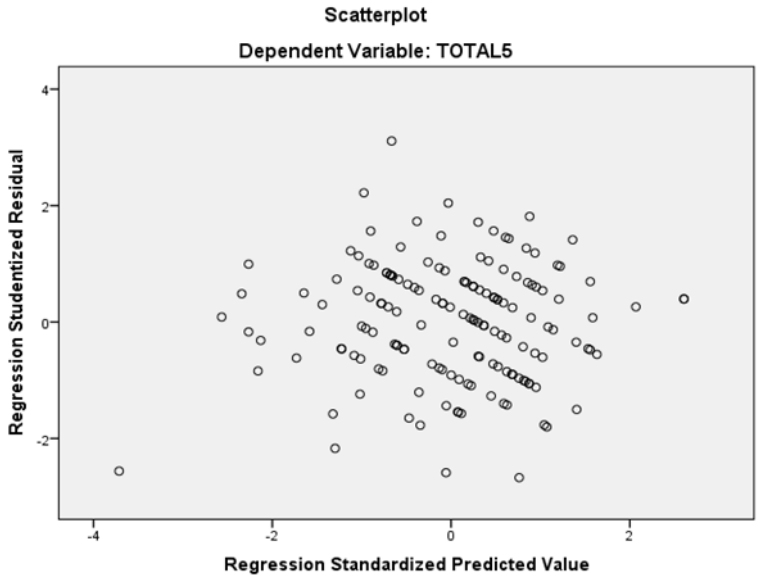
Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,724	1,380
	X2	,845	1,184
	X3	,807	1,239
	X4	,916	1,092

a. Dependent Variable: Y

Uji Heterokedastisitas



LAMPIRAN 7

UJI HIPOTESIS

Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,641[a]	,411	,395	1,760

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1

Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	327,800	4	81,950	26,469	,000[b]
	Residual	470,608	152	3,096		
	Total	798,408	156			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1

Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,320	1,663		1,997	,048
	X1	,194	,079	,181	2,470	,015
	X2	,186	,064	,196	2,893	,004
	X3	,406	,067	,421	6,077	,000
	X4	,048	,042	,075	1,152	,251

a. Dependent Variable

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,320	1,663		1,997	,048
	X1	,194	,079	,181	2,470	,015
	X2	,186	,064	,196	2,893	,004
	X3	,406	,067	,421	6,077	,000
	X4	,048	,042	,075	1,152	,251

a. Dependent Variable