

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN
QUICK RESPONSE INDONESIAN STANDARD (QRIS)**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2024

**PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN
*QUICK RESPONSE INDONESIAN STANDARD (QRIS)***

SKRIPSI

Disusun dan diajukan sebagai pemenuhan salah satu syarat untuk mencapai
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan
Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Oleh :

Nama : Hikmatuz Zuhriyah

NIM : 18312376

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang 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 di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, 31 Agustus 2024

Penulis,

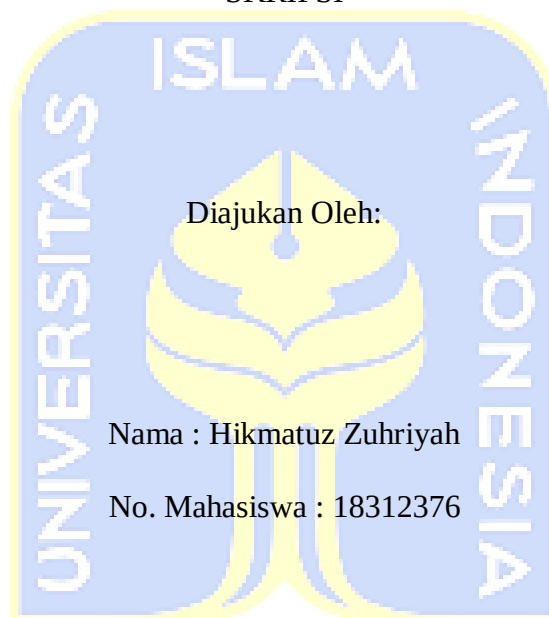


(Hikmatuz Zuhriyah)

Halaman Pengesahan

**PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN
QUICK RESPONSE INDONESIAN STANDARD (QRIS)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

Nama : Hikmatuz Zuhriyah

No. Mahasiswa : 18312376

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Yogyakarta, 9 September 2024

Dosen Pembimbing,



(Yuni Nustini, Dra., MAFIS., Ak., CA., Ph.D.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
MINAT PENGGUNAAN QRIS**

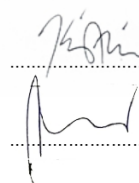
Disusun oleh : HIKMATUZ ZUHRIYAH

Nomor Mahasiswa : 18312376

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Kamis, 12 September 2024

Penguji/Pembimbing Skripsi : Yuni Nustini, MAFIS., Ak., CA., Ph.D.

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.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi yang mempengaruhi minat terhadap penggunaan (*Quick Response Indonesian Standard*) QRIS. Variabel yang diteliti merupakan persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan (*Quick Response Indonesian Standard*) QRIS. Penelitian ini menggunakan teori TAM (*Teory Acceptance Model*). Sampel yang diolah dalam penelitian ini sebanyak 152 orang dengan teknik pengambilan sampel yaitu *random sampling*. Teknik pengambilan sampel berasal dari jawaban kuesioner yang disebarkan kepada responden melalui *google form*. Pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SmartPLS (*Smart Partial Least Square*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS.

Kata kunci : QRIS, TAM, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan.

ABSTRACT

This study was conducted to determine the perceptions that influence interest in using (Quick Response Indonesian Standard) QRIS. The variables studied were perceived usefulness, perceived ease and trust in interest in using (Quick Response Indonesian Standard) QRIS. This study use TAM theory (Theory Acceptance Model). The sample processes in this study was 152 people using a sampling technique is random sampling. The sampling technique came from questionnaire answers distributed to respondent via goole form. The data processing used in this study is SmartPLS (Smart Partial Least Square). The results of this study show that perceived usefulness, perceived convenience and trust have a positive and significant effect on interest in using (Quick Response Indonesian Standard) QRIS.

Keywords : QRIS, TAM, perceived usefulness, perceived convenience, trust.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Tidak lupa shalawat dan salam bagi teladan kita yaitu Nabi Muhammad SAW yang senantiasa kita harapkan syafaatnya. Penulis telah menyelesaikan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Indonesian Standard (QRIS)**”. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan program pendidikan studi Akuntansi Strata 1 (S1) di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini tentu penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari kata sempurna, karena masih terdapat kekurangan. Namun dengan demikian penulis telah berusaha sebisa mungkin untuk mewujudkan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari pencapaian ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, serta saran dari berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih dengan setulus hati kepada :

1. Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan kemudahan, nikmat, serta karunia-Nya.
2. Nabi Muhammad Shallallohu Alaihi Wasallam sebagai suri tauladan bagi seluruh umat.

3. Untuk (Alm.) Bapak H. Sirun S.pd.i yang telah kembali ke pangkuan Allah SWT dan Ibu Hj. Siti Fatimah, yang selalu menjadi penyemangat dan senantiasa mendo'akan secara lahir dan batin serta memberikan kasih sayang dan perhatian sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Dosen Pembimbing ibu Yuni Nustini, Dra., MAFIS., Ak., CA., Ph.D. yang selalu sabar dalam membimbing dan mengarahkan serta memberikan ilmu dan waktu kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir dengan sebaik mungkin.
5. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh jajaran pimpinan universitas.
6. Bapak Johan Arifin S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS., ASPM., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Islam Indonesia.
8. Seluruh Bapak/Ibu dosen pengajar dan staf Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah membantu dan memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama menjalani studi.
9. Kepada kedua kakak penulis, Fais Rahmawati dan Faqih Mubarok yang selalu mendukung dan memberikan semangat serta memberikan nasihat kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Kepada Eka Syah Putra Widianoro yang selalu memberikan semangat dan selalu ada untuk penulis.

11. Kepada Nizla Dzakiratul Risky, Savitri Nuraninda Purwanti, Dhea Renita Amelia, Ayu Afriantini, Fajri Kusuma Dewi, Lilyana Frediyati, dan Risa Laraswati sebagai sahabat saat SMA yang selalu mendukung dan memberikan semangat untuk penulis sampai saat ini.

12. Kepada Pratidina Evi Damayanti dan Azzahra Fakhrunnisa sebagai teman dekat penulis yang telah membantu selama masa perkuliahan dari awal sampai saat ini.

13. Kepada Yuni Isma Indrayani dan Sarah Nugrahani Putri yang selalu menemani penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dan memberikan dukungan kepada penulis, meskipun tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan yang lebih baik dari Allah Subhanahu Wata'ala. *Aamiin Ya Rabbal 'Alamin.*

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Penulis,

(Hikmatuz Zuhriyah)

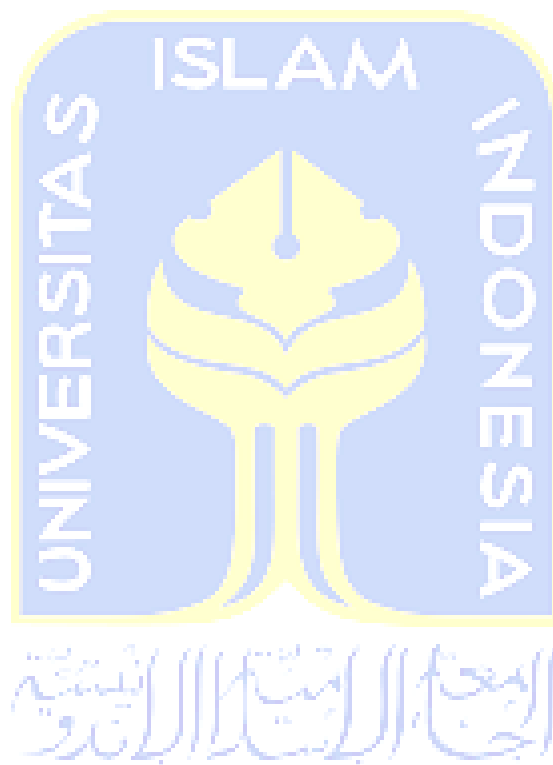
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori Dan Pengertian Variabel.....	7
2.1.1 QR Code (Kode QR) dan QRIS.....	7
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	8
2.1.3 Minat Penggunaan	10

2.1.4 Persepsi Manfaat.....	12
2.1.5 Persepsi Kemudahan.....	13
2.1.6 Kepercayaan.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	18
2.3.1 Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan QRIS.....	18
2.3.2 Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan QRIS.....	19
2.3.3 Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan QRIS.....	20
2.4 Kerangka Konseptual.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1 Populasi dan Sampel.....	22
3.2 Jenis Data, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data.....	23
3.3 Deskripsi dan Pengukuran Variabel.....	23
3.4 Metode Analisis Data.....	27
3.4.1 Analisis Statistik.....	27
3.4.1.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	27
3.4.1.1.1 Uji Validitas.....	27
3.4.1.1.2 Uji Reliabilitas.....	28
3.4.1.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	28
3.4.1.2.1 Uji R-Square.....	28
3.4.1.2.2 <i>Path Coefficient</i>	29
3.4.1.2.3 T-Statistic (Uji Signifikansi).....	29
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	30

4.1 Deskripsi Data Responden.....	30
4.1.1 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
4.1.2 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Usia.....	31
4.1.3 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Daerah Tinggal.....	31
4.2 Hasil Uji Evaluasi Model.....	32
4.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	32
4.2.1.1 Uji Validitas.....	32
4.2.1.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	35
4.2.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	36
4.2.2.1 Uji R-Square.....	36
4.2.2.2 <i>Path Coefficient</i>	36
4.3 Pengujian Hipotesis.....	37
4.3.1 Pengujian Hipotesis H1 : Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan QRIS.....	38
4.3.2 Pengujian Hipotesis H2 : Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan QRIS.....	39
4.3.3 Pengujian Hipotesis H3 : Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan QRIS.....	39
BAB V PENUTUP.....	41
5.1 Kesimpulan.....	41
5.2 Implikasi Penelitian.....	41
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	42
5.4 Saran.....	42

DAFTAR PUSTAKA.....	44
LAMPIRAN	48

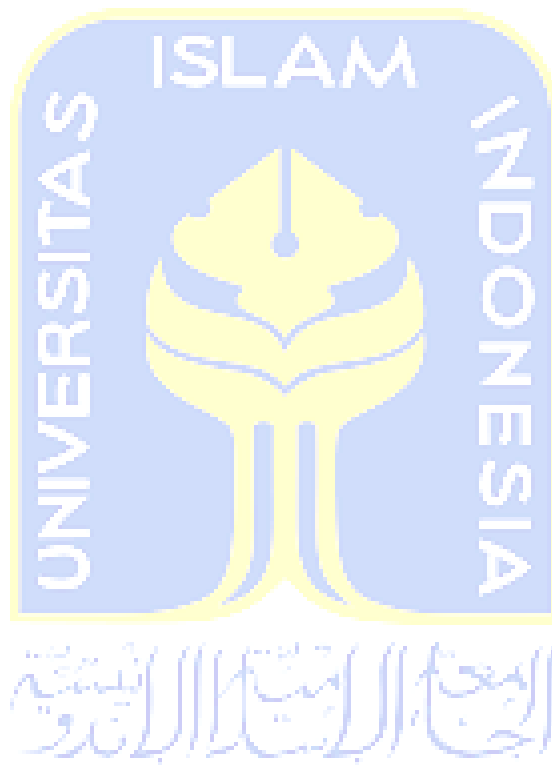


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Indikator dan Definisi.....	24
Tabel 3.2 Skala Likert	26
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	31
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Daerah Tinggal.....	31
Tabel 4.4 Nilai <i>Outer Loading</i>	32
Tabel 4.5 Nilai AVE.....	33
Tabel 4.6 Nilai <i>Fornell-Larcker</i>	34
Tabel 4.7 Nilai <i>Cross Loadings</i>	34
Tabel 4.8 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	35
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>R-Square</i>	36
Tabel 4.10 Nilai <i>Path Coefficient</i>	37
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Hipotesis.....	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	10
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	21



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	48
Lampiran 2 Hasil Uji Evaluasi Model.....	53
Lampiran 3 Hasil Uji Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	54
Lampiran 4 Hasil Uji Evaluasi Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>).....	58
Lampiran 5 Hasil Pengujian Hipotesis.....	59



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat kini terus menawarkan kemudahan-kemudahan bagi manusia. Salah satu inovasi tersebut adalah munculnya alat pembayaran uang elektronik dengan menggunakan perkembangan teknologi. Uang merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan oleh masyarakat sebagai alat pembayaran atas pembelian barang atau jasa. Alat pembayaran telah mengalami beberapa transformasi yang berawal dari sistem *barter* hingga ditemukannya uang sebagai alat transaksi pembayaran sampai saat ini. Namun seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini, masyarakat modern lebih memilih menggunakan system pembayaran dari yang sebelumnya menggunakan uang tunai menjadi uang non tunai. Dengan begitu, masyarakat diharapkan untuk dapat mempelajari, menguasai, serta memanfaatkan teknologi yang ada dan terus berkembang saat ini. Salah satu bentuk perkembangan teknologi dari sektor perekonomian adalah munculnya teknologi finansial atau yang lebih dikenal dengan istilah *fintech* (*financial technology*). *Financial Technology* (*Fintech*) merupakan pengembangan terbaru dari industri jasa keuangan yang memadukan antara konsep perkembangan teknologi dengan bidang finansial yang diharapkan dapat membuat proses transaksi menjadi lebih efektif, efisien, aman serta modern (Risma & Sri, 2021).

Perkembangan teknologi dalam system pembayaran telah menggantikan peranan uang tunai yang dikenal masyarakat sebagai alat pembayaran. Pada tanggal

14 Agustus 2014 di Jakarta Bank Indonesia (BI) mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang bertujuan untuk menciptakan sistem pembayaran yang efisien, aman, dan lancar yang dapat mendorong sistem keuangan nasional bekerja secara efektif dan efisien. Dengan tetap menjunjung tinggi aspek perlindungan konsumen, memperhatikan perluasan akses, dan kepentingan nasional, Bank Indonesia akan meningkatkan elektronifikasi transaksi pembayaran dan peningkatan infrastruktur sistem pembayaran.

Transaksi uang elektronik di Indonesia terus menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Jumlah penduduk yang besar serta meningkatnya literasi keuangan inklusif masyarakat mendorong tumbuhnya transaksi uang elektronik di tanah air. Hal ini menunjukkan terhadap minat yang besar dalam masyarakat untuk menggunakan uang elektronik. Sehingga pengguna uang elektronik di Indonesia pun mengalami peningkatan yang pesat dari tahun ke tahun. Meskipun belum digunakan sebagai alat transaksi utama, uang digital elektronik berpotensi menjadi alat pengganti uang tunai sebagai alat pembayaran, berkaitan dengan hal tersebut pemerintah pun dengan penuh mendukung revolusi sistem pembayaran elektronik (Ningsih *et al.*, 2021). Di Indonesia terdapat berbagai macam perusahaan *fintech*. Oleh karena itu, Bank Indonesia memberikan upaya standarisasi metode pembayaran untuk mempermudah pembayaran digital dari berbagai macam perusahaan *fintech* tersebut. Upaya yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia ini adalah *Quick Response Indonesia Standard* atau yang sering disebut dengan QRIS (dibaca KRIS). QRIS merupakan kode QR berstandar nasional untuk sistem pembayaran di Indonesia yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi

Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) (Risma & Sri, 2021). Semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang akan menggunakan QR Code Pembayaran wajib menerapkan QRIS. *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) merupakan standar QR Code untuk pembayaran melalui aplikasi uang elektronik *server based*, dompet elektronik, atau *mobile banking*, yang telah resmi diaktifkan sejak 1 Januari 2020. QRIS ini tidak hanya dapat digunakan pada usaha yang berskala besar saja, akan tetapi usaha yang berskala kecil juga dapat menerapkan metode pembayaran menggunakan QRIS (Risma & Sri, 2021). Sejak saat pertama diresmikannya QR Code pada 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 2020, merchant sedang mencapai 333.992 alias naik 26%, usaha kecil menengah (UMKM) mencapai 2.603.516 alias naik 9%, dan merchant donasi mencapai 9.288 alias naik 132% (Ningsih *et al.*, 2021)

Bank Indonesia mengemukakan bahwa QRIS mengakomodir 2 model penggunaan QR Code Pembayaran yaitu *Merchant Presented Mode (MPM)* dan *Customer Presented Mode (CPM)*. Namun implementasinya tetap mengacu pada standar QRIS yang ditetapkan oleh Bank Indonesia sebagai standar nasional. Para pihak dalam pemrosesan transaksi QRIS terdiri atas Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP), Lembaga Switching, Merchant Aggregator, dan pengelola National Merchant Repository.

Pada penelitian ini penulis menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk melihat dan menjelaskan variabel yang dapat memengaruhi minat penggunaan teknologi. Model TAM ini menguji dua variabel, yaitu persepsi

manfaat dari teknologi dan persepsi kemudahan dalam menggunakannya. Selain menggunakan variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan, penelitian ini menambahkan faktor kepercayaan untuk melihat seberapa besar kepercayaan seseorang terhadap penggunaan QRIS (*Quick Response Indonesian Standard*).

Pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik dipengaruhi oleh banyak faktor. Hasil penelitian Purwati (2013) menunjukkan bahwa beberapa faktor yang dapat mempengaruhi adopsi uang elektronik adalah keamanan dan kerahasiaan, manfaat kegunaan, kemudahan penggunaan, kesenangan, kepercayaan, kecukupan informasi dan sikap masyarakat atas penggunaan uang elektronik. Sanofa (2014) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi intensi penggunaan uang elektronik yaitu *information on e-money, security and privacy and accessibility*. Listianti (2018) mengemukakan faktor manfaat, kemudahan, dan kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan positif pada persepsi penggunaan uang elektronik. Adhinagari (2018) menyatakan bahwa faktor persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan dengan arah yang positif dan risiko mempunyai pengaruh signifikan dengan arah negatif pada persepsi penggunaan uang elektronik (Prasetya & Putra, 2020).

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti termotivasi untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Indonesian Standard (QRIS).”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah di atas, maka yang akan menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan QRIS.
2. mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan QRIS.
3. mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan QRIS.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian karya ilmiah ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai tambahan literature dan memberikan kontribusi terhadap penelitian selanjutnya, khususnya yang membahas terkait dengan persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan terhadap minat penggunaan *Quick Response Indonesian Standard (QRIS)*.

1.5 Sistematika Penelitian

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

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bagian ini berisi teori-teori yang mendukung penelitian ini mengenai teori TAM, penelitian terdahulu, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang penjelasan mengenai populasi dan sampel penelitian, sumber data, variabel penelitian, hipotesis operasional, metode analisis, dan pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang analisis data, temuan empiris yang diperoleh, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan. Ditulis pula tentang keterbatasan yang ada dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori Dan Pengertian Variabel

2.1.1 QR Code (Kode QR) dan QRIS

Kode QR atau *QR Code* dikembangkan oleh Denso Wave yang merupakan sebuah perusahaan Jepang dan dipublikasikan pada tahun 1994 (Risma & Sri, 2021). Kode QR merupakan sebuah kode matriks dua dimensi yang digunakan untuk mempercepat pengiriman data dalam perangkat (pada transaksi pembayaran). Kode QR ini ditandai dengan tiga pola persegi pada sudut kiri bawah, sudut kiri atas dan sudut kanan atas, memiliki modul hitam berupa persegi, titik atau piksel, dan memiliki kemampuan menyimpan data alfanumerik, karakter dan simbol (Bank Indonesia, 2020). Kode QR juga mampu menyimpan informasi secara horizontal dan vertikal (Risma & Sri, 2021).

Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) merupakan kode QR berstandar nasional untuk sistem pembayaran di Indonesia yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) (Risma & Sri, 2021). Dengan adanya QRIS *merchant* tidak perlu menyediakan berbagai aplikasi pembayaran berbeda. *Merchant* cukup menyediakan satu QR Code di toko kemudian QR Code dapat discan oleh konsumen dengan berbagai aplikasi pembayaran seperti *Shopeepay*, *Ovo*, *Gopay*, *Dana*, maupun *M-banking*.

Dalam peluncuran QRIS ini Bank Indonesia menciptakan QRIS yang memiliki karakteristik UNGGUL, yang merupakan kepanjangan dari (Bank Indonesia, 2020) :

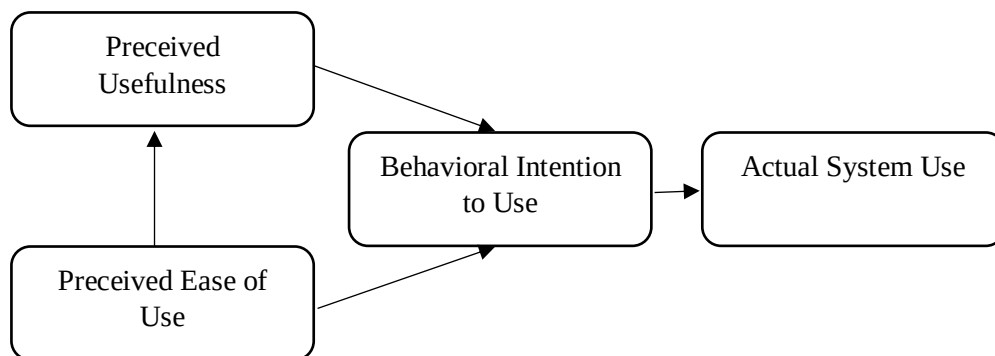
1. Universal : QRIS dapat menerima pembayaran apapun yang menggunakan *QR Code*.
2. GampanG : Transaksi dapat dilakukan dengan mudah.
3. Untung : Hanya dengan menggunakan satu QR Code dapat digunakan untuk semua aplikasi.
4. Langsung : Pembayaran dengan QRIS dapat langsung diproses seketika dengan cepat.

2.1.2 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model atau yang biasa disingkat dengan nama TAM merupakan salah satu model yang diciptakan untuk mengetahui apakah suatu faktor berpengaruh terhadap penerimaan teknologi. *Technology Acceptance Model (TAM)* ini dikembangkan oleh Davis *et al.* (1989), TAM merupakan perpanjangan model dari TRA (*Theory of Reasoned Action*) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975), yang mana reaksi maupun anggapan individu akan suatu hal dapat menentukan perilaku individu tersebut. Begitu pula terhadap teknologi, seseorang dapat ditentukan seperti apa sikap dan perilakunya dilihat dari reaksi dan anggapan akan teknologi tersebut. Persepsi pengguna mengenai manfaat dan kemudahan dalam menggunakan sebuah teknologi informasi merupakan salah satu factor yang memberikan seseorang alasan dalam menggunakan teknologi tersebut atau sebagai tolak ukur dalam penggunaannya.

Model TAM yang dikembangkan dari teori psikologis, menjelaskan perilaku pengguna computer yaitu berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), sikap,

(*attitude*), keinginan (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behavior relationship*). TAM diperuntukkan mencapai tujuan dalam menyediakan basis untuk mengetahui pengaruh dari faktor eksternal pada niat, sikap, dan kepercayaan internal ini dengan cara mengidentifikasi beberapa variabel utama yang diperoleh dari penelitian sebelumnya terhadap teori dan faktor yang menentukan diterimanya teknologi, dan menggunakan TRA sebagai latar belakang teoritis untuk memodelkan hubungan antar-variabel (Siregar, 2011). Model ini menempatkan faktor sikap dan tiap-tiap perilaku pemakai dengan dua variabel, yaitu kemanfaatan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*). Kemudahan penggunaan serta kemanfaatan adalah dua karakteristik yang banyak dipelajari secara mendalam karena merupakan hal utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM). Dengan demikian dapat dipahami reaksi dan persepsi pemakai TI akan mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan teknologi informasi, salah satu faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan teknologi informasi adalah persepsi pemakai atas manfaat penggunaan sebagai suatu tindakan yang beralasan dalam konteks penggunaan teknologi informasi. Kedua model TAM yang banyak digunakan dalam penelitian tersebut yaitu persepsi manfaat (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*).



Source : Davis et. al. (1989), Venkatesh et. al. (2003).

Gambar 2.1 Model TAM

Pengembangan Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model dasar dari sumber Fullah dan Candra (2011) dengan menambahkan variabel kepercayaan dan resiko dalam mempengaruhi minat penggunaan.

2.1.3 Minat penggunaan

Menurut Davis (1986) dalam Jogiyanto (2007), minat merupakan perilaku yang didefinisikan sebagai tingkatan dari seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan suatu hal tertentu. Minat menggunakan e-wallet didefinisikan sebagai tingkat keinginan individu untuk menggunakan layanan e-wallet sebagai alat pembayaran. Berdasarkan penjelasan di atas maka secara sederhana minat menggunakan e-wallet merupakan suatu keinginan untuk menggunakan layanan e-wallet sebagai alat pembayaran.

Menurut Elisabeth B. Hurlock (1999:114), minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka diberi kebebasan untuk memilih.

Menurut Bingham dan Mac Daniel (dalam Munandir, 1997: 146), minat adalah kecenderungan orang untuk tertarik dalam suatu pengalaman dan untuk terus demikian itu. Kecenderungan itu tetap bertahan sekalipun seseorang sibuk mengerjakan hal lain. Kegiatan yang diikuti seseorang karena kegiatan itu menarik baginya, merupakan perwujudan minatnya.

Menurut Mappiare (1994 : 62), minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri oleh suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut, atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

Menurut Ferdinand (2008 : 21) dalam Pramudena (2018) menyatakan bahwa minat adalah “perilaku di masa depan yang diantisipasi atau direncanakan”. Dalam pemasaran, niat seringkali dirangsang dengan meminta para responden untuk menunjukkan mana dari berikut ini yang paling tepat untuk menggambarkan rencana mereka berkaitan dengan produk atau jasa.

Menurut Ajzen (2011) dalam Wibowo *et al.*, (2015) minat adalah suatu keadaan dalam diri seseorang pada dimensi kemungkinan subyektif yang meliputi hubungan antara orang itu sendiri dengan beberapa tindakan. Menurut Muhibbin Syah (2010) dalam Wibowo *et al.*, (2015), secara sederhana minat (*interest*) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Istilah minat merupakan terminology aspek kepribadian untuk menggambarkan adanya kemauan, dorongan (*force*) yang timbul dalam diri individu untuk memilih objek lain yang sejenis.

Berdasarkan pengertian dari beberapa pakar di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa minat merupakan kecenderungan yang menetap untuk melakukan aktivitas tersebut secara senang.

2.1.4 Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat atau *perceived usefulness* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Jogiyanto, 2007:114 dalam Dewi, 2016).

Menurut Cahyo (2014) dalam Fadli (2016), persepsi manfaat (*Preceived Usefulness*) menurut *capable of being used advantageously* atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. Jadi, persepsi manfaat adalah suatu tingkatan dimana seseorang mempercayai bahwa penggunaan sebuah system akan mampu meningkatkan kinerja, menambah tingkat produktivitas dan efektivitas.

Menurut Jogiyanto (2007:114) dalam Pratama A B dan I Dewa Gede Dharma Suputra (2019) yang dimaksud dengan manfaat yang dirasakan atau *Preceived Usefulness* adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Sedangkan Dalcher dan Shine (2003) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai konstruk kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka.

Manfaat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti guna atau faedah. Sedangkan kemanfaatan memiliki arti bermanfaat atau kegunaan. Menurut Davis *et al* dalam Singgih Priambodo (2016) mendefinisikan persepsi

kemanfaatan (*perceived usefulness*) sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa penggunaan teknologi/system akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa manfaat merupakan sesuatu hal yang dikerjakan oleh seseorang yang menghasilkan fungsi dan kegunaan yang baik.

2.1.5 Persepsi Kemudahan

Menurut Mathieson dalam Ersaningtyas, A.P. dan Susanti, E.D. (2019) Kemudahan didefinisikan sebagai kepercayaan individu dimana mereka menggunakan system tertentu akan bebas dari upaya. Apabila seseorang percaya bahwa suatu teknologi itu mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan menggunakannya.

Menurut Mazman dan Usluel (2009) persepsi kemudahan adalah persepsi seseorang tentang penggunaan system yang bebas dari usaha dan dengan mudah dilakukan.

Penelitian yang dilakukan oleh Priambodo dan Prabawani (2016) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna menggunakan layanan uang elektronik. Hal tersebut dikarenakan kemudahan berupa mudah untuk dipelajari dan mudah dipahami, layanan uang elektronik juga mudah untuk digunakan saat bertransaksi diberbagai *merchant* (pedagang atau toko) yang telah mendukung transaksi uang

elektronik, serta kemudahan untuk melakukan isi ulang atau *top-up* pada uang elektroniknya.

Jogiyanto (2009) menyatakan persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa system informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan merupakan kegiatan dimana seseorang meyakini bahwa dengan menggunakan teknologi informasi yang ada merupakan hal yang mudah dan menimbulkan dampak yang positif bagi penggunaannya.

2.1.6 Kepercayaan

Kepercayaan nasabah didefinisikan sebagai keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, serta memberikan manfaat pada penggunaannya (Mahardika, 2011 dalam Setyo *et al*, 2015 : 455). Gefen (2000) mendefinisikan bahwa kepercayaan adalah kemauan untuk membuat dirinya peka pada tindakan yang diambil oleh orang yang dipercayainya berdasarkan pada rasa kepercayaan dan tanggung jawab. Kemudian Pavlou (2002) mendefinisikan kepercayaan adalah penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan

melakukan transaksi tertentu menurut harapan orang kepercayaan dalam suatu lingkungan yang penuh ketidakpastian.

Menurut Mayer *et al.* (1995) faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu :

a. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/organisasi dalam mempengaruhi dan mengotorisasi wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, bagaimana bank mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain.

b. Kebaikan hati (*Benevolence*)

Kebaikan hati merupakan kemauan bank dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara bank dengan nasabah. Profit yang diperoleh bank dapat dimaksimumkan, tetapi kepuasan nasabah juga tinggi.

c. Integritas (*Integrity*)

Integritas berkaitan dengan bagaiman perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian	Hasil
1	Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan terhadap minat konsumen menggunakan layanan go-pay	Andi Mulyadi dan Primaraga S. Indra W., 2019	Dependen : Minat Independen : Persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan	Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen. Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen.
2	Pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian terhadap minat menggunakan mobile banking (Studi pada nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) kantor cabang Rembang, Jawa Tengah)	Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti dan Rizki Yudhi Dewantara, 2015	Dependen : Minat Independen : Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi resiko, persepsi kesesuaian	Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Persepsi resiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan mobile banking. Persepsi kesesuaian berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking.
3	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Pengguna, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang	Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani, 2016	Dependen : Minat Independen : Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Pengguna, Persepsi Risiko	Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan

No	Judul Penelitian	Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian	Hasil
	Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)			terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Persepsi Risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik.
4	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-money Pada Bank BRI Lamongan	Alifatul Laily Romadloniyah dan Dwi Hari Prayitno, 2018	Dependen : Minat Independen : Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Manfaat	Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Persepsi Daya Guna berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Persepsi Manfaat berpengaruh positif terhadap minat nasabah.
5	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta)	Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli dan Usep Suhud, 2015	Dependen : Minat Independen : Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Kepercayaan	Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money card. Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money card. Fitur Layanan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan e-money card. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat

No	Judul Penelitian	Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian	Hasil
				menggunakan <i>e-money</i> .
6	Pengaruh Persepsi Manfaat, persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa	Hutami A. Ningsih, Endang M. Sasmita dan Bida Sari, (2021)	Dependen : Keputusan Menggunakan Uang Elektronik Independen : Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko	Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan layanan Uang Elektronik berbasis QRIS. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan layanan Uang Elektronik berbasis QRIS. Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap keputusan menggunakan layanan Uang Elektronik berbasis QRIS.

2.3 Pengembangan Hipotesis Penelitian

2.3.1 Persepsi manfaat terhadap minat penggunaan QRIS

Menurut Rahmatsyah (2011) dalam Fantry Wijayanti (2017), dalam penelitiannya mengartikan persepsi kemanfaatan sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya. Kinerja yang dipermudah ini untuk menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan hasil yang lebih memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakan produk dengan teknologi baru tersebut.

Terdapat beberapa penelitian yang dilakukan pada *Theory Acceptance Model* (TAM) menyimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara persepsi manfaat dengan minat penggunaan QRIS. Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Tony Sitinjak (2018) yang meneliti tentang pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital go-pay. Hasil yang ditemukan menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan pembayaran go-pay. Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Ningsih *et al.*, (2021) yang meneliti tentang pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan layanan Uang Elektronik berbasis QRIS dikalangan mahasiswa. Berdasarkan uraian di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS

2.3.2 Persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan QRIS

Menurut Fusiler dan Durlabhji dalam Ningsih *et al.*, (2021), menyatakan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan yaitu merasakan kemudahan dalam menggunakan teknologi guna melakukan kegiatan yang diinginkan, dapat berinteraksi dengan teknologi mobile commerce dengan mudah, sehingga apabila konsumen merasa suatu produk mudah digunakan maka mereka akan cenderung berminat untuk menggunakan produk tersebut.

Seperti pada penelitian Priambodo dan Prabawani (2016) yang meneliti tentang pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Hasil yang didapatkan dari penelitian tersebut yaitu persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Romadloniyah dan Prayitno (2018) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Berdasarkan uraian diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS

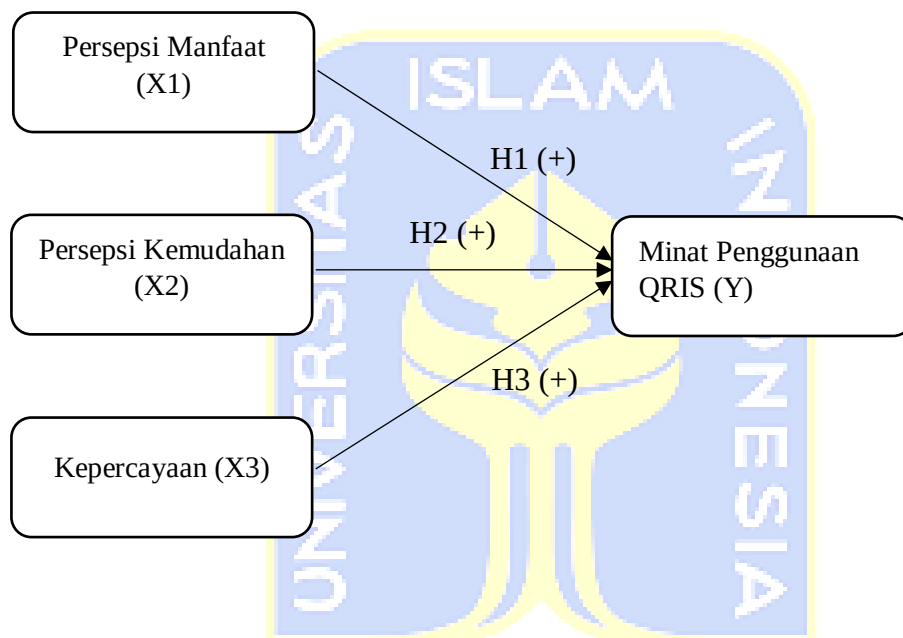
2.3.3 Kepercayaan terhadap minat penggunaan QRIS

Menurut Mahardika dan Basuki (2011) kepercayaan didefinisikan sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat bagi penggunanya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wibowo, Rosmauli, dan Suhud (2015) kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan e-money. Begitu juga dengan penelitian Romadloniyah dan Prayitno (2018) mengemukakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Berdasarkan uraian di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS

2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan pengembangan hipotesis yang telah dijelaskan di atas, maka kerangka konseptual yang dapat disusun yaitu menggambarkan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang akan diuji. Kerangka konseptual disusun untuk mempermudah memahami hipotesis yang ada di dalam penelitian.



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2011 : 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya oleh peneliti. Populasi merupakan individu yang menjadi objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat umum pengguna QRIS.

Sampel didefinisikan sebagai bagian kecil dari populasi itu sendiri yang diambil sebagai objek dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini pengambilan sampel yang digunakan adalah *random sampling*. Menurut Sugiyono (2019) *random sampling* (metode sampel acak sederhana) merupakan metode pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan Rumus Hair *et al.*,. Menurut Hair (2010) jika jumlah populasi tidak diketahui, penentuan jumlah sampel dapat diketahui dengan mengalikan jumlah pertanyaan dengan 5. Jumlah sampel minimum yang harus diperoleh dalam penelitian ini yaitu 95 sampel dengan total pertanyaan 19. Hasil dari penyebaran kuesioner melalui *google form* berhasil mengumpulkan sebanyak 152 responden.

3.2 Jenis Data, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan yaitu data primer. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai pengumpulan data yang dibuat dengan *google form* kemudian disebarluaskan melalui media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Line dengan mencantumkan link. Kemudian kuesioner disebarluaskan pada tanggal 13 Mei 2024 sampai 4 Juni 2024 dengan kriteria responden sudah pernah menggunakan QRIS untuk bertransaksi. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Cara pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *probability sampling* metode ini berupa random sampling. Data dalam penelitian ini akan diolah menggunakan Smart PLS, kemudian akan dianalisis dengan alat statistik.

3.3 Deskripsi dan Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan terdiri dari dua variabel yaitu variabel dependen atau terikat dan variabel independen atau bebas. Variabel penelitian merupakan suatu hal atau atribut yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat penggunaan (Y), sedangkan variabel independen yaitu persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan (X2), dan persepsi kepercayaan (X3).

Tabel 3.1 Indikator dan Definisi

Variabel	Definisi	Indikator	Pertanyaan	Sumber
Persepsi Manfaat (X1)	Persepsi manfaat adalah penggunaan sistem yang mampu meningkatkan kinerja individu, penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktifitas individu, penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu, penggunaan sistem bermanfaat bagi individu (Tony Sitinjak, 2019)	1. Meningkatkan kinerja individu 2. Menambah tingkat produktifitas 3. Meningkatkan efektifitas 4. Memberi manfaat dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan individu	1. Saya merasa dengan QRIS, saya dapat melakukan transaksi lebih cepat 2. Saya merasa dengan menggunakan QRIS, saya dapat melakukan transaksi dengan praktis 3. Secara keseluruhan saya merasa QRIS bermanfaat dalam pembayaran transaksi pribadi dan sehari-hari 4. Saya merasa QRIS dapat meningkatkan produktifitas dalam transaksi non tunai 5. Saya merasa QRIS dapat meningkatkan efektifitas dalam melakukan transaksi non tunai 6. Saya merasa dengan menggunakan QRIS dapat meningkatkan kinerja saya	(Tony Sitinjak, 2019)
Persepsi Kemudahan (X2)	Persepsi Kemudahan merupakan keyakinan individu bahwa suatu sistem mudah untuk dipahami dan tidak	1. Mudah dimengerti 2. Fleksibel 3. Mudah digunakan 4. Mudah dalam mengoperasikan sistem	1. Saya dapat dengan mudah mempelajari QRIS 2. Saya dapat memahami dengan mudah interaksi dalam penggunaan QRIS	(Irmadhani & Nugroho, 2012)

Variabel	Definisi	Indikator	Pertanyaan	Sumber
	membutuhkan usaha yang besar untuk memahami. (Irmadhani & Nugroho, 2012)		3. Saya membutuhkan waktu yang relative singkat saat bertransaksi dengan QRIS 4. Transaksi menggunakan QRIS dapat meminimalisir waktu saya dibandingkan dengan menggunakan uang tunai 5. Saya merasa lebih mudah bertransaksi menggunakan QRIS dibandingkan dengan menggunakan uang tunai 6. Saya dapat bertransaksi dimana saja dengan QRIS	
Kepercayaan (X3)	Kepercayaan didefinisikan sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen	1. Benevolence (ketulusan) 2. Ability (kemampuan) 3. Integrity (integritas) 4. Willingness to depend	1. Saya percaya bahwa QRIS dapat dipercaya untuk memberikan layanan terhadap penggunaanya 2. Saya percaya bahwa QRIS berkomitmen memberikan jasa sesuai dengan apa yang mereka janjikan 3. Saya percaya bahwa banyak manfaat yang didapat dengan menggunakan QRIS	(Romadloniyah & Prayitno, 2018)

Variabel	Definisi	Indikator	Pertanyaan	Sumber
	dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya (Mahardika dan Basuki, 2011)		4. Saya berharap akan menggunakan QRIS secara meningkat dimasa mendatang	
Minat Pengguna QRIS (Y)	Minat untuk menggunakan merupakan keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut dimasa yang akan datang (Priambodo & Prabawani, 2016)	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial	1. Saya akan menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran setiap transaksi 2. Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk bertransaksi menggunakan QRIS 3. Saya akan menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran utama	(Priambodo & Prabawani, 2016)

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala Likert yaitu skala penilaian yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, atau perilaku seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial (Wijayanti, 2017). Dalam penelitian ini instrumen disetiap pertanyaan diukur dengan skala 5 point untuk menentukan sikap responden, diantaranya :

Tabel 3.2 Skala Likert

No	PERNYATAAN	SKALA
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.4 Metode Analisis Data

3.4.1 Analisis Statistik

Analisis statistik dalam penelitian digunakan untuk pengujian hipotesis yang sebelumnya telah diajukan menggunakan teknik statistika. Pada penelitian ini metode analisi yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Menurut Ghazali & Latan (2015), SEM bertujuan untuk menggambarkan sebuah hubungan antara variabel laten (variabel yang tidak dapat diukur secara langsung) tetapi diukur melalui indikator-indikator.

Pada penelitian ini menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), yang terdiri dari dua sub-model yaitu Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) dan Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*).

3.4.1.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) merupakan model yang menggambarkan hubungan antara variabel manifest (indikator) dengan variabel latennya. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) dengan indikator reflektif dievaluasi dengan validitas konvergen, sedangkan indikator yang membentuk konstruk laten, dan Composite Reliability serta Cronbach's Alpha untuk blok indikator.

3.4.1.1.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali & Latan (2015) pengujian validitas dilakukan untuk mengukur sebuah data kuesioner tersebut valid atau tidak. Pengujian validitas digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana variabel pengukuran yang digunakan benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji Validitas terdiri dari dua

indikator yaitu Validitas Konvergen (Convergent Validity) dan Validitas Diskriminan (Discriminant Validity). Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila nilai outer loading setiap faktor harus lebih besar 0,7 dan nilai AVE (Average Variance Extracted) lebih besar dari 0,5 (Ghozali & Latan, 2015).

3.4.1.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur indikator dari variabel atau konstruk. Untuk mengetahui reliabilitas suatu konstruk terdapat dua parameter yang digunakan, yaitu Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Suatu konstruk dapat dikatakan reliabel apabila nilai dari Cronbach's Alpha sebesar $>0,70$ dan nilai Composite Reliability sebesar $>0,70$ (Ghozali & Latan, 2015).

3.4.1.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi Model Struktural (Inner Model) merupakan sebuah model yang menjelaskan hubungan antar variabel laten. Tahapan yang digunakan untuk pengujian inner model yaitu uji R-Square (R^2), *Path Coefficient* dan uji T-Statistic (Ghozali & Latan, 2015).

3.4.1.2.1 Uji R-Square

Uji R-Square merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian. Menurut (Ghozali) nilai R-Square sebesar 0,67 (baik), nilai sebesar 0,33 (moderat), nilai sebesar 0,19 (lemah).

3.4.1.2.2 *Path Coefficient*

Path Coefficient merupakan uji yang menggambarkan arah hubungan antara variabel, apakah hipotesa yang dimiliki menunjukkan hubungan arah yang negatif (<0) atau positif (>0).

3.4.1.2.3 *T-Statistic (Uji Signifikansi)*

Uji *T-statistic* merupakan metode pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui nilai signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang variabel-variabel yang berhubungan dengan minat penggunaan QRIS. Penulis akan mengolah data dan menguji data yang telah terkumpul untuk menguji hipotesis penelitian dan menjawab tujuan penelitian, kemudian selanjutnya akan memberikan hasil analisis.

4.1 Deskripsi Data Responden

Pada penelitian ini data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui kuisisioner. Responden menjawab pertanyaan kuisisioner yang dibagikan oleh peneliti melalui beberapa media sosial seperti whatsapp, instagram, dan line.

4.1.1 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini hasil deskripsi data responden yang telah terkumpul dalam bentuk tabel berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 4.1 Data Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	45	30%
2	Perempuan	107	70%
	Jumlah	152	100%

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan dari tabel di atas, diketahui bahwa responden yang mengisi kuesioner yaitu sebanyak 152 responden, jumlah responden laki-laki sebanyak 45 dengan persentase 30%, sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 107 dengan persentase 70%.

4.1.2 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Usia

Berikut ini hasil deskripsi data responden yang telah terkumpul dalam bentuk tabel berdasarkan usia :

Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17-23 tahun	76	50%
2	24-29 tahun	62	41%
3	30-34 tahun	10	7%
4	35-39 tahun	4	2%
Jumlah		152	100%

Sumber : Data diolah , 2024

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa dari 152 responden yang telah mengisi kuesioner, usia dari 17-23 tahun berjumlah 76 orang dengan persentase 50%, usia dari 24-29 tahun berjumlah 62 orang dengan persentase 41%, usia dari 30-34 tahun berjumlah 10 orang dengan persentase 7%, dan usia dari 35-39 tahun berjumlah 4 orang dengan persentase 2%. Responden dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa atau pelajar dikarenakan kelompok usia tersebut lebih cepat beradaptasi dan menggunakan teknologi dibandingkan dengan kelompok usia lainnya

4.1.3 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Daerah Tinggal

Berikut ini hasil deskripsi data responden yang telah terkumpul dalam bentuk tabel berdasarkan daerah tinggal :

Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Daerah Tinggal

No.	Daerah Tinggal	Frekuensi	Persentase
1	Jawa Tengah	83	54,7%

2	Jawa Barat	8	5,3%
3	Jawa Timur	7	4,6%
4	D. I. Yogyakarta	40	26,3%
5	DKI Jakarta	3	2%
6	Jambi	1	0,6%
7	Riau	2	1,3%
8	Maluku Utara	1	0,6%
9	Sulawesi Tengah	7	4,6%

Sumber : Data diolah, 2024

4.2 Hasil Uji Evaluasi Model

4.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

4.2.1.1 Uji Validitas

Pada penelitian ini uji validitas yang digunakan ada 2 yaitu convergent validity dan determinant validity. Convergent validity dilakukan untuk menguji validitas antara variabel laten dengan variabel konstruk. Dalam penelitian ini convergent validity diukur menggunakan Outer Loadings dan Average Variance Extracted (AVE). Outer Loading dapat dikatakan valid jika nilai outer loading >0,7.

Tabel 4.4 Nilai Outer Loading

Variabel	Indikator Pertanyaan	Outer Loading	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	X1.1	0.879	Valid
	X1.2	0.860	Valid
	X1.3	0.887	Valid
	X1.4	0.841	Valid
	X1.5	0.882	Valid
	X1.6	0.841	Valid
Persepsi Kemudahan (X2)	X2.1	0.859	Valid
	X2.2	0.845	Valid
	X2.3	0.862	Valid
	X2.4	0.853	Valid
	X2.5	0.843	Valid
	X2.6	0.788	Valid
	X3.1	0.888	Valid

Kepercayaan (X3)	X3.2	0.857	Valid
	X3.3	0.884	Valid
	X3.4	0.884	Valid
Minat Penggunaan QRIS (Y)	Y1	0.932	Valid
	Y2	0.896	Valid
	Y3	0.922	Valid

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil nilai outer loadings pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai outer loadings $>0,7$. Sehingga nilai outer loadings pada tabel di atas sudah dapat dikatakan valid karena memenuhi uji convergent validity yang ditetapkan (yaitu nilai outer loadings $>0,7$).

Kemudian pengujian Average Variance (AVE) digunakan untuk mengukur variabel laten yang direpresentasikan oleh variabel manifest untuk mengetahui variasi dari variabel laten yang terkait. Data AVE dikatakan lolos apabila nilai AVE yang diperoleh $>0,5$ (0,5).

Tabel 4.5 Nilai AVE

Variabel	Nilai AVE
X1	0.749
X2	0.709
X3	0.772
Y	0.840

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil nilai AVE pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai AVE yang diperoleh setiap konstruk yaitu $>0,5$. Sehingga pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa nilai AVE telah memenuhi uji *convergent validity*.

Pengujian selanjutnya yaitu *determinant validity*. Pada pengujian ini terdapat dua pengujian pada *determinant validity* yaitu *Fornell-larcker* dan *Cross loadings*. *Fornell larcker* merupakan nilai korelasi antara variabel dengan variabel itu sendiri kemudian nilai variabel dengan variabel lainnya. Nilai korelasi tersebut

tidak boleh lebih kecil antara nilai variabel dengan variabel itu sendiri dibandingkan dengan nilai korelasi antara variabel dengan variabel lainnya. Berikut adalah hasil perhitungan nilai *Fornel larcker*:

Tabel 4.6 Nilai *Fornell-Larcker*

	Persepsi Manfaat (X1)	Persepsi Kemudahan (X2)	Kepercayaan (X3)	Minat Penggunaan QRIS (Y)
Persepsi Manfaat (X1)	0.865			
Persepsi Kemudahan (X2)	0.774	0.842		
Kepercayaan (X3)	0.719	0.734	0.878	
Minat Penggunaan QRIS (Y)	0.754	0.778	0.718	0.917

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil tabel 4.6 diketahui bahwa nilai korelasi untuk setiap variabel dengan variabel itu sendiri memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan nilai korelasi antara variabel dengan variabel lainnya. Maka dari itu disimpulkan bahwa penelitian ini telah memenuhi Fornell-Larcker Criterion.

Selanjutnya yaitu pengujian cross loading. Pengujian cross loadings merupakan pengujian korelasi antara indikator dengan variabel. Berikut adalah perhitungan nilai cross loadings:

Tabel 4.7 Nilai *Cross Loadings*

Indikator	Persepsi Manfaat (X1)	Persepsi Kemudahan (X2)	Kepercayaan (X3)	Minat Penggunaan QRIS (Y)
X1.1	0.879	0.695	0.605	0.645
X1.2	0.860	0.650	0.568	0.673

X1.3	0.887	0.673	0.617	0.646
X1.4	0.841	0.668	0.647	0.625
X1.5	0.882	0.682	0.638	0.654
X1.6	0.841	0.652	0.659	0.667
X2.1	0.728	0.859	0.618	0.626
X2.2	0.678	0.845	0.619	0.601
X2.3	0.657	0.862	0.625	0.603
X2.4	0.688	0.853	0.613	0.687
X2.5	0.600	0.843	0.654	0.719
X2.6	0.568	0.788	0.573	0.675
X3.1	0.621	0.652	0.888	0.659
X3.2	0.578	0.624	0.857	0.561
X3.3	0.646	0.655	0.884	0.640
X3.4	0.678	0.647	0.884	0.655
Y1	0.678	0.715	0.650	0.932
Y2	0.712	0.695	0.731	0.896
Y3	0.683	0.693	0.589	0.922

Sumber : Data diolah, 2024

4.2.1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini menggunakan dua metode untuk mengukur uji reliabilitas yaitu Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Variabel dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability yang dihasilkan $>0,70$.

Pada tabel berikut dapat dilihat nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability:

Tabel 4.8 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	0.933	0.947	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X2)	0.918	0.936	Reliabel
Kepercayaan (X3)	0.901	0.931	Reliabel
Minat Penggunaan QRIS (Y)	0.905	0.940	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability $>0,70$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut reliabel.

4.2.2 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

4.2.2.1 Uji R-Square (R^2)

Pengujian uji r-square (R^2) merupakan uji nilai yang digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh semua variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Berikut adalah nilai hasil pengujian R-square :

Tabel 4.9 Hasil Uji R-Square

	R-Square
Minat Penggunaan QRIS (Y)	0.683

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai R-Square dari Minat Penggunaan QRIS (Y) sebesar 0.683 (68,3%). Yang berarti bahwa variabel ini dipengaruhi oleh variabel Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2), dan Kepercayaan (X3) sebesar 68,3% dan 31,7% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

4.2.2.2 Path Coefficient

Path Coefficient digunakan untuk memeriksa arah hubungan antar variabel, nilai path coefficient berkisar dari -1 sampai +1. Jika nilai path coefficient antara dua variabel di atas nol, maka menunjukkan hubungan yang positif. Begitu pula

jika nilai path coefficient antara dua variabel di bawah nol, maka menunjukkan hubungan yang negatif. Berikut ini adalah nilai hasil pengujian path coefficient :

Tabel 4.10 Nilai *Path Coefficient*

	Sampel Asli	Rata-rata Mean (M)	P Values
X1 -> Y	0.294	0.294	0.002
X2 -> Y	0.388	0.217	0.000
X3 -> Y	0.222	0.394	0.018

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa semua arah nilai path coefficient memiliki arah yang positif. Artinya hubungan antara persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan kepercayaan dapat berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS.

4.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji model struktural dalam penelitian. Hasil pengujian hipotesis dapat diketahui melalui tabel path coefficient dan nilai sampel asli.

Tabel 4.11 Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Variabel	Sampel Asli	P-Value	Hasil
H1	Persepsi Manfaat -> Minat Penggunaan QRIS	0.294	0.002	Didukung
H2	Persepsi Kemudahan -> Minat Penggunaan QRIS	0.388	0.000	Didukung
H3	Kepercayaan -> Minat Penggunaan QRIS	0.222	0.018	Didukung

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.11 hasil hipotesis dapat dinyatakan sebagai berikut :

4.3.1 Pengujian Hipotesis H1 : Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan QRIS

Hasil pengujian terhadap hipotesis H1, yaitu persepsi manfaat terhadap minat penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan. Variabel persepsi manfaat yang dihubungkan dengan minat penggunaan QRIS menunjukkan nilai sampel asli sebesar 0.294 dan P-Value sebesar 0.002. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) didukung karena memiliki hubungan arah yang positif. Hal tersebut mengindikasikan bahwa persepsi manfaat dalam penggunaan sebuah teknologi dapat meningkatkan kinerja mereka. Semakin tinggi kepercayaan seseorang terhadap manfaat teknologi yang digunakan, maka akan semakin tinggi pula minat pengguna untuk menggunakan layanan QRIS dalam bertransaksi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Priambodo & Prabawani (2016), yang menyebutkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Romadloniyah & Prayitno (2018), yang menyebutkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat nasabah.

4.3.2 Pengujian Hipotesis H2 : Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan QRIS

Hasil pengujian terhadap hipotesis H2, yaitu persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan. Variabel persepsi kemudahan yang dihubungkan dengan minat penggunaan QRIS menunjukkan nilai

sampel asli sebesar 0,388 sedangkan nilai P-Value sebesar 0,000. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) didukung karena memiliki arah hubungan yang positif. Hal tersebut mengindikasikan bahwa terdapat kemudahan dalam menggunakan QRIS untuk bertransaksi. Seseorang yang merasa bahwa terdapat kemudahan dalam menggunakan QRIS cenderung akan tetap menggunakan layanan QRIS tersebut secara terus menerus untuk bertransaksi.

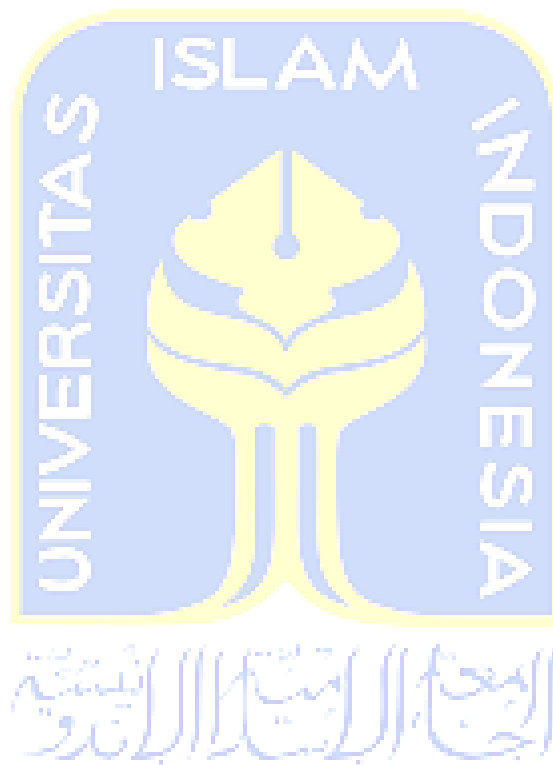
Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Priambodo & Prabawani (2016), yang menyebutkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Ningsih, Sasmita & Sari (2021) yang menyebutkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan layanan Uang Elektronik berbasis QRIS.

4.3.3 Pengujian Hipotesis H3 : Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan QRIS

Hasil pengujian terhadap hipotesis H3, yaitu kepercayaan terhadap minat penggunaan QRIS berpengaruh dan signifikan. Variabel kepercayaan yang dihubungkan dengan minat penggunaan QRIS menunjukkan nilai sampel asli sebesar 0,222 dan nilai P-Value sebesar 0,018. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H3) didukung karena memiliki arah hubungan yang positif. Hal tersebut mengindikasikan bahwa terdapat kepercayaan saat menggunakan QRIS untuk bertransaksi. Semakin besar kepercayaan seseorang terhadap penggunaan

layanan QRIS maka semakin banyak pula orang yang menggunakan QRIS sebagai alat transaksi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Romadloniyah & Prayitno (2018), yang mengatakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang didapatkan yaitu :

1. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Dalam penggunaan sistem jika memberikan manfaat maka seseorang akan cenderung menggunakannya. Dengan terdapatnya manfaat menggunakan QRIS maka akan semakin banyak orang yang menggunakan QRIS untuk bertransaksi.
2. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Artinya semakin mudah sistem dan layanan dalam penggunaannya maka akan semakin banyak seseorang yang mengambil keputusan dengan menggunakan QRIS untuk bertransaksi, karena terdapatnya kemudahan dalam menggunakan layanan transaksi non tunai (QRIS).
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Artinya masyarakat melakukan transaksi dengan menggunakan QRIS karena percaya bahwa terdapat kenyamanan saat menggunakannya.

5.2 Implikasi Penelitian

1. Bagi Layanan Transaksi Non Tunai (QRIS)

Dengan penelitian ini yang meneliti tentang persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan QRIS, diharapkan untuk

layanan transaksi non tunai (QRIS) untuk memperhatikan hal-hal yang dapat memengaruhi seseorang untuk menggunakan layanan transaksi non tunai (QRIS). Kemudian diharapkan QRIS dapat selalu meningkatkan sistemnya dan selalu menjaga kepercayaan untuk masyarakat.

2. Bagi Akademis

Dengan penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dalam ilmu pengetahuan serta informasi untuk referensi penelitian selanjutnya.

5.3 Keterbatasan Penelitian

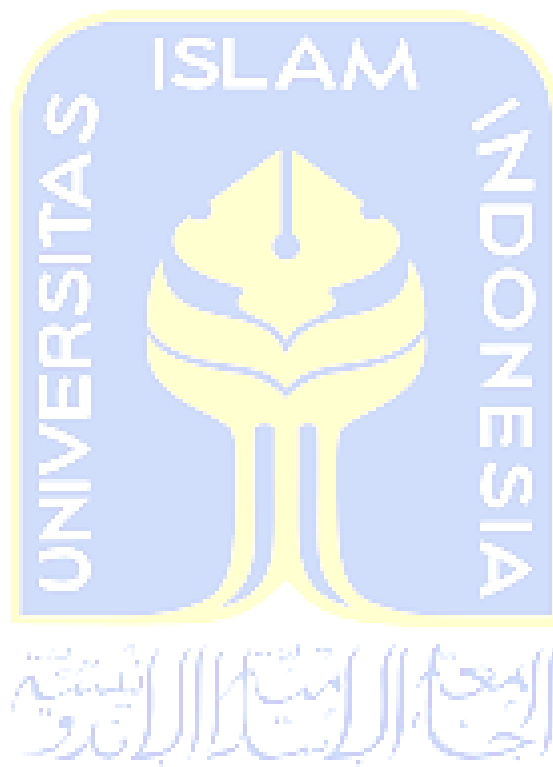
Pada penelitian ini penulis menyadari bahwa masih terdapat beberapa keterbatasan yang diharapkan dapat diperbaiki untuk penelitian selanjutnya :

1. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang diisi langsung oleh responden. Artinya peneliti tidak dapat mengontrol secara langsung para responden, sehingga sebagian besar jawaban yang didapatkan yaitu berprofesi sebagai mahasiswa. Kemudian jawaban yang diterima dari objek kemungkinan tidak semuanya objektif.
2. Domisili responden yang dijangkau penulis masih terbatas, sehingga masih terdapat banyak provinsi yang belum dapat dijangkau oleh penulis.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan terdapat saran dari penulis yang dapat dilakukan untuk penelitian selanjutnya, yaitu diharapkan pada penulis dalam penelitian selanjutnya untuk memperluas jangkauan

responden sehingga domisili responden pada penelitian selanjutnya lebih merata dan beragam.



DAFTAR PUSTAKA

- Mulyadi, A., & W, P. S. I. (2019). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Konsumen Gopay*.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 5(2), 127–135.
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan , Manfaat Dan Risiko Pada Minat Penggunaan E-Money Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 17(02), 151–158.
<https://ejournal.unisnu.ac.id/JDEB%0ATerakreditasi>
- Arief, & Wibowo. (2008). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Proceeding Book of Konferensi Nasional Sistem Informasi, April 2008*, 1–8.
<http://peneliti.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2008/.../arif+wibowo.pdf>
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 699. <https://doi.org/10.30736/jpens.v3i3.163>
- Laksana, G. B., Astuti, E. S., & Dewantara, R. Y. (2015). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang , Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(2), 1–8.

- Yulianto, T. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank BRI). *Artikel Ilmiah*, 5, 6–18
- Herdiana. (2013). Pengaruh Computer Self Efficacy terhadap Persepsi Manfaat Sistem Informasi Akuntansi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Fullah, L. (2011). Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Bri (Studi Kasus : Seluruh Nasabah Bank Bri Jakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Universitas Bina Nusantara*, 2(1), 1–10.
- Wahyudi, W. (2022). Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Sistem Informasi Penjualan Tiket Konser Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (Eucs) Pada Website Motikdong.Com. *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(4), 73. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v7i4.1989>
- Wahyuni, B. S., & Ruswanti, R. (2018). Pengetahuan tentang Menopause dengan Tingkat Kecemasan pada Wanita Premenopause di Rumah Sakit. *Jurnal Ilmiah Ilmu Keperawatan Indonesia*, 8(03), 472-478.
- Rachmawati, R. C., & Diningsih, E. (2021). Pengenalan sosio scientific issue secara daring terhadap kemampuan penalaran siswa. *Media Penelitian Pendidikan: Jurnal Penelitian Dalam Bidang Pendidikan Dan Pengajaran*, 15(1), 31-36.
- AMRI, M. (2022). Strategi Fundraising Dana Zakat dengan Sistem QRIS di Baznas Kabupaten Banyumas. *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 4(1), 37–53.

- Indonesia, B. (2020). *Bank Indonesia*. Retrieved from Elektronifikasi :
<https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx>
- Wijayanti, F. (2017). Pengaruh Presepsi Manfaat, Presepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Presepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ghozali, I. (2011). *Ghozali_Imam_2011_Aplikasi_Analisis_Mult.pdf* (p. 129).
- Irmadhani, & Nugroho, M. A. (2012). Pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan dan. *Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, 1–20.
- Lestari, A. (2022). PENGARUH AUDIT FEE , AUDIT TENURE DAN UKURAN KAP (KANTOR AKUNTAN PUBLIK) TERHADAP INDEPENDENSI AUDITOR (Studi Empiris Pada Kantor Akuntan Publik Wilayah Jakarta Timur , Jakarta Selatan dan Jakarta Pusat). *Repository STIE Indonesia*, 23–32.
<http://repository.stei.ac.id/9143/>
- Maros, H., & Juniar, S. (2016). Hubungan Media Gambar Dengan Hasil Belajar Peserta Didik Kelas VI Bidang PAI di SDN 014 Kecamatan Sukajadi. *Hubungan Media Gambar Dengan Hasil Belajar Peserta Didik Kelas IV Bidang PAI Di SDN 014 Kecamatan Sukajadi*, 1–23.
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 1–9.

- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan , Manfaat Dan Risiko Pada Minat Penggunaan E-Money Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 17(02), 151–158.
<https://ejournal.unisnu.ac.id/JDEB%0ATerakreditasi>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 5(2), 127–135.
- Risma, A. A., & Sri, D. E. (2021). Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Teknologi Pembayaran. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17, 10–17.
- Tony Sitinjak, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- Nurrohmah, Resti Fadhillah, and Radia Purbayati. "Pengaruh tingkat literasi keuangan syariah dan kepercayaan masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah." *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)* 3.2 (2020): 140-153.
- Sugiyono, P. D. (2018). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225.
- Evayani, D. A. (2021). *ANALISIS PENGUKURAN MINAT PENGGUNA APLIKASI MOBILE* . Aceh : Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir mahasiswa Akuntansi Program Strata Satu (S1) Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, saya Hikmatuz Zuhriyah, saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul :

“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Indonesian Standard (QRIS)”

Pengisian poin pertanyaan dilakukan sesuai dengan petunjuk yang ada di dalam kuesioner. Atas partisipasi dan bantuannya, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Penulis

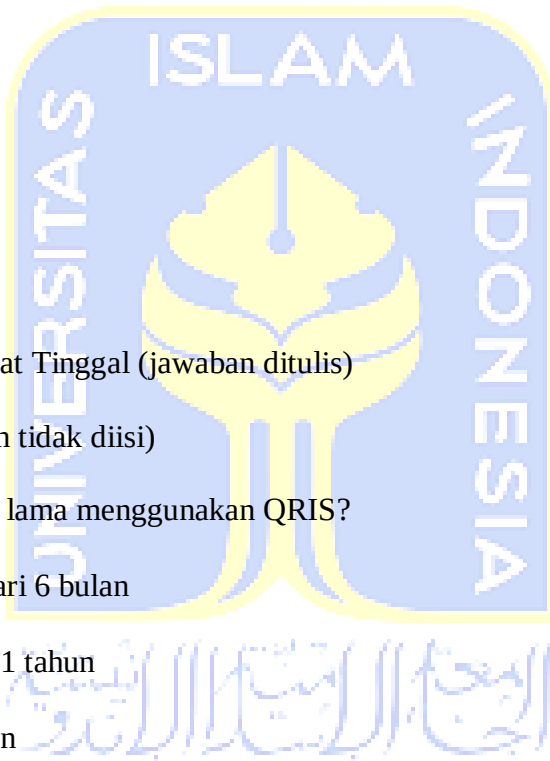
Hikmatuz Zuhriyah

Pembimbing

Yuni Nustini, Dra., MAFIS., Ak., CA., Ph.D.

Identitas Responden

1. Nama Responden (boleh inisial)
2. Jenis Kelamin Responden
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. Usia Responden
 - 17-23
 - 24-29
 - 30-34
 - 35-39
4. Daerah Tempat Tinggal (jawaban ditulis)
5. No. HP (boleh tidak diisi)
6. Sudah berapa lama menggunakan QRIS?
 - Kurang dari 6 bulan
 - 6 bulan – 1 tahun
 - 1 – 3 tahun
 - Lebih dari 3 tahun



ITEM PERTANYAAN

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dengan keterangan sebagai berikut :

Keterangan Skor Jawaban :

1. 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
2. 2 = Tidak Setuju
3. 3 = Netral (N)
4. 4 = Setuju (S)
5. 5 = Sangat Setuju (SS)

Persepsi Manfaat

No	Persepsi Manfaat	1	2	3	4	5
1	Saya merasa dengan QRIS, saya dapat melakukan transaksi lebih cepat					
2	Saya merasa dengan menggunakan QRIS, saya dapat melakukan transaksi dengan praktis					
3	Secara keseluruhan saya merasa QRIS bermanfaat dalam pembayaran transaksi pribadi dan sehari-hari					
4	Saya merasa QRIS dapat meningkatkan produktifitas dalam transaksi non tunai					
5	Saya merasa QRIS dapat meningkatkan efektifitas dalam melakukan transaksi non tunai					
6	Saya merasa dengan menggunakan QRIS dapat meningkatkan kinerja saya					

Persepsi Kemudahan

No	Persepsi Kemudahan	1	2	3	4	5
1	Saya dapat dengan mudah mempelajari QRIS					
2	Saya dapat memahami dengan mudah interaksi dalam penggunaan QRIS					
3	Saya membutuhkan waktu yang relatif singkat saat bertransaksi dengan QRIS					
4	Transaksi menggunakan QRIS dapat meminimalisir waktu saya dibandingkan dengan menggunakan uang tunai					
5	Saya merasa lebih mudah bertransaksi menggunakan QRIS dibandingkan menggunakan uang tunai					
6	Saya dapat bertransaksi dimana saja dengan QRIS					

Kepercayaan

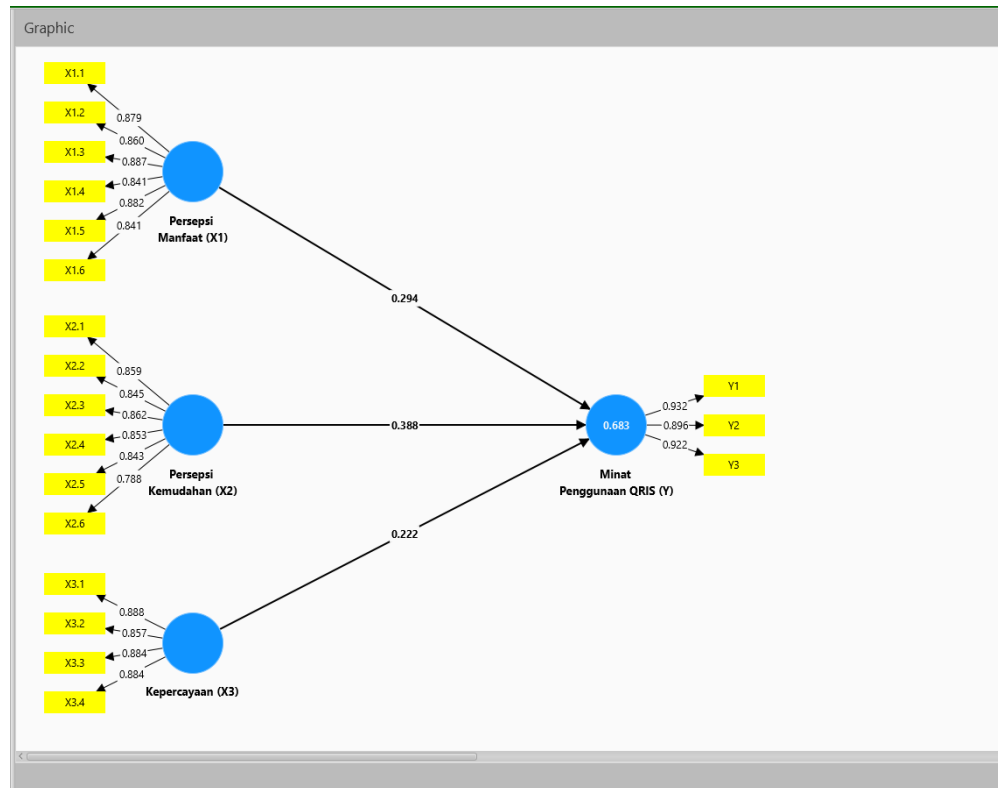
No	Kepercayaan	1	2	3	4	5
1	Saya percaya bahwa QRIS dapat dipercaya untuk memberikan layanan terhadap penggunanya					
2	Saya percaya bahwa QRIS berkomitmen memberikan jasa sesuai dengan apa yang mereka janjikan					
3	Saya percaya bahwa banyak manfaat yang didapat dengan menggunakan QRIS					
4	Saya berharap akan menggunakan QRIS secara meningkat dimasa mendatang					

Minat Penggunaan QRIS

No	Minat Penggunaan	1	2	3	4	5
1	Saya akan menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran setiap transaksi					
2	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk bertransaksi menggunakan QRIS					
3	Saya akan menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran utama					

Lampiran 2

Hasil Uji Evaluasi Model



Lampiran 3

Hasil Uji Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

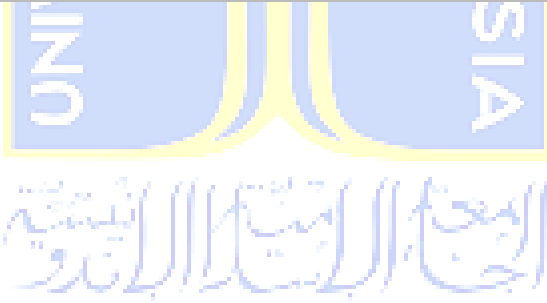
Hasil Outer Loading

[illegible]

Hasil Reliabilitas Konstruk dan Validitas

[illegible]

- *Fornell-Larcker Criterion*

[illegible]

- *Cross Loading*

[illegible]

Lampiran 4

Hasil Uji Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Hasil Uji R-Square (R^2)

[illegible]

