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

SKRIPSI

Oleh :

Nama : Rusita Filza Magfira

No. Mahasiswa : 19312467

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
TAHUN AJARAN
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

HALAMAN JUDUL

SKRIPSI

Dikerjakan dan diajukan sebagai syarat untuk mencapi derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama : Rusita Filza Magfira

No. Mahasiswa : 19312467

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam Tindakan plagiasi seperti dimaksud dalam buku pedoman penulisan skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 16 Juli 2024

Penulis



(Rusita Filza Magfira)

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Ringroad Utara, Condong Catur, Depok
Sleman, Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 883087, 885376;
F. (0274) 882589
E. fe@uii.ac.id
W. fecon.uii.ac.id

SURAT KETERANGAN HASIL TES KEMIRIPAN

No.: 919/Ka.Div/10/Div.PP/VII/2024

Bismillaahirrahmaanirrahiim.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	:	**Rusita Filza Magfira**
Nomor Mahasiswa	:	**19312467**
Dosen Pembimbing	:	**Sigit Handoyo, SE., M.Bus., CFra.**
Program Studi	:	**Akuntansi**
Judul Karya Ilmiah	:	**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**
Nomor Hp	:	**081292843004**

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses tes kemiripan (*similarity test*) menggunakan **Turnitin** dengan hasil **16% (enam belas persen)** sesuai aturan batas minimal dinyatakan lolos yang diberlakukan di Universitas Islam Indonesia yaitu sebesar 20% (dua puluh persen).

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Yogyakarta, 15 Juli 2024

Kepala Divisi Pengelolaan Pengetahuan,

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA ★ YOGYAKARTA ★ FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

Suwardi, S.IP., M.IP

HALAMAN PENGESAHAN

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

SKRIPSI

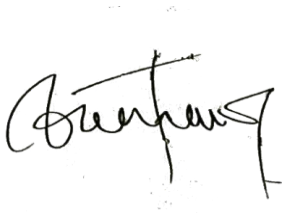
Diajukan Oleh:

Nama: Rusita Filza Magfira

No. Mahasiswa: 19312467

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 12 Juli 2024



Dosen Pembimbing

(Sigit Handoyo, SE., M.Bus., CFra.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

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

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Genap 2023/2024, hari Senin, tanggal 05 Agustus 2024, Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama	: RUSITA FILZA MAGFIRA
NIM	: 19312467
Judul Tugas Akhir	: 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
Dosen Pembimbing	: Sigit Handoyo, SE., M.Bus., CFra.

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 : Sigit Handoyo, SE., M.Bus., CFra. .....

Anggota Tim : Reni Yendrawati, Dra., M.Si., CFra. .....

Yogyakarta, 05 Agustus 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

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

Disusun oleh : RUSITA FILZA MAGFIRA

Nomor Mahasiswa : 19312467

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Senin, 05 Agustus 2024

Penguji/Pembimbing Skripsi : Sigit Handoyo, SE., M.Bus., CFra. .....

Penguji : Reni Yendrawati, Dra., M.Si., CFra. .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

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

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan untuk Mama & Papa tercinta, yang telah menjadi pilar utama dalam perjalanan ini. Setiap langkah, tantangan, dan pencapaian adalah hasil dari doa-doa, dukungan, dan cinta tanpa batas yang kalian berikan. Kehadiran kalian adalah cahaya dalam kegelapan, dan dengan rasa syukur, saya berharap hasil penulisan ini menjadi ungkapan terima kasih yang tak terhingga atas segala pengorbanan dan kasih sayang kalian.

Terima kasih, Mama & Papa

MOTTO

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap".

(***QS Al-Insyirah, 6-8***)

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Pertama dan yang paling utama penulis panjatkan puji syukur kepada Allah Subhanahu Wata'ala atas taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Teriring sholawat salam kepada Nabi Muhammad Sholallahu 'alaihi wasallam dan para sahabat. Skripsi ini berjudul **"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"** dilaksanakan sebagai syarat akademis guna memperoleh gelar Sarjana Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Proses penyusunan skripsi ini tentunya tak lepas dari *support*, doa, dan bimbingan orang-orang di sekitar penulis yang selalu memberi motivasi dan dorongan agar skripsi ini terselesaikan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT. Yang senantiasa memberikan kekuatan, kesehatan, kemudahan, kesabaran sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
2. Kedua orang tua penulis, Bapak Rusmanto dan Ibu Rita Mulyani yang senantiasa memberikan doa dan dukungan baik berupa materi maupun

motivasi.

3. Adik kandung penulis, Maura Firza Alayya dan Rafi Akbar Gibran
4. Rektor Universitas Islam Indonesia, Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D.
5. Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, Bapak Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.
6. Ketua Jurusan Akuntansi, Universitas Islam Indonesia, Bapak Dekar Urumsah, S.E., S.Si., M.Com(IS)., Ph.D., CFrA., CertIPSAS.
7. Ketua Program Studi Akuntasi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, Bapak Prof. Rifqi Muhammad, S.E., M.Sc., Ph.D., SAS, ASPM.
8. Dosen pembimbing, Bapak Sigit Handoyo, SE., M.Bus., CFra. yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan arahan, kritik, dan saran sehingga penulis dapat menyelesaian tugas akhir ini.
9. Para Dosen dan Staff Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
10. Anastasya Putri, sahabat penulis yang senntiasa memberikan semangat dan dukungan dalam penyusunan tugas akhir ini.
11. Seluruh teman-teman mahasiswa Program Studi Akuntansi Angkatan 2019 yang telah menjadi bagian dari cerita kehidupan penulis.
12. Responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan informasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.

Dalam hal ini penulis menyadari skripsi ini masih belum sempurna, baik dari materi, penulisan maupun dari segi penyajian karena keterbatasan penulis. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik untuk pengembangan diri penulis ke depannya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 16 Juli 2024

Penulis,



(Rusita Filza Magfira)

DAFTAR ISI

SKRIPSI ..... **i**

HALAMAN JUDUL ..... **ii**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME ..... **iii**

HALAMAN PENGESAHAN ..... **ii**

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI ..... **iii**

HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **v**

MOTTO ..... **vi**

KATA PENGANTAR ..... **vii**

DAFTAR ISI ..... **x**

DAFTAR TABEL ..... **xv**

DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**

ABSTRACT ..... **xviii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 4

1.3 Tujuan Penelitian 5

1.4 Manfaat Penelitian 6

1.5 Sistematika Penulisan 7

BAB I : PENDAHULUAN 7

BAB II : KAJIAN PUSTAKA 7

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN 8

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN 8

BAB V : KESIMPULAN DAN IMPLIKASI 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA 9

2.1 Landasan Teori 9

2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM) 9

2.1.2 Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) 10

2.1.3 Sistem Pembayaran 11

2.1.4 Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) 13

2.1.5 Presepsi Kemudahan 17

2.1.6 Persepsi Manfaat 18

2.1.7 Persepsi Keamanan 19

2.1.8 Perilaku Penggunaan 20

2.1.9 Social Influence 21

2.1.10 Gen Y 23

2.1.11 Gen Z 23

2.2 Penelitian Terdahulu 24

2.3 Pengembangan Hipotesis 35

2.3.1 Dampak Persepsi Kemudahan Pada Minat dalam Menggunakan Pembayaran Berbasis QRIS. 35

H1 : Persepsi Kemudahan berdampak positif pada minat penggunaan QRIS. 36

2.3.2 Dampak Persepsi Manfaat Pada Minat dalam Menggunakan Pembayaran Berbasis QRIS. 36

H2 : Persepsi Manfaat berdampak positif pada minat penggunaan QRIS 37

2.3.3 Dampak Persepsi Keamanan Pada Minat dalam Menggunakan Pembayaran Berbasis QRIS. 37

H3 : Persepsi kemanan berdampak positif pada minat penggunaan QRIS. 38

2.3.4 Dampak Perilaku Pengunaan Pada Minat dalam Menggunakan Pembayaran Berbasis QRIS. 38

H4 : Persepsi perilaku pengunaan berdampak positif pada minat penggunaan QRIS. 39

2.3.5 Dampak Persepsi *Social Influence* Pada Minat dalam Menggunakan Pembayaran Berbasis QRIS. 39

H5 : *Social influence* berdampak positif pada minat penggunaan QRIS. 40

2.4 Kerangka Pemikiran 41

BAB III METODE PENELITIAN 42

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian 42

3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional 43

3.2.1 Variabel Terikat (Dependent Variable) 44

3.2.2 Minat (Y) 44

3.2.3 Variabel Bebas (Independent Variable) 44

3.3.1 Uji Asumsi Klasik 49

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data 51

3.3.2 Uji Kualitas Data 53

3.3.1 Analisis Regresi Berganda 55

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 59

4.1 Hasil Pengumpulan Data 59

4.2 Karakteristik Responden 60

4.2.1 Usia 60

4.2.2 Domisili 60

4.2.3 Pekerjaan 61

4.3 Analisis Statistik Deskriptif 62

4.4 Uji Validitas 63

4.5 Uji Reliabilitas 65

4.6 Uji Asumsi Klasik 66

4.6.1 Uji Normalitas 66

4.6.2 Uji Multikolinieritas 67

4.6.3 Uji Heteroskedastisitas 68

4.7 Hasil Uji QRIS 68

4.7.1 Uji Model 68

4.7.2 Uji Variabel 73

BAB V KESIMPULAN & IMPLIKASI 78

5.1 Kesimpulan 78

5.2 Implikasi 79

5.3 Saran 80

DAFTAR PUSTAKA 82

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN 88

LAMPIRAN 2 TABULASI DATA KUESIONER 94

LAMPIRAN 3 HAJIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS 97

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu……...24

Tabel 4.1 Karaktaeristik Pengguna Berdasarkan Usia…….64

Tabel 4.2 Karakteristik Pengguna Berdasarkan Domisili……64

Tabel 4.3 Karakteristik Pengguna Berdasarkan Pekerjaan…….65

Tabel 4.4 Hasil Statistik Deskriptif Pengguna……..66

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Pengguna……..67

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Pengguna……..69

Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Pengguna……..70

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas Pengguna……71

Tabel 4.9 Hasil Heteroskedastisitas Pengguna……..71

Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Pengguna…….72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Technology Acceptance Model (TAM). 9

Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran. 41

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi minat Generasi Y dan Generasi Z di Provinsi DI Yogyakarta terhadap Persepsi kemudahan, Persepsi manfaat, Persepsi keamanan, Perilaku Penggunaan, dan Social Influence dalam menggunakan QRIS sebagai media pembayaran. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode n*on-probability sampling*, yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel. Teknik non-probability sampling yang digunakan adalah purposive sampling, di mana peneliti memilih sampel dengan kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, responden yang dipilih adalah Generasi Y dan Generasi Z yang memiliki rentang usia 12 tahun - 43 tahun di Provinsi DI Yogyakarta dan responden yang menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui google form dengan jumlah sampel sebanyak 217 responden.Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan program komputer dengan aplikasi Software Statistical Package for Social Science (SPSS).Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, perilaku penggunaan, dan *social influence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Y dan Generasi Z dalam menggunakan QRIS sebagai media pembayaran.

Kata Kunci: Minat Penggunaan QRIS Sebagai Media Pembayaran, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Perilaku Penggunaan, dan *Social Influence*.

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence the interest of Generation Y and Generation Z in DI Yogyakarta Province regarding perceived convenience, perceived benefits, perceived security, usage behavior and social influence in using QRIS as a payment media. Sampling in this study used a non-probability sampling method, which is a sampling technique that does not give each member of the population an equal opportunity to become a sample. The non- probability sampling technique used is purposive sampling, where the researcher selects samples using certain criteria. In this research, the respondents selected were Generation Y and Generation Z with an age range of 12 years - 43 years in DI Yogyakarta Province and respondents who used QRIS as a payment method. The data collection method used was by distributing questionnaires online via Google Form with a sample size of 217 respondents. The data analysis method used in this study uses a computer program with an application Software Statistical Package for Social Science (SPSS). The results of this research show that perceived convenience, perceived usefulness, perceived security, usage behavior, and social influence have a positive and significant influence on Generation Y and Generation Z interest in using QRIS as a payment media.

Keywords: Interest in Using QRIS Based Payments, Perceived Convenience, Perceived Benefits, Perceived Security, Usage Behavior, and *Social Influence*.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini penggunaan teknologi berkembang sangat pesat, sehingga kebiasaan masyarakat Indonesia tidak bisa lepas dari sistem digital. Era Industri 4.0 juga menuntut kita untuk melek teknologi untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi (Nihayah dkk., 2022). Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang cepat telah menyebabkan perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi dan keuangan, terutama untuk bertransaksi. Perkembangan teknologi ini telah mendukung digitalisasi bentuk transaksi *financial elektronic* yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (Abiba & Indrarini, 2021).

Berdasarkan "Peraturan Bank Indonesia Nomor 23/6/PBI/2021 tentang Penyelenggara Jasa Pembayaran, Bank Indonesia berwenang memberikan izin penggunaan alat pembayaran untuk menjamin efisiensi dan keamanan bagi nasabah". Tanpa sistem transaksi yang optimal, akses ekonomi bisa terkendala. Kemajuan teknologi komunikasi & informasi sudah mendukung perkembangan pembayaran elektronik misalnya ATM, kartu debit, wesel, kartu kredit, rekening bank, cek, serta mata uang kripto.

Perubahan dalam alat pembayaran tidak hanya mencakup peralihan dari penggunaan alat pembayaran berbasis kertas ke yang berbasis kartu dan elektronik, tetapi juga diiringi dengan proses penyelesaian yang semakin cepat, sehingga kemajuan pembayaran non-tunai di Indonesia dapat terus

berkembang (Mazer dkk., 2021).

Salah satu inovasi terkini dalam sistem pembayaran adalah penerapan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), sebuah standar nasional untuk pembayaran menggunakan QR *Code* yang dikembangkan oleh Bank Indonesia. QRIS dirancang untuk mengintegrasikan berbagai QR Code dari berbagai penyedia jasa sistem pembayaran (PJSP) (Sriekaningsih, 2020). Sistem pembayaran QRIS memfasilitasi transaksi dengan memungkinkan pembayaran hanya dengan memindai kode QR, sehingga tidak perlu menggunakan uang tunai atau kartu fisik. QRIS menyatukan berbagai layanan pembayaran ke dalam satu standar nasional, sehingga memudahkan pengguna dengan berbagai aplikasi untuk bertransaksi di satu tempat. Transaksi cepat dan *real-time*, menghemat waktu. QRIS dapat digunakan di banyak perangkat, meningkatkan aksesibilitas dan memiliki protokol keamanan yang ketat untuk melindungi data pengguna, menjadikannya pilihan pembayaran digital yang nyaman dan efisien (Palupi dkk, 2022).

QRIS secara resmi mulai dipakai menjadi alat transaksi sejak 1 Januari 2020. Gubernur Bank Indonesia menyatakan bila QRIS mempunyai fitur yang mudah, universal, langsung serta menguntungkan (Widjanarko, 2020). Menurut "Bank Indonesia, hingga Juni 2023, jumlah merchant QRIS telah mencapai 26,7 juta, dengan total pengguna QRIS mencapai 37 juta dan angka ini sudah mencapai 82% dari target 45 juta pengguna pada tahun 2023" (Bank Indonesia, 2023). Perry Warjiyo, Gubernur Bank Indonesia, menjabarkan "penggunaan QRIS memberikan banyak manfaat, termasuk

meningkatkan efisiensi ekonomi, mempercepat inklusi keuangan, dan mendukung pertumbuhan UMKM melalui sistem pembayaran digital dan juga penggunaan QRIS ini dianggap mudah dan cepat".

Kemudahan penggunaan digital ini sangat akrab dengan generasi Y (Gen Y) dan Generasi Z (Gen Z). Dimana individu yang lahir antara tahun 1980-an hingga 2000-an merupakan individu dengan kelompok demografis dengan kecenderungan lebih cepat mengadopsi teknologi baru dibandingan dengan generasi diatasnya. Mereka terbiasa menggunakan gadget untuk berkomunikasi, mencari informasi dari berbagai sumber, dengan kemudahan *smartphone (gadget),* masyarakat dapat melakukan berbagai aktivitas seperti browsing internet, bermain game, bahkan berbelanja, semuanya hanya dalam genggaman tangan (Hastini dkk., 2020). Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), yang terkenal sebagai kota pelajar dan pusat kebudayaan, adaptasi terhadap teknologi pembayaran baru seperti QRIS menjadi fenomena menarik untuk dipelajari.

Penelitian terkait minat penggunaan QRIS pada gen Z di Yogykakarta juga pernah dilakukan oleh (Putri, 2023) dimana dalam penelitian ini menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan teori UTAUT2 sebagai acuan penelitiannya. Terdapat beberapa temuan atau hasil penelitian dimana terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi minat Gen Z dalam penggunaan QRIS dalam metode pembayarannya yaitu variabel persepsi kemudahan, variabel persepsi manfaat, serta variabel *brand images* namun terdapat faktor yang tidak mempengaruhi minat Gen Z dalam penggunaan QRIS yaitu pada faktor

persepsi keamanan. Perkembangan teknologi merubah cara kita melaksanakan pembayaran *financial*, khususnya peralihan dari penggunaan uang tunai ke metode non tunai. Akibatnya, semakin banyak orang memilih transaksi non tunai karena berbagai kelebihannya.

Dipengkajian ini, penulis hendak mendalami taraf minat Gen Y dan Gen Z memakai QRIS menjadi media transaksi di Provinsi DI Yogyakarta. Penelitian ini memakai minat pemakaian QRIS menjadi variabel dependen, sedangkan persepsi kemudahan, manfaat, keamanan, perilaku penggunaan dan *social influence* menjadi variabel independen. Tujuannya adalah guna memberi fakta apakah QRIS berdampak positif/negatif terhadap minat penggunaannya menjadi media transaksi. Provinsi DI Yogyakarta dipilih sebagai lokasi penelitian, dengan Gen Y dan Gen Z sebagai target responden.

Melalui penjabaran tersebut, penulis tertarik guna melaksanakan pengkajian berjudul "**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**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah presepsi kemudahan berdampak pada minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai media pembayaran

yang dilaksanakan Gen Y & Gen Z di Provinsi DI. Yogyakarta?

2. Apakah persepsi manfaat berdampak pada minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai media pembayaran yang dilaksanakan Gen Y & Gen Z di Provinsi DI. Yogyakarta?
3. Apakah persepsi keamanan berdampak pada minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai media pembayaran yang dilakukan Gen Y & Gen Z di Provinsi DI. Yogyakarta?
4. Apakah perilaku pengunaan pengunaan berdampak pada minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai media pembayaran yang dilaksanakan Gen Y & Gen Z di Provinsi DI. Yogyakarta?
5. Apakah *social influence* berdampak pada minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai media pembayaran yang dilaksanakan Gen Y & Gen Z di Provinsi DI. Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan penelitian yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai media pembayaran yang dilakukan Gen Y & Gen Z di Provinsi DI. Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai

media pembayaran yang dilakukan Gen Y & Gen Z di Provinsi DI. Yogyakarta.

3. Untuk mengetahui persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai media pembayaran yang dilakukan Gen Y & Gen Z di Provinsi DI. Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui perilaku penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai media pembayaran yang dilakukan Gen Y & Gen Z di Provinsi DI. Yogyakarta.
5. Untuk mengetahui social influence berpengaruh terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai media pembayaran yang dilakukan Gen Y & Gen Z di Provinsi DI. Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Pengkajian ini di inginkan bisa membagikan kegunaan untuk:

1. Bagi Penulis

   Diinginkan pengkajian ini bisa membagikan wawasan serta data mengenai dampak minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai media pembayaran yang dilakukan Gen Y & Gen Z di Provinsi DI. Yogyakarta.

2. Bagi Gen Y & Gen Z

   Penelitian ini memberikan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang

mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan QRIS dan dapat berkontribusi pada pengembangan strategi yang lebih efektif oleh penyedia layanan pembayaran. Dengan memahami presepsi kemudahan, manfaat, keamanan, perilaku penggunaan, dan *sosial influence*, perusahaan dapat menciptakan layanan yang lebih memenuhi kebutuhan dan preferensi Generasi Y dan Z serta mendorong adopsi teknologi pembayaran digital dan mendukung inklusi keuangan generasi muda di DI Yogyakarta.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti yang akan datang dan menjadi referensi penting untuk penelitian serupa di masa mendatang

1.5 Sistematika Penulisan

Buku ini disusun secara sistematis dalam lima bab untuk memudahkan pemahaman terhadap temuan penelitian yang ada. Setiap bab dijelaskan berupa:

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bagian ini mencakup landasan teori, tinjauan penelitian sebelumnya, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini mencakup penentuan populasi dan sampel, variabel penelitian, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini mencakup analisis deskriptif berikut pengujian hipotesis dan pembahasan hasil analisis.

BAB V : KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Bagian ini mencakup kesimpulan, dan implikasi.

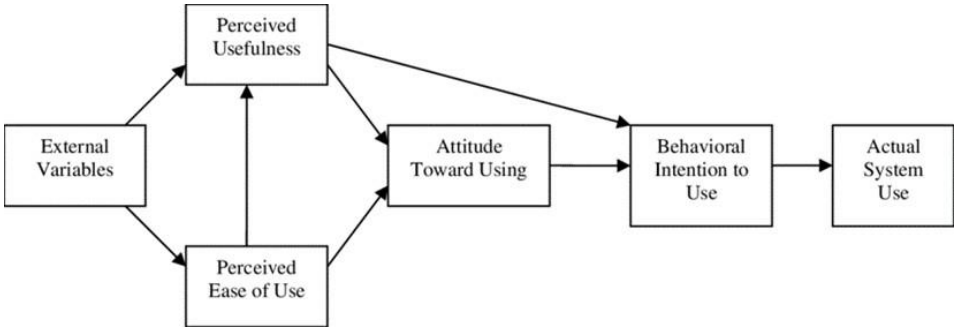
BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) Fishbein & Ajzen (1975) serta dibentuk guna mendalami penerimaan pemakai pada teknologi informasi. TAM menggabungkan keyakinan dan perilaku untuk membentuk sikap dan perilaku pengguna terhadap sistem informasi (Davis, 1989). Model khusus ini, pemanfaatan suatu sistem teknologi dipengaruhi secara langsung oleh tingkat minat dalam menggunakannya. Minat ini bisa didampaki sikap pemakai sistem serta persepsinya tentang kegunaannya. Selain itu, sikap serta persepsi terhadap kegunaan juga dibentuk oleh persepsi terhadap kegunaan. Model ini sangat menarik karena kekhususannya dalam penggunaan teknologi dan kemampuan prediktifnya yang kuat (Rahmatika & Fajar, 2019). Representasi model TAM adalah:



Gambar 2. 1 Model Technology Acceptance Model (TAM).

Dari gambar 2.1 tersebut, penerimaan teknologi ditentukan oleh enam faktor: variabel eksternal variabel eksternal (variabel dari luar), persepsi kegunaan *(perceived usefulness)*, persepsi kemudahan penggunaan *(perceived ease of use)*, sikap ke arah pengguna *(attitude toward using)*, kemudian niat untuk menggunakan *(behavioral intention)*, dan penggunaan nyata *(actual usage)*. Keenam faktor tersebut mempunyai hubungan sebab akibat yang terurut dan bisa mendampaki pemakaian teknologi informasi oleh pengguna.

TAM ialah model perilaku yang membantu menjelaskan mengapa beragam sistem teknologi informasi tidak diadopsi karena pengguna tidak tertarik untuk memakainya. Model ini didasarkan pada teori yang masuk akal dan sudah diujikan dalam beragam pengkajian, yang dominan mendorong kesimpulan bila TAM adalah model yang efektif. Keuntungan utama TAM adalah kesederhanaan yang terkait dengan efektivitasnya. Modelini menjelaskan dengan jelas kaitan sebab akibat antar kepercayaan pemakai serta perilaku pemakai juga kemudahan penggunaan suatu sistem informasi, tujuan sistem, serta pemakaian sebenarnya (Jogiyanto, 2007).

2.1.2 Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)

Pengembangan model UTAUT diperlukan yang diadaptasi dengan teknologi dan informasi terkini. Hasil pengembangan ini menghasilkan modelUTAUT2, yang diperluas oleh Vankatesh, Tong, dan Xu pada tahun 2012. UTAUT2 memperkenalkan tiga struktur baru, yaitu motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan, sambil menghapus variabel moderator

valounterines of use. Model UTAUT awalnya digunakan dalam konteks organisasi atau perusahaan, sedangkan UTAUT2 dikembangkan untuk mengukur perilaku konsumen secara individu. Penggunaan model UTAUT2 bertujuan untuk mengidentifikasi dengan lebih baik tiga struktur penting dalam penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi (Venkatesh dkk., 2012).

Untuk perkembanganya, UTAUT mengintegrasikan dan meningkatkan 8 teori penerimaan sistem informasi yang sudah tersedia awalanya. Teori-teori ini mencakup "*Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Models* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Combined TAM and TPB* (C-TAMTPB), *Model of PC Utilization* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), dan *Social Cognitive Theory* (SCT) dan penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh (2003) secara empiris menguji ke delapan model ini serta pengembangannya secara longitudinal". Integrasi ini bertujuan guna merevisi kelemahan yang terdapat diteori sebelumnya, sambil membandingkan keselarasan antara konsep-konsep diberagam model.

2.1.3 Sistem Pembayaran

Menurut penelitian yang sudah dilakukan peneliti, ada kebijakan "Bank Indonesia Nomor 23/11/PBI/2021 yang menjelaskan bahwa sistem pembayaran adalah sebuah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang digunakan untuk melakukan transfer dana guna memenuhi kewajiban yang timbul dari aktivitas ekonomi" (Bank

Indonesia, 2020). Keberadaan sistem pembayaran sangat terkait dengan perkembangan uang. Uang berfungsi sebagai media tuker yang diterima dengan luas serta dipakai menjadi media transaksi ekonomi. Kehadiran uang membuat sistem transaksi lebih optimal.

Bank Indonesia, sebagai bank sentral Republik Indonesia, menyelenggarakan tugasnya selaras pada "Peraturan Bank Indonesia Nomor 23/11/PBI/2021 yang menetapkan bahwa salah satu tugas Bank Indonesia adalah mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran, Bank Indonesia memiliki wewenang untuk menetapkan kebijakan, mengatur, melaksanakan, serta memberikan persetujuan, perizinan, dan pengawasan terhadap penyelenggaraan jasa sistem pembayaran" (Bank Indonesia, 2020).

Perkembangan teknologi telah mengubah kebutuhan masyarakat akan alat pembayaran yang cepat, tepat, dan aman dalam setiap transaksi (Abidin, 2015). Masyarakat Indonesia, yang sebelumnya banyak menggunakan uang tunai untuk berbelanja, kini telah mengenal dan memanfaatkan metode pembayaran non-tunai atau pembayaran digital sebagai alat pembayaran. Sistem pembayaran digital, atau yang dikenal sebagai uang elektronik (*e-money*), telah berkembang pesat. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran telah menggeser peran uang tunai sebagai alat pembayaran ke bentuk pembayaran non-tunai yang lebih efisiendan ekonomis. Pembayaran non-tunai umumnya dilakukan melalui transfer antar bank atau transfer intrabank melalui jaringan internal bank

(Handayani dkk., 2022).

Bank Indonesia, menjadi fasilitator, regulator, serta katalisator untuk sistem transaksi, diinginkan bisa menghasilkan pembaharuan yang sejalan atas kemajuan teknologi serta mengoptimalkan pemakaian transaksi non tunai. Dengan demikian, diinginkan terwujud perekonomian non tunai (Latifah dkk., 2020).

2.1.4 Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), yang biasa disebut dengan "KRIS" merupakan kompilasi berbagai variasi Kode QR yang ditawarkan oleh berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). QRIS tercipta melalui kemitraan antara industri sistem pembayaran dan Bank Indonesia dengan tujuan untuk meningkatkan kenyamanan, kecepatan, dan keamanan transaksi *QR Code*. Setiap Penyedia Layanan Sistem Pembayaran yang berminat menggunakan Pembayaran Kode QR harus mematuhi penerapan QRIS (Aini, 2021).

Sebelum adanya QRIS, metode transaksi non tunai mengharuskan merchant untuk menyediakan berbagai aplikasi pembayaran di tokonya. Konsumen yang ingin membayar secara non tunai harus memastikan bahwa aplikasi pembayaran yang mereka gunakan tersedia dan kompatibel dengan sistem yang dimiliki oleh merchant tersebut. Hal ini seringkali merepotkan baik bagi merchant maupun konsumen, karena memerlukan adanya beragam aplikasi pembayaran yang harus dikelola dan diakses. Setelah adanya QRIS, merchant tidak perlu lagi menyediakan banyak

aplikasi pembayaran di tokonya. Cukup dengan menyediakan satu *QR Code*, pelanggan dapat melakukan transaksi dengan berbagai aplikasi pembayaran di smartphone mereka. *QR Code* tersebut dapat di-*scan* oleh konsumen, memudahkan proses pembayaran dan menghilangkan kebutuhan akan banyaknya aplikasi yang sebelumnya harus disiapkan dan dikelola oleh merchant.

Pada tanggal 17 Agustus bertepatan dengan peringatan 74 tahun kemerdekaan Indonesia, Bank Indonesia merilis standar *Quick Response* atau QR code untuk melakukan pembayaran melalui aplikasi *e-money* berbasis *server, e-wallet* atau *mobile banking* yang disebut *QR Code* Indonesian Standard (QRIS) 2019 di Jakarta. Peluncuran QRIS merupakan bagian dari implementasi Visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025 yang dicanangkan pada Mei 2019. Aturan QRIS tertuang dalam Dokumen Nomor 21/16/PADG/2019 tentang Penerapan Cepat Nasional Kode respon Standar Pembayaran (Aini, 2021). Bank Indonesia meluncurkan QRIS bertema QRIS SUPERIOR yang menggambarkan ciri khas QRIS menjadi alat transaksi era digital yaitu universal, sederhana, menguntungkan serta langsung (Bank Indonesia, 2019).

a. Jenis pembayaran menggunakan QRIS

    1) *Merchant Presented Mode* (MPM) *Statis*

        Cara paling sederhana, di mana merchant hanya perlu memajang stiker atau cetakan QRIS yang dapat digunakan secara gratis. Pengguna cukup melakukan scan, memasukkan nominal,

memasukkan PIN, dan mengklik bayar. Notifikasi transaksi langsungditerima oleh pengguna dan merchant. QRIS MPM Statis sangat cocok untuk usaha mikro dan kecil.

2) *Merchant Presented Mode* (MPM) *Dinamis*

QR Code dihasilkan oleh perangkat seperti mesin EDC atau ponsel pintar. Merchant terlebih dahulu memasukkan jumlah pembayaran, setelah itu pelanggan memindai QRIS yang ditampilkan atau dicetak. MPM QRIS Dinamis sangat cocok untuk perusahaan menengah dan besar atau volume transaksi besar.

3) *Customer Presented Mode* (CPM)

Pelanggan menampilkan *QR Code* di aplikasi pembayaran mereka untuk dipindai oleh pedagang. QRIS CPM menyasar merchant-merchant yang membutuhkan kecepatan transaksi tinggi, seperti transportasi, parkir, dan penyedia ritel modern.

b. Manfaat QRIS

QRIS ialah sebuah pembaharuan yang bermakna, membagikan kelancaran untuk setiap individu. Kegunaan QRIS bagi merchant antara lain:

1. Bagi Merchant

a. Transaksi lebih mudah

Dengan QRIS, merchant hanya memerlukan satu *QR code*, yang melancarkan serta mempercepat proses transaksi.

b. Lebih banyak alternatif pembayaran

Dengan layanan QRIS, pelanggan dapat menentukan metode

transaksi digital dari beberapa dompet elektronik tanpa perlu khawatir memiliki *QR Code,* sehingga meningkatkan kemungkinan belanja dan pembayaran non-tunai.

c. Mencegah penipuan

Penggunaan QR code menghindarkan merchant dari risiko penipuan uang palsu, karena semua pembayaran dilakukan secara non tunai.

d. Mudah mendaftar sebagai merchant

Merchant tidak perlu mendaftar ke berbagai bank atau ewallet secara terpisah. Cukup mendaftar untuk QRIS, toko dapat menerima pembayaran dari berbagai sumber.

e. Praktis dipantau dan dianalisis

Riwayat transaksi dapat diamati dengan real time, sehingga memudahkan Anda mengelola keuangan dan menghitung jumlah pembelian rutin (Aini, 2021).

2. Bagi Konsumen

a) Alternatif pembayaran beragam

Menggunakan QRIS memberikan kemudahan bagi pembeli, karena tidak perlu memikirkan alternatif pembayaran yang lebih baik. Dengan QRIS, aplikasi transaksi apapun yang dipunyai bisa dipakai guna melaksanakan pembayaran, berkat standardisasi *QR code* yang diterapkan.

b) Transaksi cepat

Transaksi digital memakai QRIS lebih cepat dibandingkan dengan pembayaran tunai. Pembeli tidak perlu menunggu kembalian dari kasir atau menghadapi kendala lainnya.

c) Tidak perlu membawa uang tunai

Memakai QRIS memungkinkan pembayaran dilakukan hanya dengan memindai kode QR di merchant, sehingga transaksi dapat dilaksanakan non tunai (Herony, 2020).

2.1.5 Presepsi Kemudahan

Menurut Jogiyanto (2007), persepsi kemudahan juga merupakan keyakinan dalam tahap diambilnya putusan. Bila tiap individu yakin akan sebuah sistem informasi gampang dipakai serta tidak susah dimengerti, maka mereka cenderung memakainya serta sebaliknya.

Kemudian berkembanglah lagi persepsi kemudahan menurut Jogiyanto dimana persepsi kemudahan penggunaan adalah ukuran sejauh mana seseorang yakin bahwa teknologi tertentu dapat digunakan dengan jelasdan tidak memerlukan banyak usaha, tetapi harus mudah dioperasikan. Persepsi seseorang tentang kemudahan penggunaan suatu sistemmencerminkan tingkat kepercayaan bahwa penggunaan sistem tersebut akan bebas dari kesalahan dan usaha yang minimal. Semakin mudah sebuah sistem digunakan, semakin sedikit upaya yang diperlukan, sehingga dapat meningkatkan kinerja pengguna teknologi tersebut. Hal ini disebabkan karena kemudahan penggunaan berarti tidak ada beban atau kebutuhan akan kemampuan tinggi dalam mengoperasikan sistem tersebut

(Ernawati & Noersanti 2020).

Sedangkan menurut Davis (1989), ada sebagian indikator yang bisa dipakai guna mengukurkan kemudahan penggunaan, ialah:

a. Gampang dipahami *(easy to learn)*

b. Bisa dikelola *(controllable)*

c. Fleksibel *(flexible)*

d. Gampang dipakai *(easy to use)*

e. Bila dimengerti secara jelas *(clear and understandable)* (Caelles dkk., 2019).

Melalui asumsi Joan & Sitinjak (2019), semakin tinggi kepercayaan individu pada kelancaran pemakaian teknologi atau upaya minimal yang dibutuhkan, makin besar minatnya guna memakai teknologi tersebut. Melainkan anggapanya pada manfaat teknologi bisa menjadi lebih positif.

2.1.6 Persepsi Manfaat

Melalui asumsi Kotler, persepsi ialah tahap dimana kita menafsirkan, mengkelola serta menentukan sebuah data yang diterima guna mewujudkan gambaran dunia yang bermakna. Melalui asumsi Jogiyanto (2007), persepsi manfaat ialah jangkauan tiap individu yakin bila pemakaian sebuah teknologi bisa mengembangkan kinerjanya. Tiap individu yang memakai teknologi jika ia percaya teknologinya membagikan kegunaan. Bila tiap individu percaya bila teknologinya berguna, ia berpotensi memakainya serta sebaliknya. Penggunaan teknologi juga dipengaruhi oleh pengetahuan tentang manfaat positif yang

ditawarkannya. Oleh karena itu, diharapkan teknologi tersebut dapat memberikan manfaat kepada setiap penggunanya, sehingga mereka dapat memanfaatkannya dengan baik (Ernawati & Noersanti 2020).

Menurut Davis, persepsi manfaat bisa diukurkan melalui sebagian indikator berupa

a. Melancarkan transaksi
b. Membuat cepat transaksi
c. Membagikan tambahan provit ketika menuntaskan transaksi
d. Membagikan keamanan ketika melaksanakan transaksi
e. Mengembangkan efisiensi untuk melaksanakan transaksi (Caelles dkk., 2019).

Sehingga, tiap individu yakin bila pemakaian sebuah teknologi bisa mengembangkan produktivitas, efisiensi, mutu serta hasil dari pekerjaannya. Keyakinan ini dapat dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya, pengamatan terhadap orang lain, informasi yang diterima, serta evaluasi individu terhadap fitur dan kemampuan sistem teknologi tersebut.

2.1.7 Persepsi Keamanan

Keamanan adalah upaya untuk melindungi aset informasi dari potensi ancaman. Dengan demikian, keamanan secara tidak langsung dapat menjamin kelangsungan bisnis dan mengurangi risiko yang mungkin terjadi (Afghani & Yulianti, 2017). Sedangkan persepsi keamanan meliputi pandangan, kepercayaan serta penilaian tiap individu atas taraf

resiko serta keamanan yang berhubungan pada sebuah objek, situasi serta lingkungan, khususnya pemakaian sebuah sistem teknologi. Dimana meliputi penilaian subjektif tiap individu mengenai jangkauanya merasa terlindungi, aman, serta terancam disituasi itu, juga jangkauan sebuah teknologi bisa menjaga privasi, data, integritas sistem, serta menangkal resiko siber (Putri, 2023).

Sedangkan melalui asumsi Sari dkk., (2019), media transaksi nontunai mempunyai risiko keamanan. Risiko-risiko ini dapat berupa pencurian, duplikasi kartu asli, perubahan data atau aplikasi pada kartu asli, dan lain-lain. Menurut Damghanian dkk., (2016), keamanan diukur melalui tiga dimensi: *credit, reliability, dan privacy*. *Credit* mengacu pada akurasi dan ketepatan waktu layanan, reliability berkaitan dengan keamanan saldo dan uang yang tersimpan saat bertransaksi, sedangkan privacy merujuk pada ketidakragu-raguan dalam memberikan informasi dan keyakinan bahwa informasi tersebut dilindungi.

2.1.8 Perilaku Penggunaan

Perilaku penggunaan merujuk pada kebiasaan individu untuk terus menggunakan suatu teknologi (Davis, 2005). Kemungkinan penggunaan teknologi komputer oleh seseorang dapat diprediksi berdasarkan seberapa besar perhatian pengguna terhadap teknologi tersebut, seperti keinginan untuk meningkatkan perangkat pendukung, motivasi untuk menggunakan secara konsisten, dan dorongan untuk mempengaruhi pengguna lain. Minat perilaku dalam menggunakan teknologi adalah keinginan seseorang untuk

melakukan perilaku tertentu (Widianto & Aryanto 2018). Chin & Todd (1995) menguraikan dimensi-dimensi kegunaan sistem teknologi sebagai berikut:

a. Mempermudah pekerjaan.
b. Memberikan manfaat.
c. Meningkatkan produktivitas.
d. Meningkatkan efektivitas.
e. Meningkatkan kinerja pekerjaan.

Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku penggunaan teknologi berperan penting dalam keputusan pengguna untuk menerima teknologi tersebut, memberikan kontribusi positif berupa peningkatan performa kinerja pengguna.

2.1.9 Social Influence

Social influence (pengaruh sosial) adalah usaha yang dilakukan oleh satu orang atau lebih untuk mengubah sikap, kepercayaan, persepsi, atau tingkah laku orang lain (Kotler & Keller, 2016). Wang., dkk (2014) menyatakan bahwa pengaruh sosial dibentuk oleh dua dimensi, yaitu norma subjektif *(subjective norms)* dan visibilitas *(visibility)*, Dukungan ini datang dari orang- orang terdekat misalnya teman, keluarga, serta rekan kerja. Melalui asumsi (Venkatesh dkk., 2016), *social influence* ialah aspek yang membentuk konsumen yakin saat perlunya memakai sebuah jasa/produk.

Melalui sebagian asumsi ahli, dibentuk simpulan bila dampak sosial

ialah strategi di mana sebuah himpunan atau individu mendampaki individu lainnya guna memakai sebuah jasa/barang dari pesan yang dibagikan.

a. Tingkatan Social Influence

Melalui asumsi Rezeki (2022), pengaruh sosial memiliki dua tingkat penerimaan, yaitu:

1. Penerimaan (Acceptance), yaitu kondisi di mana seseorang mengalami perubahan setelah menerima dampak sosial dari tiap individu. Wujud penerimaan meliputi:
    a. Identifikasi (Identification), ialah menerima dampak sosial sebab mendukung sebuah himpunan atas suatu alasan.
    b. Internalisasi (Internalization), ialah menerima dampak sosial sebab percaya pada dampak yang dibagikan himpunan.
2. Kepatuhan (Compliance), ialah keadaan dimana seseorang tidak mengalami perubahan sepenuhnya setelah menerima dampak sosialdari tiap orang (Rezeki, 2022).

b. Bentuk Social Influece

Menurut Baron & Byrne (2005), pengaruh sosial memiliki tiga bentuk,yaitu:

1. *Konformitas (Conformity)*

Ini ialah wujud dampak sosial di mana terjadi perubahan perilaku karena keinginan untuk mengikuti standar atau norma sosial yang

ada.

2. Kesepakatan *(Compliance)*

   Ini ialah wujud dampak sosial yang melibatkan permintaan langsung dari seseorang pada individu lainnya.

3. Kepatuhan *(Obedience)*

   Ini ialah wujud dampak sosial di mana terjadi perubahan perilaku karena perintah dari orang lain yang memiliki otoritas.

2.1.10 Gen Y

Generasi Z atau sering disebut generasi milenial adalah potensi besar bagi negara, mereka merupakan agen perubahan dan juga potensi pemimpin masa depan. Dengan adanya penelitian Islam tentang pendidikan karakter yang berlandaskan nilai-nilai Islam, diharapkan mereka dapat tumbuh menjadi generasi yang memiliki moralitas yang kuat, kepribadian yang baik,dan perilaku yang sesuai dengan ajaran agama, sambil tetap siap menghadapi dampak modernisasi digital. Generasi Y merujuk pada kelompok demografis yang lahir sekitar tahun 1981 hingga pertengahan 1990-an hingga awal 2000-an (Danil, 2020).

2.1.11 Gen Z

Generasi Z ialah bagian kelahiran tahun 1997 & 2012, mereka tidak pernah mengalami kehidupan tanpa internet & teknologi. Keduanya ini ialah segi utama untuk hidupnya. Asumsi gen Z, internet & teknologi ialah hal yang wajib tersedia, tidak hanya diasumsikan sebagai inovasi saja misalnya sudut pandang generasi lain. Meningkatnya arus data serta

teknologi dari internet sudah mendampaki tiap hidup gen Z. Mereka biasa berinteraksi memakai gadget, menelusuri data mengenai beragam hal dari internet, bermain game, serta membeli produk memakai smartphone *(gadget)* (Hastini dkk, 2020).

Untuk kaitanya, penting guna mendalami aspek yang mendampaki minat Gen Z untuk memakai alat transaksi dengan basis QRIS. Gen Z terbiasa memakai teknologi digital. Sebagian aspek yang bisa mendampaki minatnya memakai QRIS mencakup pemakaian yang mudah, pembayaran yang cepat, terjaganya identitas serta pembaharuan teknologi. Secara mendalami aspek ini, pembisnis juga pemerintah bisa meningkatkan metode yang relevan guna meluaskanadopsi QRIS diranah Gen Z.

2.2 Penelitian Terdahulu

Pengkajian ini berjudul **"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 & Z di Provinsi di Yogyakarta"** pengkaji melaksanakan penyelidikan pada sebagian studi yang sudah dilaksanakan pengkaji lainnya. Sebagian contoh perolehan pengkajian sebelumnya mengenai tema pengkajian ini sudah diperoleh beberapa diantaranya, berupa.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian

1.	Ilhamy (2019)	Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Niat Pembelian Ulang dengan Sikap sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Traveloka di Kota Malang)	**Variabel Independen:** 1. Persepsi kegunaan 2. Persepsi Kemudahaan **Variabel Dependen**: Niat Pembelian Ulang dengan Sikap sebagai Variabel Mediasi	Persepsi kegunaan dan persepsi kemudhaan berpengaruhsignifikan terhadap sikap pada pengguna Traveloka di Kota Malang
2.	Wibowo & Rimadias (2019)	Perilaku Penggunaan "QRIS BRI Brimo" Pada Pedagang Sebagai Alat Transaksi Pembayaran Digital	**Variabel Independen:** Perilaku penggunaan **Variabel Dependen:** QRIS Brimo sebagai alat transaksi	Temuan penelitian menunjukkan bahwaniat perilaku *(behavioural intention)* memiliki dampak positif terhadap penggunaan *(use behaviour)* ,sementara kondisi fasilitasi *(facilitatingcondition)* tidak memiliki dampak signifikan pad apenggunaan. Kemudian, harapan

				usaha *(effor texpectancy)* dan pengaruh sosial *(social influence)* terbukti memiliki dampak positif pada niat perilaku, namun sikap *(attitude)* ,harapan kinerja *(performance expectancy),* dan kondisi fasilitasi tidakberpengaruh pada niat perilaku
3.	Ernawati & Noersanti (2020)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO	**Variabel Independen:** 1. Persepsi manfaat 2. Kemudahan Kepercayaan **Variabel Dependen:** Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO	Persepsi manfaa t tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi OVO di Jakarta Utara. Kemudahan penggunaan juga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi OVO di Jakarta Utara. Namun, kepercayaan mempengaruhi secara signifikan minat penggunaan aplikasi OVO di Jakarta Utara.

4.	Kusuma & Dadang Hermawan (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Social Influence* Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Online *Food Delivery Service*	**Variabel Independen:** 1. Kualitas pelayanan *2. Social influence* **Variabel Dependen:** Keputusan Pembelian Menggunakan Online *Food Delivery Service*	Hasil uji statistik menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan serta pengaruh sosial terhadap keputusan pembelian melalui layanan pengiriman makanan daring
5.	Pangestu & Pasaribu (2022)	*Behavior Intention* Penggunaan *Digital Payment* QRIS Berdasarkan Model Unified *Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) (Studi pada UMKM Sektor Industri Makanan & Minuman di Kota Jambi)	**Variabel Independen:** *1. Performance Expectancy* *2. Effort Expectancy* *3. Social Influence* *4. Facilitating Conditions* **Variabel Dependen:** Penggunaan *Digital Payment* QRIS	Variabel *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions* menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan UMKM terhadap manfaat

6.	N. I. Putri et al. (2022)	Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Pasca Pandemi.	**Variabel Independen:** 1. Persepsi manfaat 2. persepsi 3. kemudahan 4. persepsi risiko. **Variabel Dependen:** Minat penggunaanQRIS	Persepsi manfaat, kemudahan dan risiko memiliki pengaruh terhadap minat dan intensitas penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran. Sistemnya yang mudah dan tidak membutuhkan kontak fisik, membuat metode pembayaran QRIS mengurangi penyebaran virus dan lebih aman dilakukan pasca pandemi.
7.	Ridwan (2022)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) Dengan Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*	**Variabel Independen:** 1. *performance expectancy* 2. *effort expectancy* 3. *social influence* 4. *facilitating condition*. **Variabel Dependen:** 1. *Use behavior* *1. Behavior intention*	Penelitian ini menunjukkan bahwa *performance expectancy, effort expectancy*, dan *facilitating condition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavior intention,* sedangkan *social influence* tidak signifikan. *Facilitating condition* juga berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap penggunaan aktual QRIS pada UMKM di Provinsi Lampung, sementara variabel

				lainnya tidak signifikan. Secara tidak langsung, *performance expectancy* dan *effort expectancy* mempengaruhi penggunaan QRIS melalui *behavior intention* dengan hubungan *full mediation*, sementara *social influence* dan *facilitating condition* tidak memiliki pengaruh mediasi.
8.	Pangestu & Pasaribu (2022)	*Behavior Intention* Penggunaan *Digital Payment* QRIS Berdasarkan *Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) (Studi pada UMKM Sektor Industri Makanan & Minuman di Kota Jambi)	**Variabel Independen:** 1. *performance expectance* 2. *effort expectancy* 3. *social influence*, 4. *facilitating conditions.* **Variabel Dependen:** *Behavior intention* penggunaan *digital payment QRIS.*	Hasil uji T menunjukkan bahwa secara parsial, *performance expectancy* dan *effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention* penggunaan QRIS, sedangkan *social influence* dan *facilitating conditions* tidak signifikan. Uji F menunjukkan bahwa secara simultan, semua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*

				penggunaan QRIS.
9.	Insani Saibil et al. (2022)	Faktor Mempengaruhi Niat Menggunakan QRIS pada Sharia *Mobile Banking* Saat Pandemi Covid-19 (Modifikasi Model UTAUT 2)	**Variabel Independen:** 1. *Performance expectancy* 2. *Effort expectancy* 3. *Social Influence* 4. *Facilitating Condition* 5. *Hedonic Motivation* 6. *Price Value* 7. *Habit* 8. *Trust* **Variabel Dependen:** *Behavioural Intention*	Variabel performance expectancy, *effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, price value, habit, trust* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention.*

10	Setiawan et al. (2022)	Investigasi *Behavioral Intention* Pada Sistem Pembayaran QRIS di Merchant UMKM	**Variabel Independen:** 1. Kegunaan yang Dirasakan 2. Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan 3. *Social Influence*. **Variabel Dependen:** *1. Behaviour al Intention* *2. Attitude Toward to Use QRIS Payment System* 2.	*Perceived usefulness, perceived ease of use ,social Influence* berpegaruh terhadap *attitude towards. Perceived usefulness, perceived e ase of use* tidak berpengaruh terhadap *behavioural intention. Sedangkan social Influence* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioural Intention.*
11.	L. A. Putri (2023)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, dan *Brand Image* Terhadap Minat Dalam Menggunakan Media Pembayaran Berbasis Qris yang Dilakukan	**Variabel Independen:** 1. Persepsi Kemudahan 2. Persepsi Manfaat 3. Persepsi Keamanan *4. Brand Image* **Variabel Dependen:** Penggunaan QRIS oleh Gen Zdi Provinsi Di. Yogyakarta	Dari 3 variable penelitian terdapat Pengaruh positif terhadap penggunaan QRIS oleh Gen Z di Provinsi DI. Yogyakarta yaitu variable persepsi kemudahan, persepsi manfaat, brand image. Sedangkan untuk variable keamanan memiliki variable negatif terhadap penggunaan QRIS.

		Gen Z di Provinsi Di. Yogyakarta		
12.	Aldina (2023)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Social Influence, dan *Financial Literacy* Terhadap Tingkat Penggunaan QRIS Pada Mahasiswa Upn "Veteran" Jakarta	**Variabel Independen:** 1. Persepsi Kemudahan 2. Social Influence *3.* *Financial Literacy* **Variabel Dependen:** Tingkat Penggunaan QRIS Pada Mahasiswa Upn "Veteran" Jakarta	Ketiga variable persepsi kemudahan, social influence dan *financial literacy* berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penggunaan QRIS pada mahasiswa UPN "Veteran" Jakarta

13.	Sebayang & Rahmawati (2023)	Pengaruh Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital UMKM Halal Kota Medan	**Variabel Independen:** 1. Persepsi Kepercayaan 2. Persepsi Keamanan **Variabel Dependen:** Minat Penggunaan QRIS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersamaan, persepsi kepercayaan dan persepsi keamanan secara signifikan memengaruhi minat penggunaan QRIS. Temuan ini mengindikasikan bahwa adopsi QRIS sebagai solusi pembayaran digital memiliki relevansi yang tinggi bagi para UMKM halal di kota Medan.
14.	Rahadi et al. (2023)	Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Perilaku Konsumen	**Variabel Independen:** Perilaku Kosumen **Variabel Dependen:** Penggunaan QRIS	Ada beberapa cara penerapan QRIS yang telah mengubah perilaku pelanggan. Faktor-faktor penting yang perlu diperhatikan meliputi kemudahan penggunaan, pengaruh terhadap pilihan pembelian, potensi untuk pemasaran, dan peran dalam transaksi tanpa kontak-fisik. Namun, perhatian yang berkelanjutan terhadap masalah privasi data sangat penting untuk

				menjaga kepercayaan dan memastikan keberhasilan QRIS yang berkelanjutan.
15.	Setia et al. (2023)	Evaluasi Penggunaan QRIS Menggunakan Model UTAUT Pada Era Perkembangan *Fintech*	**Variabel Independen:** 1. Perfomance Expectancy 2. Social Influence 3. Facilitating Condition **Variabel Dependen:** Behavior Intention	Variabel *perfomance expectancy* dan *facilitating condition* mempengaruh behavior intention. Sedangkan variabel *social influence* tidak mempengaruhi *behavior intention*

Melalui pengkajian terdahulu yang sudah dijabarkan, ada keselarasan serta perbandingan pada pengkajian ini. Keselarasanya ada dipemakaian metode kuantitatif serta sebagian keselarasan pada variabel independent. Untuk perbandinganya ada disubjek ialah untuk Gen Z & Y di Yogyakarta, dimana fokus pengkajian ini memakai QRIS untuk alat transaksi.

Hipotesis ialah asumsi yang dibentuk pengkaji tentang kaitan antar tiap variabel pengkajian ini. Dipengkajian ini, hipotesis dilandaskan memakai

teori TAM & UTAUT2, untuk menjelaskan seluruh variabel yang sudah ditetapkan dipengkajian ini. Hipotesis diasumsikan sebagai respon semi dari pengkajian yang sudah dilaksanakan. Hipotesis pengkajian ini mengacu terhadap aspek yang mendampaki pemakaian QRIS pada Gen Y & Z di DI. Yogyakarta.

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Dampak Persepsi Kemudahan Pada Minat dalam Menggunakan Pembayaran Berbasis QRIS.

Melalui teori TAM yang dikenalkan Davis (1989), hal ini diasumsikan sebuah aspek yang dipercayai bisa mendampaki niat tiap individu guna memakai inovasi teknologi. Keyakinan ini bisa berkembang bila tiap individu memperoleh kegunaan atas pekerjaanya (Caelles dkk., 2019). Sebuah peningkatan teknologi disektor sistem transaksi ialah QRIS, yang sudah diresmikan Bank Indonesia menjadi alat transaksi yang bisa dipakai dengan fleksibel. QRIS membagikan kelancaran untuk pemakai secara melaksanakan transaksi dari kode QR yang bisa di scan memakai smartphone (Bank Indonesia, 2019).

Secara persepsi tentang kemudahan penggunaan teknologi, terutama untuk alat transaksi, individu akan menemukan bahwa melaksanakan pekerjaan serta memperoleh data menjadi lebih mudah. Ini terkait dengan studi yang dilakukan oleh Putri dkk., (2022), Ali, (2020), Putri, (2023) dan Nasya, (2023), yangmenyimpulkan bahwa persepsi kemudahan memiliki dampak positif pada minat individu

dalam menggunakan aplikasi melalui ponsel karena mereka semakin yakin bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah atau dengan usaha yang minimal. Oleh karena itu, hipotesis pertama menyatakan pengaruh positif.

H1 : Persepsi Kemudahan berdampak positif pada minat penggunaan QRIS.

2.3.2 Dampak Persepsi Manfaat Pada Minat dalam Menggunakan Pembayaran Berbasis QRIS.

Davis (1989), menggunakan Model Penerimaan Teknologi, sudah mendalami aspek yang memengaruhi perilaku pemakai untuk adopsi teknologi. Perceived usefulness berkaitan pada taraf keyakinan pengguna terhadap manfaat yang akan diperoleh dari penggunaan teknologi baru tersebut. Tingkat minat yang tinggi akan menciptakan intensitas penggunaan yang tinggi juga terhadap bentuk data terbaru. Hasil pengkajian Davis (1989) menampilkan bila perceived usefulness berkaitan pada kepercayaan pemakai bila pemakaian teknologi terbaru bisa meninggikan kinerjanya diperusahaan.

Selaras pada pengkajian Putri dkk., (2022), Ali (2020), Putri (2023), dan Nasya (2023), yang menemukan bahwa persepsi tentang manfaat QRIS memiliki dampak positif pada minat serta kepuasanya untuk memakai alat transaksi itu.Makin tinggi persepsi kegunaan yang pemakai rasakan, makin besar potensinya memakai

sistem tersebut. Lalu kegunaan yang dibagikan QRIS berdampak positif pada taraf keinginan individu guna memakainya menjadi alat transaksi digital. Dengan demikian, hipotesis kedua menyatakan pengaruh positif.

H2 : Persepsi Manfaat berdampak positif pada minat penggunaan QRIS

2.3.3 Dampak Persepsi Keamanan Pada Minat dalam Menggunakan Pembayaran Berbasis QRIS.

Melalui asumsi Venkatesh dkk., (2012) melalui rerangka teori UTAUT2, persepsi keamanan berperan utama guna mendampaki minat pemakaian QRIS. Persepsi keamanan menampilkan asumsi pemakainya atas taraf privasi serta keamanan ketika memakai QRIS. Bila pemakainya merasakan keamanan ketika memakai sistem ini, sehingga mereka berpotensi akan memakai QRIS. Sehingga untuk pihak terkait perlu mengutamakan privasi serta keamanan pemakai QRIS guna mengembangkan adopsi teknologi pembayaran ini.

Melalui pengkajian yang dilaksanakan (Sebayang & Rahmawati, 2023), ditampilkan bila persepsi keamanan dengan signifikan mendampaki minat pemakai QRIS. Melainkan taraf keamanan dengan signifikan positif berdampak pada kepuasan pemakainya.

Keamanan adalah faktor krusial yang memengaruhi keputusan tiap individu memakai sebuah data. Makin maksimal taraf keamanannya, makin mendorong tiap individu guna mengadopsinya. Dengan

demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang diberikan, semakin besar pengaruh positifnyaterhadap keputusan individu untuk menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, dapat diasumsikan bahwa hipotesis ketiga menyatakan pengaruh yang positif. Dengan demikian, hipotesis ketiga menyatakan pengaruh positif.

H3 : Persepsi kemanan berdampak positif pada minat penggunaan QRIS

2.3.4 Dampak Perilaku Pengunaan Pada Minat dalam Menggunakan Pembayaran Berbasis QRIS.

Studi ini menerapkan model *Unified Theory of Acceptance andUse of Technology* (UTAUT) yang dikenalkan Morris, Venkatesh, serta Davis berkonteks penerimaan teknologi informasi. UTAUT mengkolaborasikan domain penerimaan teknologi sebagai kesatuan niat pemakai serta perilaku menjadi variabel dependen utama. Model UTAUT terdiri dari 4 konstruksi pokok yang mendampaki niat perilaku guna memakai sebuah teknologi. Dimana keempatnya tersebut mencakup *Effort Expectancy* (EE), *Performance Expectancy* (PE), *Facilitating Conditions* (FC) & *Social Influence* (SI) (Venkatesh et al., 2012).Selain itu, pengkajian ini mengusulkan implementasi rekomendasi dari studi sebelumnya, yang menyarankan bahwa untuk penelitian masa depan, variabel trust perlu dimasukkan dalam analisis adopsi teknologi bagi pengguna QRIS untuk generasi

Y dan generasi Z.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh (Wibowo & Rimadias, 2022) dan (Rahadi dkk., 2023), ditemukan bahwa persepsi perilaku penggunaan secara bersamaan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap minat pengguna. Selain itu, brand image juga memberikan pengaruh positif terhadap minat penggunaan dan keputusan penggunaan metode pembayaran QRIS. Perilaku penggunaan juga memiliki peran penting dalam mengevaluasi keberhasilan pemasaran suatu perusahaan. Pengalaman positif penggunaan dapat meningkatkan minat pengguna untuk membeli dan menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan, serta dapat menciptakan daya saing dan loyalitas pelanggan yang lebih kuat. Dengan demikian, hipotesis keempat menyatakan pengaruh positif.

H4 : Persepsi perilaku pengunaan berdampak positif pada minat penggunaan QRIS.

2.3.5 Dampak Persepsi *Social Influence* Pada Minat dalam Menggunakan Pembayaran Berbasis QRIS.

Teori UTAUT2, faktor pengaruh sosial *(social influence)* memainkan peran penting dalam penerimaan teknologi. Pengaruh sosial mencerminkan bagaimana orang lain mempengaruhi sikap, kepercayaan, persepsi, atau perilaku individu pada keyakinan serta mutu teknologi tersebut (Venkatesh dkk., 2012). Bila pemakai mempunyai pandangan positif terhadap pengaruh sosial QRIS, misal

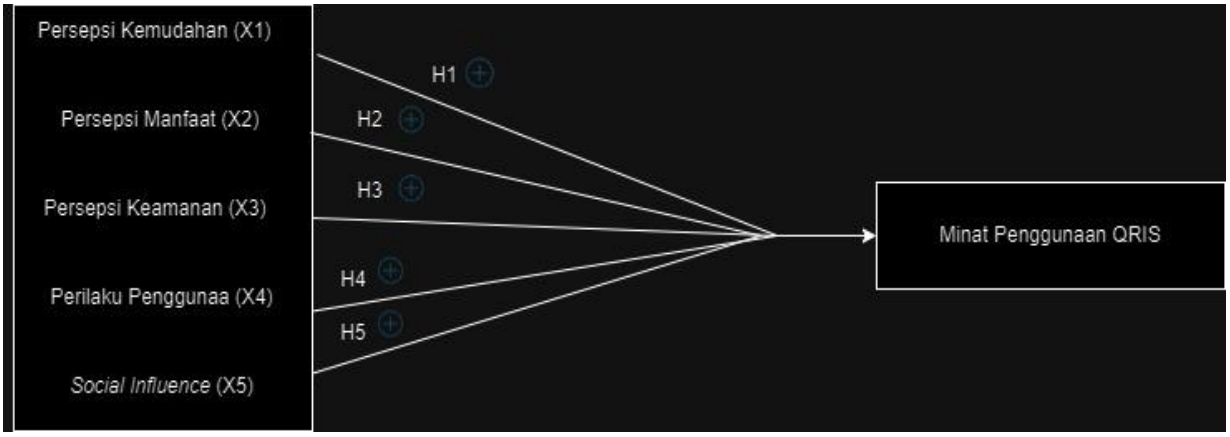
pengaruh sosial yang tangguh serta meyakinkan, sehingga minat Generasi Z guna memakai transaksi QRIS bisa menaik. Kepercayaan serta Pengalaman positif dari citra merek menyajikan kesempatan guna mengembangkan penerimaan serta adopsi QRIS oleh Gen Z dengan optimal.

Melalui pengkajian yang dilaksanakan (Wibowo & Rimadias, 2022) dan (Pangestu &Pasaribu 2022) perilaku penggunaan berpengaruh positif dampak positif pada sikap, tetapi harapan kinerja tidak mempengaruhi sikap. Temuan ini dapat membantu bank dalam merancang sistem pembayaran, seperti fitur QRIS *Merchant*, untuk memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Dengan demikian, hipotesis kelima menyatakan pengaruh positif.

H5 : *Social influence* berdampak positif pada minat penggunaan QRIS.

2.4 Kerangka Pemikiran

Terdapat kerangka pengkajian yang dipakai pengkajian ini.



Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.

Kerangka tersebut mengilustrasikan variabel-variabel yang terkait secara logis pada konteks pengkajian ini. Ada lima variabel yang mengacu terhadap minat penggunaan QRIS, yang ditunjukkan dari garis kerangka tersebut. Dari kaitan antar variabel, pengkajian ini bisa merumuskan serta menguji hipotesis-hipotesis.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Tujuan pengkajian ini adalah menghimpun data dari individu yang berusia antara 10 hingga 44 tahun yang tinggal di Provinsi DI Yogyakarta. Provinsi ini memiliki luas wilayah 3.185,80 km2 km2 dan populasi total usia 10-44 tahun sebanyak 453.000 jiwa pada tahun 2023 (BPS Yogyakarta, 2023).

Sampel merupakan bagian keseluruhan total serta ciri khas yang tersedia dipopulasi. Guna diambilnya sampel pada pengkajian ini akan memakai metode *nonprobability sampling*, ialah yang tidak membagikan probabilitas yang selaras pada seluruh peserta populasi guna ditetapkan. Melalui asumsi Sugiyono (2013), teknik *nonprobability sampling* adalah teknik dimana tiap aspek serta peserta populasi tidak berpeluang selaras guna ditetapkan menjadi sampel.Pengkajian ini berfokus padapurposive sampling, dimana sampel akan ditetapkan melalui sebuah kriteria. Responden ditetapkan berlandaskan pemakaian QRIS menjadi alat transaksi yang memakai sebagian ketentuan (Nainggolan dkk., 2022). Terdapat sebagian kriterianya berupa:

1. Gen Y & Z yang berusia antara 12 hingga 43 tahun di wilayah Provinsi DI Yogyakarta.
2. Melakukan pembayaran memakai QRIS menjadi alat transaksi.

Di studi ini, jumlah sampel ditentukan secara memakai formula Slovin.

Rumus Slovin dinyatakan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N\,(e)^2}$$

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = standar error (10%)

Dengan menggunakan rumus Slovin, diperoleh ukuran sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{453.000}{1 + 453.000\,(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{453.000}{4.531}$$

$$n = 99.977$$

Dengan menerapkan rumus Slovin, total sampel pengkajian ini 217 orang, secara kisaran berumur 12 - 43 tahun, yang berupa warga Provinsi DI Yogyakarta.

3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Sesudah membentuk rumus hipotesis, variabel dipengkajian ini hendak dijabarkan sebagai 2 golongan: variabel terikat *(dependen)* serta variabel bebas *(independen)*. Pengkajian ini variabel terikatnya ialah Minat Generasi Y dan Generasi Z dalam menggunakan QRIS *(Quick Response Code Indonesian Standard)*. Melainkan variabel bebasnya mencakup Persepsi, Kemudahan QRIS, Persepsi Manfaat QRIS, Persepsi Keamanan QRIS, Perilaku Penggunaan QRIS, *dan Social Influence* QRIS.

3.2.1 Variabel Terikat (Dependent Variable)

Dipengkajian ini variabelnya ialah "Minat Generasi Y dan Z dalam menggunakan QRIS" yang dilambangkan (Y). Pemakaian QRIS menampilkan keadaan tiap individu sebelum melaksanakan tindakan serta bisa dipakai guna menduga tindakanya. Indikator untuk diukurkanya variabel ini meliputi jangkauan tiap individu memakai QRIS.

3.2.2 Minat (Y)

Minat ialah kehendakan tiap individu guna melaksanakan sebuah tindakan. Tiap individu berpotensi melaksanakan sebuah tindakan bila mereka mempunyai kehendakan guna melaksanakanya (Latifah dkk., 2020). Dimana menampilkan bila minat tiap individu yang tidak timbul dengan sendirinya, namun atas dasar terdapatnya keperluan serta keinginanya yang mesti dicukupi. Minat tiap individu bisa mendampaki putusanya untuk memakai sebuah produk, khususnya jasa *financial*. Melalui penjabaran ini, tiap individu akan berminat memakai sebuah jasa *financial* atas dasar keperluanya yang akan tercukupi.

3.2.3 Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel ini ialah variabel bebas yang mempengaruhi kemunculan variabel dependen atau terikat. Penelitian ini mencakup beberapa variabel independen, yaitu:

a) Persepsi Kemudahan

Menurut Jogiyanto (2007), persepsi kemudahan adalah keyakinan dalam proses pengambilan keputusan. Jika seseorang yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan dan tidak rumit untuk dipahami, mereka akan lebih cenderung menggunakannya serta sebaliknya.

Semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin sedikit upaya yang diperlukan, sehingga dapat meningkatkan kinerja pengguna teknologi. Hal ini karena kemudahan penggunaanmengindikasikan tidak adanya beban atau kebutuhan akan keterampilan tinggi dalam mengoperasikan sistem tersebut (Ernawati & Noersanti, 2020).

Penjabarannya menjelaskan bila persepsi kemudahan untuk memakai QRIS berhubungan pada kepercayaan tiap individu atas keahlian teknologinya guna bisa dipakai secara mudah. Bila tiap individu percaya akan QRIS bisa berguna untuknya, sehingga mereka berpotensi memakainya serta sebaliknya. Secara tingginya persepsi kemudahan ini, diinginkan pemakainya terdukung serta nyaman guna memakai QRIS menjadi alat transaksi yang optimal.

b) Persepsi Manfaat

Menurut Keller & Kotler (2008), persepsi merupakan proses di mana kita mengatur, memilih, dan menafsirkan informasi yang kita terima untuk membentuk pemahaman tentang dunia sekitar kita. Menurut Jogiyanto (2007), persepsi manfaat adalah sejauh mana keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi akan

meningkatkan kinerjanya. Seseorang akan menggunakan teknologi jika ia yakin bahwa teknologi tersebut akan memberikan manfaat (Jogiyanto, 2007). Jika seseorang meyakini bahwa teknologi tersebut bermanfaat, ia akan menggunakan teknologi tersebut; sebaliknya, jika ia merasa bahwa teknologi tersebut tidak memberikan manfaat,ia tidak akan menggunakannya. Penggunaan teknologi juga dipengaruhi oleh pemahaman tentang manfaat positif yang diberikannya. Oleh karena itu, penting bagi teknologi untuk memberikan manfaat yang signifikan kepada pengguna agar merekadapat memanfaatkannya secara efektif.

Penjabarannya menjelaskan bila persepsi manfaat ialah yakinya tiap individu atas manfaat serta nilai yang didapati QRIS. Bila tiap individu yakin akan kegunaan QRIS sehingga ia menanggapinya dengan baik serta akan memakai untuk keperluan *financial*-nya. QRIS bisa meminimalisir penumpukan uang tunai, membuat cepat pembayaran serta lainnya.

c) Persepsi Keamanan

Keamanan yang dirasakan merujuk pada keyakinan bahwa informasi pengguna akan tetap terjaga dan tidak dapat diakses atau dirusak oleh pihak lain. Ini memengaruhi tingkat kepercayaan individu terhadap teknologi yang mereka gunakan, memastikan bahwa teknologi tersebut memberikan tingkat keamanan yang memadai (Chrisanta & Rokhman, 2022).

Dalam konteks QRIS, persepsi keamanan sangat penting dalam

memengaruhi kepercayaan dan penerimaan pengguna terhadap teknologi pembayaran ini. Jika pengguna yakin bahwa QRIS dapat menjaga kerahasiaan dan integritas data pribadi serta transaksi mereka, mereka akan lebih cenderung untuk menggunakanQRIS.

Untuk memperkuat persepsi keamanan terhadap QRIS, penyedia layanan perlu memberikan informasi yang jelas tentang langkah-langkah keamanan yang diimplementasikan dalam sistem. Selain itu, penting untuk terus meningkatkan keamanan QRIS secara berkelanjutan. Dengan demikian, diharapkan pengguna akan merasa nyaman dan percaya diri dalam menggunakan QRIS sebagai alternatif pembayaran yang aman dan dapat diandalkan.

d) Perilaku Pengunaan

Perilaku penggunaan mengacu pada kecenderungan individu untuk terus menggunakan suatu teknologi. Potensi penggunaan teknologi komputer oleh seseorang dapat diantisipasi dengan mempertimbangkan seberapa besar perhatian individu terhadap teknologi tersebut, termasuk keinginan untuk meningkatkan perangkat pendukung, motivasi untuk menggunakan secara konsisten, dan dorongan untuk memengaruhi pengguna lain. Minat perilaku dalam menggunakan teknologi merujuk pada keinginan individu untuk melakukan perilaku tertentu terkait dengan teknologi tersebut (Rahmatika & Fajar, 2019).

Perilaku penggunaan QRIS mengacu pada kecenderungan atau

kebiasaan individu dalam menggunakan QRIS *(Quick Response Indonesian Standard)* sebagai metode pembayaran dalam transaksi keuangan. Hal ini mencakup seluruh tindakan yang dilakukan sehubungan dengan penggunaan QRIS, seperti:

1) Pembayaran dengan kode QR, scan kode QR, atau menggunakanaplikasi pembayaran berbasis QRIS.
2) Perilaku penggunaan QRIS juga mencakup frekuensi, konsistensi, dan preferensi penggunaan QRIS sebagai alternatif pembayaran dalam situasi transaksi yang berbeda.

e) *Social Influence*

Social Influence atau pengaruh sosial adalah upaya yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang untuk memengaruhi sikap, kepercayaan, persepsi, atau perilaku orang lain (Keller & Kotler, 2008). (Wang dkk., 2014)menyatakan bahwa pengaruh sosial meliputi dua dimensi, yaitu norma subjektif dan visibilitas, dan sering kali berasal dari lingkungan terdekat seperti keluarga, teman, dan kolega. Menurut Venkatesh dkk., (2016) yang dikutip dalam Hum dkk., (2017), *social influence* adalah faktor yang membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan dalam menggunakan suatu produk atau layanan. Dengan mempertimbangkan pandangan beberapa ahli, dapat disimpulkan bahwa pengaruh sosial adalah strategi di mana seseorang atau sekelompok orang memengaruhi orang lain untuk menggunakan produk atau layanan melalui komunikasi interpersonal.

Social influence pada penggunaan QRIS mengacu pada bagaimana individu dipengaruhi oleh orang lain dalam memutuskan apakah akan menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Hal ini dapat mencakup pengaruh keluarga, teman, atau kelompok lain dalam lingkaran sosial yang mendorong atau mengarahkan untuk menggunakan QRIS. Misalnya, jika seseorang melihat temannya aktif menggunakan QRIS dan memberikan tanggapan positif tentang pengalamannya, kemungkinan besar dia juga akan menggunakan QRIS. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan.

3.3.1 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis penelitian, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terhadap data yang sedang dianalisis. Proses ini melibatkan langkah-langkah berikut:

a. Uji Normalitas

Penting untuk memastikan bahwa distribusi normal terpenuhi sebelum melanjutkan pengujian variabel lainnya. Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan metode *statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov Z.* Sebuah model analisis regresi yang baik seharusnya memiliki data yang terdistribusi normal atau mendekati normal secara keseluruhan. Keputusan dalam analisis ini bergantung pada hasil uji normalitas tersebut.

1) Jika nilai signifikansi atau probabilitas melebihi 0,05, dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi yang normal.
2) Jika nilai signifikansi atau probabilitas kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak memiliki distribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi yang signifikan antara variabel independen dalam model regresi. Jika ada korelasi antara variabel independen, maka variabel-variabel tersebut dianggap tidak ortogonal. Variabel ortogonal merujuk pada variabel independen yang tidak memiliki korelasi satu sama lain.

Pengujian multikolinieritas mempertimbangkan nilai toleransi dan inversnya. Suatu model regresi dianggap mengalami multikolinieritas jika nilai toleransi melebihi 0,10 atau nilai VIF *(Variance Inflation Factor)* kurang dari 10. Kriteria untuk menafsirkan hasil pengukuran menggunakan nilaitoleransi dan VIF adalah sebagai berikut:

1) Tidak terjadi multikolinearitas jika nilai VIF < 10 atau tolerance > 0,10 dengan tingkat kolinearitas 0.95
2) Terjadi multikolinearitas jika nilai VIF > 10 atau tolerance <0,10 dengan tingkat kolinearitas 0.95

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013), pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat variasi yang berbeda dalam residu antara pengamatan satu dan lainnya dalam model regresi. Jika tidak ada indikasi heteroskedastisitas dalam pengujian, maka jenis regresi tersebut dianggap memadai. Dalam penelitian ini, dilakukan uji Glejser untuk menentukan tingkat signifikansi heteroskedastisitas:

1) Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka tidak ada bukti adanya heteroskedastisitas dalam data.
2) Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, menunjukkan kemungkinan adanya heteroskedastisitas dalam data.

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data digunakan sebagai materi analisis untuk menemukan jawaban atau solusi terhadap masalah yang sedang diselidiki oleh peneliti. Dalam studi ini, data yang digunakan adalah data primer. Data primer diperoleh melalui distribusi kuesioner kepada responden. Dengan memanfaatkan jenis data ini, peneliti berharap untuk mendapatkan pemahaman yang menyeluruh dan mendalam dalam menjawab pertanyaan yang tengah diselidiki (Sugiyono, 2013).

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner online yang disebar melalui *Google Form* melalui platform media sosial. Kuesioner yang digunakan telah disusun sebelumnya dengan pertanyaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan menggunakan pendekatan ini, diharapkan peneliti dapat mengumpulkan data yang relevan dan mewakili dari responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Penggunaan kuisioner ini dilakukan juga dalam penelitian (Nasya, 2023) yang berjudul "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Social Influence, dan *Financial Literacy* Terhadap Tingkat Penggunaan QRIS Pada Mahasiswa UPN Veteran Jakarta dimana penggunaan kuisioner dilakukan untuk mempermudah pengambil data secara banyak dan efisien waktu, selain itu juga analisis data yang mudah".

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada sampel yang telah ditentukan. Kuesioner menggunakan skala Likert dari 1 hingga 5 untuk mengukur respons dari responden:

1	STS	:	Sangat Tidak Setuju
2	TS	:	Tidak Setuju
3	N	:	Netral
4	S	:	Setuju
5	SS	:	Sangat Setuju

Penggunaan skala Likert dimaksudkan untuk menghindari kemungkinan responden memberikan jawaban netral atau tidak pasti

terkait persepsi mereka terhadap kemudahan, manfaat, keamanan, perilaku penggunaan, dan pengaruh sosial dalam menggunakan QRIS untuk transaksi. Skala likert juga diadopsi pada penelitian yang dilakukan oleh Putri (2023), namun dalam penelitian ini skala yang diberikan hanya 4 skala yaitu STS (sangat tidak setuju), TS (tidak setuju), S (setuju) dan SS (sangat setuju).

3.3.2 Uji Kualitas Data

Instrumen penelitian merujuk pada alat pengukur yang dipergunakan dalam penelitian. Alat-alat ini harus memenuhi standar tertentu,termasuk validitas dan reliabilitas, untuk memastikan keakuratannya.

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana kuesioner yang digunakan dalam penelitian memiliki keabsahan Sugiyono (2013). Keabsahan kuesioner terkait dengan sejauh mana pernyataan dalam kuesioner dapat mencerminkan konsep atau variabel yang ingin diukur dengan tepat. Untuk mengevaluasi validitas, metode yang digunakan adalah korelasi *Pearson*, yang mengukur hubungan antara skor tiap pernyataan dengan total skor. Jika korelasi antara skor pernyataan dan total skor signifikan pada tingkat kepercayaan 0,05, maka pernyataan tersebut dianggap valid. Sebaliknya, jika tingkat kepercayaannya berbeda dari 0,05, pernyataan tersebut dianggap

tidak valid.

Responden dalam penelitian ini merupakan individu dari Generasi Y dan Generasi Z di Provinsi DI Yogyakarta yang telah menggunakan atau sedang menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Jumlah responden survei yang akan diambil adalah 100 orang. Metode yang digunakan untuk menguji validitas adalah dengan membandingkan nilai r-hitung dengan nilai r- tabel pada tingkat signifikansi 5%.

b. Uji Reabilitas

Reliabilitas menggambarkan seberapa konsisten suatu instrumen pengukuran dalam memberikan hasil yang serupa dari pengukuran ke pengukuran berikutnya. Ini mencerminkan sejauh mana instrumen tersebut dapat diandalkan dalam menilai hal yang sama dari waktu ke waktu.

Meskipun keandalan instrumen tidak dapat dipastikan dengan mutlak, ia dapat diperkirakan. Reliabilitas diartikan sebagai konsistensi, yang berarti bahwa jika suatu tes diulang beberapa kali, hasilnya akan cenderung serupa. Dengan kata lain, hasil tes yang pertama akan memiliki korelasi yang kuat dengan hasil tes yang berikutnya. Koefisien reliabilitas, yang berada dalam rentang antara 0 dan 1, menggambarkan tingkat konsistensi tersebut. Semakin tinggi nilainya mendekati 1, semakin andal instrumennya, dan sebaliknya.

Dalam penelitian ini, koefisien Cronbach alpha digunakan dengan tingkat toleransi sebesar 0,6. Koefisien ini digunakan untuk mengevaluasi hubungan korelasi antara berbagai skala yang ada dalam instrumen penelitian. Sebuah variabel dianggap memiliki reliabilitas yang memadai jika nilai Cronbach alpha melebihi batas toleransi yang ditetapkan.

3.3.1 Analisis Regresi Berganda

Untuk mengevaluasi dampak dan intensitas keterkaitan antara beberapa variabel independen terhadap variabel dependen, analisis regresi berganda *(multiple regression)* digunakan. Dalam penelitian ini, ada empat variabel independen yang dianalisis, sehingga rumus persamaan regresi berganda dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + \beta 4X4 + \beta 5X5 + e$$

Y	:	Minat Penggunaan QRIS
e	:	Error
X1	:	Persepsi Kemudahan
X2	:	Persepsi Manfaat
X3	:	Persepsi Keamanan
X4	:	Perilaku Pengunaan
X5	:	*Social Influence*
a	:	Konstanta
β1- β4	:	Koefisien Regresi

a. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah pernyataan yang mengaitkan dua variabel atau lebih, baik secara umum maupun secara khusus. Hipotesis tersebut berfungsi sebagai prediksi tentang hubungan antar variabel. Ada empat tes yang akan dilakukan untuk menguji hipotesis, yaitu sebagai berikut:

1) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah sebuah ukuran yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana model dapat menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Rentang nilai koefisien determinasi berada antara 0 hingga 1, di mana semakin tinggi nilai R^2, semakin besar kontribusi variabel independen terhadap variasi yang terjadi pada variabel dependen. Jika nilai R^2 mendekati 1, maka hal tersebut menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan sebagian besar variasi yang terjadi pada variabel dependen, sementara nilai R^2 yang mendekati 0 menandakan bahwa kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen menjadi rendah, sehingga model hanya memiliki kemampuan terbatas dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen.

2) Uji T

Uji signifikansi dengan Uji T bertujuan untuk menilai apakah variabel independen memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap variabel dependen. Keputusan dalam uji T (parsial) biasanya didasarkan pada nilai probabilitas yang dihasilkan dari analisis data menggunakan program SPSS. Apabila hasil perhitungan dari SPSS menunjukkan:

Jika nilai P *value* < 0,05, itu menandakan bahwa variabel independen memiliki dampak signifikan pada variabel dependennya, atau dengan kata lain, terdapat pengaruh yang signifikan antara kedua variabel yang diuji. Namun, jika nilai P *value* > 0,05, itu menunjukkan bahwa variabel independen tidak memiliki dampak yang signifikan pada variabel dependennya, atau dengan kata lain, tidak ada pengaruh yang signifikan antara kedua variabel yang diuji.

3) Uji F (Uji Simultan)

Uji F, yang juga dikenal sebagai uji kesesuaian, bertujuan untuk menentukan apakah ada pengaruh bersama-sama yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, level signifikansi yang digunakan adalah 0,05 atau 5%. Pedoman yang diperkenalkan oleh Hadi (2004) Sugiyono (2013) diikuti dalam penelitian ini:

1) Jika nilai signifikansi F < 0,05, maka uji ini dianggap cocok untuk digunakan dalam penelitian.
2) Jika nilai signifikansi F > 0,05, maka model uji ini dianggap tidak cocok untuk digunakan dalam penelitian.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, subjek yang diteliti adalah Generasi Y dan Generasi Z yang berdomisili di Provinsi DI Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan menyebarkan kuesioner kepada 217 responden yang merupakan pengguna QRIS dan bersedia menjadi sukarelawan. Kuesioner ini diproses melalui Google Form dan ditujukan kepada responden Generasi Y dan Generasi Z yang tinggal di Provinsi DI Yogyakarta. Skala likert juga diadopsi pada penelitian yang dilakukan oleh Putri (2023) (Nasya (2023) Peneliti ingin melakukan penarikan sampel menggunakan rumus Slovin dengan batas kesalahan atau margin of error sebesar 10%.

Pengkalkulasianya berupa:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{453.000}{1 + 453.000(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{453.000}{4.531}$$

$$n = 99{,}977$$

Secara batasan minimumnya sejumlah 453.000 Gen Y & Z di Di Yogyakarta (BPS Yogyakarta, 2023) subjek yang hendak dikaji sejumlah 217 Generasi Y & Z.

4.2 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, 217 responden Generari Y dan Generasi Z yang ada pada Provinsi DI Yogyakarta yang menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran.

4.2.1 Usia

Persentase menurut usia responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1 Karakteristik Pengguna Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Pengguna	Presentase dalam persen
12-19 Tahun	50	23%
20-27 Tahun	161	74,2%
28-35 tahun	3	1,4%
36-43 Tahun	3	1,4%
TOTAL	**217**	**100%**

Melalui tabel tersebut, diamati bila golongan 23% / 50 berumur 12-19 tahun, lalu 74,2% / 161 berumur 20-27 tahun, 1,4% / 3 berumur 28-35 tahun, serta 1,4% / 3 berumur 36-43 tahun. Simpulanya untuk mayoritasnya berumur 20-27 tahun.

4.2.2 Domisili

Persentase menurut domisili responden dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 4.2 Karakteristik Pengguna Berdasarkan Domisili

Domisili	Jumlah pengguna	Presentase dalam persen
Sleman	133	61,3%
Bantul	13	6,0%
Kulon Progo	3	1,4%
Gunung Kidul	2	0,9%
Yogyakarta	66	30,4%
TOTAL	**217**	**100%**

Melalui tabel tersebut diamati tertinggi ada di Sleman sejumlah 61,3% / 133 individu, untuk Yogyakarta sejumlah 30,4% / 66 individu, berikutnya Bantul sejumlah 6,0% / 13 individu, lalu Kulon Progo sejumlah 1,4% / 3 individu, juga Gunung Kidul sejumlah 0.9% / 2 individu. Dibentuk simpulan untuk yang mendominasinya ada di Sleman.

4.2.3 Pekerjaan

Persentase menurut pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3 Karakteristik Pengguna Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah pengguna	Persentase dalam persen
Pelajar	3	1,4%
Mahasiswa/i	180	82.9%
Pegawai	29	13,4%
Lainnya	5	2,3%

TOTAL	**217**	**100%**

Melalui tabel tersebut, total dominanya ada digolongan mahasiswa/i sejumlah 82.9% / 180 individu, lalu 1,4% / 3 golongan pelajar, berikutnya 13,4% / 29 golongan pegawai, serta 2,3% / 5 golongan lainnya. Dibentuk simpulan untuk yang mendominasinya dari golongan mahasiswa/I.

4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Sampel pengkajian ini sejumlah 217 Responden. Pengkalkulasian analisa ini mencakup: kisaran sampel (mean), total data (N), minimum, maksimum, juga standar deviasi guna tiap variabel

Terdapat perolehan analisanya bisa diamati ditabel berupa:

Tabel 4.4 Hasil Statistik Deskriptif Pengguna

Variabel	*N*	*Minimum*	*Maximum*	*Mean*	*Std. Deviation*
Persepsi Kemudahan	217	16.00	25.00	23.35	2.002
Persepsi Manfaat	217	14.00	25.00	22.93	2.269
Persepsi Keamanan	217	9.00	25.00	20.47	3.220
Perilaku Penggunaan	217	9.00	25.00	22.29	2.495
Social Influence	217	7.00	25.00	19.47	4.277

Minat Penggunaan QRIS	217	12.00	30.00	25.99	3.543

Melalui tabel tersebut, diamati X1 memperoleh standar deviasi 2.002, *mean* 23.35, *maximum* 25.00 & *minimum* 16.00. untuk X2 memperoleh standar deviasi 2.269, *mean* 22.93, *maximum* 25.00 & *minimum* 14.00. untuk X3 memperoleh standar deviasi 3.220, *mean* 20.47, *maximum* 25.00 & *minimum* 9.00. untuk X4 memperoleh standar deviasi 2.495, *mean* 22.29, *maximum* 25.00 & *minimum* 9.00. untuk X5 memperoleh standar deviasi 4.277, *mean* 19.47, *maximum* 25.00 & *minimum* 7.00. untuk Y memperoleh standar deviasi 3.543, *mean* 25.99, *maximum* 30.00 & *minimum* 12.00.

4.4 Uji Validitas

Pengujianya diselenggarakan guna mengamati validnya pengkajian ini. Dimana $r^{hitung} > r^{tabel}$, diasumsikan valid serta sebaliknya. Pengujian ini dilaksanakan guna mendapati r_{tabel} secara memakai ekspresi *df* = N2, yang mendapati *df* = 217 = 215. R_{tabel} guna 113 ialah 0,1541. Terdapat perolehan pengujianya berupa.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Pengguna

Variabel				
	Indikator	R hitung	R Tabel	Keterangan
Persepsi kemudahan	X1	0.664**	0.235	Valid
	X2	0.786**	0.235	Valid

	X3	0.744**	0.235	Valid
	X4	0.713**	0.235	Valid
	X5	0.749**	0.235	Valid
Persepsi manfaat	X2.1	0.713**	0.235	Valid
	X2.2	0.772**	0.235	Valid
	X2.3	0.851**	0.235	Valid
	X2.4	0.746**	0.235	Valid
	X2.5	0.739**	0.235	Valid
Persepsi keamanan	X3.1	0.772**	0.235	Valid
	X3.2	0.773**	0.235	Valid
	X3.3	0.850**	0.235	Valid
	X3.4	0.811**	0.235	Valid
	X3.5	0.613**	0.235	Valid
Perilaku penggunaan	X4.1	0.655**	0.235	Valid
	X4.2	0.714**	0.235	Valid
	X4.3	0.729**	0.235	Valid
	X4.4	0.637**	0.235	Valid
	X4.5	0.758**	0.235	Valid
Social influence	X5.1	0.442**	0.235	Valid
	X5.2	0.833**	0.235	Valid
	X5.3	0.897**	0.235	Valid
	X5.4	0.910**	0.235	Valid

	X5.5	0.870**	0.235	Valid
Minat penggunan QRIS	Y1.1	0.814**	0.235	Valid
	Y1.2	0.802**	0.235	Valid
	Y1.3	0.820**	0.235	Valid
	Y1.4	0.780**	0.235	Valid
	Y1.5	0.777**	0.235	Valid
	Y1.6	0.805**	0.235	Valid

Melalui tabel ini diamati nilai terminim sejumlah 0,442 serta tertinggi 0,910. Serta bisa diamati $r^{hitung} > r^{tabel}$ (0.235) diasumsikan semua pertanyaanya layak menjadi instrument pengkajian, diberup fakta secara taraf sign 5% yang mana angkanya diatas 0,1541 sehingga diasumsikan valid.

4.5 Uji Reliabilitas

Pengujian ini guna mengevaluasi apakah data melalui sebuah angket reliabel/tidak. Untuk melaksanakan pengujianya memakai *Cronbachs Alpha*. Perolehan pengujianya ditampilkan ditabel berupa:

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Pengguna

Variabel	***Cronbachs Alpha***	**Keterangan**
Persepsi kemudahan	0,778	Reliabel
Persepsi manfaat	0,823	Reliabel
Persepsi keamanan	0,818	Reliabel
Perilaku penggunaan	0,694	Reliabel

Social influence	0,868	Reliabel
Minat penggunaan QRIS	0,885	Reliabel

Melalui tabel ini, diamati *Cronbachs alpha* 0.694 - 0.868. diasumsikan diatas 0,6 yang mana seluruh pernyataannya Reliabel.

4.6 Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini mencakup 3 uji, berupa *multikolinieritas*, *normalitas*, juga *heteroskedastisitas* yang dilaksanakan memakai media SPSS.

4.6.1 Uji Normalitas

Pengujiannya akan melihat apakah sebuah datanya terdistribusi normal. Disebut bagus modelnya bila terdistribusi normal. Terdapat perolehan pengujianya bisa diamati ditabel berupa.

Tabel 4.7 Hasil Normalitas Pengguna

	Unstandardized Residual
N	217

Exponential Parameters	*Mean*	.0000000
	Std. Deviation	2.13524250
Most Extreme Differences	*Absolute*	0.079
	Positive	0.046
	Negative	-0.079
Kolmogorov-Smirnov Z		1.165
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,132

melalui tabel ini diamati sign diatas 0,05 ialah 0,132. Dibentuk simpulan data terdistribusi normal.

4.6.2 Uji Multikolinieritas

Pengujiannya guna menetapkan apakah terdapat *interkorelasi* antar variabel independen. Pengujianya secara mengamati *Variance Inflation Factor & Tolerance*. Terdapat perolehan pengujianya bisa diamati ditabel berupa.

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas Pengguna

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi kemudahan	0.527	1.897	Tidak bergejala multikolinieritas
Persepsi manfaat	0.498	2.007	Tidak bergejala multikolinieritas
Persepsi keamanan	0.687	1.456	Tidak bergejala multikolinieritas
Perilaku penggunaan	0.599	1.670	Tidak bergejala multikolinieritas
Social influence	0.799	1.252	Tidak bergejala multikolinieritas

Melalui tabel ini diamati *tolerance* melampaui 0,10. Diasumsikan tidak berkorelasi. Kemudian VIF dibawah 10. Diasumsikan tidak bergejala *multikolinieritas* dipengkajian ini.

4.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujiannya guna menetapkan apakah ada ketidakselarasan antar model regresi yang dilaksanakan memakai pengujian *Glejser*. Terdapat perolehan pengujianya bisa diamati ditabel berupa.

Tabel 4.9 Hasil Heteroskedastisitas Pengguna

Variabel	sig	batas	Keterangan
Persepsi kemudahan	0.598	> 0,05	Tidak bergejala heteroskedastisitas
Persepsi manfaat	0.712	> 0,05	Tidak bergejala heteroskedastisitas
Persepsi keamanan	0.258	> 0,05	Tidak bergejala heteroskedastisitas
Perilaku penggunaan	0.337	> 0,05	Tidak bergejala heteroskedastisitas
Social influence	0.187	> 0,05	Tidak bergejala heteroskedastisitas

Melalui tabel ini diamati seluruh signya diatas 0,05 yang diasumsikan tidak ada masalah *heteroskedastisitas*.

4.7 Hasil Uji QRIS

4.7.1 Uji Model

Pengujian model digunakan untuk melihat kualitas model survei yang dipakai. Ada tiga jenis tes model dalam penelitian ini adalah *Adjusted R Square*, signifikansi F, dan *Missing Variable*. Di bawah ini adalah hasil uji regresi berganda pengguna:

Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Pengguna

Koefisien Determinasi R^2 *Adjusted R Square*

Model	*R*	*R Square*	*Adjusted R Square*	*Std. Error of the Estimate*
1	.798[a]	.637	.628	2.160

Uji F *Signifikasi F*

Model		*Sum of Squares*	*Df*	*Mean Square*	*F*	*Sig.*
1	*Regression*	1727.181	5	345.436	74.012	.000[b]
	Residual	984.800	211	4.667		
	Total	2711.982	216			

Uji T *Missing Variable*

Model		*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*	*t*	*Sig.*
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.698	1.857		-3.069	.002

Persepsi Kemudahan	.310	.101	.175	3.068	.002
Persepsi Manfaat	.280	.092	.179	3.052	.003
Persepsi Keamanan	.188	.055	.171	3.410	.001
Perilaku Penggunaan	.458	.076	.323	6.017	.000
Social Influence	.204	.038	.246	5.295	.000

4.7.1.1 Adjusted R Square

Menurut data Tabel di atas, didapati jika Adjusted R Square yang disesuaikan memiliki nilai 0,628 atau 62,8%. Artinya kemudahan yang dirasakan, manfaat yang dirasakan, keamanan yang dirasakan, perilaku penggunaan, dan social influence dapat menjelaskan 62,8% perubahan variabel QRIS yang digunakan, rata-rata per variabel. Explainability adalah 37,2%. Nilai 37,2% dapat dijelaskan oleh variabel di luar model. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa pilihan variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, perilaku penggunaan, dan *social influence* dapat dijelaskan dengan baik.

4.7.1.2 Uji F

Berdasarkan data Tabel di atas, hasil dari pengolahan data memperlihatkan jika nilai F sebesar 74.012 yang juga didukung oleh signifikansi F sebesar 0,000 < alpha 0,05. Hasil ini menunjukkan jika

model yang diusulkan sangat baik, karena error model yang didukung oleh peneliti memiliki nilai rendah, kurang dari 0,000%. Melalui hasil ini disimpulkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, perilaku penggunaan, dan social influence berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat menggunakan QRIS, dan model yang dihasilkan pada penelitian ini akan dipakai untuk analisis lebih lanjut.

4.7.1.3 Uji T

Pengujianya guna mendalami variabel independen mendampaki variabel dependen. terdapat perolehan ujinya berupa:

a. Variabel Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan QRIS

H_0 : $\beta_0 = 0$ Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh terhadap Minat Penggunaan QRIS

Ha : $\beta_1 > 0$ Persepsi Kemudahan positif terhadap Minat Pengunaan QRIS

Dimana Persepsi Kemudahan bernilai koefisien sejumlah 0.310 serta prob-nya sejumlah $0.002 < \alpha$ (5%) diasumsikan H_0 ditolak yang simpulanya X1 berdampak pada Y.

b. Variabel Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan QRIS

H_0 : $\beta_0 = 0$ Persepsi Manfaat tidak berpengaruh terhadap Minat Penggunaan QRIS

Ha : $\beta_2 > 0$ Persepsi Manfaat positif terhadap Minat Pengunaan QRIS

Dimana Persepsi Manfaat bernilai koefisien sejumlah 0.280 serta

prob sejumlah 0.003 < α (5%) diasumsikan H_0 ditolak, simpulanya X2 berdampak pada Y.

c. Variabel Persepsi Keamanan terhadap Minat Penggunaan QRIS

H_0 : $\beta_0 = 0$ Persepsi Keamanan tidak berpengaruh terhadap Minat Penggunaan QRIS

H_a : $\beta_3 > 0$ Persepsi Keamanan positif terhadap Minat Pengunaan QRIS

Dimana Persepsi Kemanan bernilai koefisien sejumlah 0.188 serta prob sejumlah 0.001 < α (5%) diasumsikan H_0 ditolak simpulanya X3 berdampak pada Y.

d. Variabel Perilaku Penggunaan terhadap Minat Penggunaan QRIS

H_0 : $\beta_0 = 0$ Perilaku Penggunaan tidak berpengaruh terhadap Minat Penggunaan QRIS

H_a : $\beta_4 > 0$ Perilaku Penggunaan positif terhadap Minat Pengunaan QRIS

Dimana Perilaku Penggunaan bernilai koefisien sejumlah 0.458 serta prob sejumlah 0.000 < α (5%) diasumsikan H_0 ditolak, simpulanya X4 berdampak pada Y.

e. Variabel *Social Influence* terhadap Minat Penggunaan QRIS

H_0 : $\beta_0 = 0$ *Social Influence* tidak berpengaruh terhadap Minat

Penggunaan QRIS

H_a : $\beta_5 > 0$ *Social Influence* positif terhadap Minat Pengunaan QRIS

Dimana *Social Influence* bernilai koefisien sejumlah 0.204 serta prob sejumlah 0.000 < α (5%) diasumsikan H_0 ditolak yang simpulanya X5 berdampak pada Y.

4.7.2 Uji Variabel

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat Gen Y dan Gen Z terhadap persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, perilaku penggunaan, dan social influence dalam menggunakan QRIS. Berdasarkan beberapa uji yang telah dilakukan pada penelitian ini maka terdapat pembahasan sebagai berikut:

4.7.2.1 Persepsi Kemudahan berdampak signifikan positif pada Minat Penggunaan QRIS Generasi Y & Z DI Yogyakarta.

Melalui Tabel 4.10 diamati koefisien (β) Persepsi Kemudahan sejumlah 0.633 dimana sign 0.002. diasumsikan Persepsi Kemudahan berdampak positif pada Minat Penggunaan QRIS. dimana selaras pada hipotesis awal ialah Persepsi Kemudahan berdampak positif pada Minat Penggunaan QRIS oleh Generasi Y & Z DI. Yogyakarta.

Dimana penjabarannya bila persepsi kemudahan, tiap individu saat memakai sebuah teknologi khususnya untuk sistem transaksi bisa dilancarkan untuk melaksanakan pekerjaan serta memperoleh

kejelasan data.

Perolehanya selaras pada pengkajian yang dilaksanakan (Ali, 2020), (Putri dkk., 2022), (Putri, 2023), (Nasya, 2023), dan (Sebayang & Rahmawati, 2023) menjabarkan bila "dengan persepsi kemudahan memiliki hubungan positif terhadap minat menggunakan QRIS, Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan/minat pengguna dalam menggunakan QRIS karena seseorang semakin meyakini bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah atau dengan usaha yang minim".

4.7.2.2 Persepsi Manfaat berdampak signifikan positif pada Minat Penggunaan QRIS Generasi Y & Z DI Yogyakarta.

Melalui Tabel 4.10 diamati koefisien (β) Persepsi Manfaat sejumlah 0.280 secara sign 0.003. diasumsikan Persepsi Manfaat berdampak positif pada Minat Penggunaan QRIS. dimana selaras pada hipotesis kedua ialah Persepsi Manfaat berdampak positif pada Minat Penggunaan QRIS oleh Generasi Y & Z DI. Yogyakarta.

Persepsi Manfaat bisa mendampaki kepercayaan pemakai atas dipakainya sebuah sistem data guna mengembangkan kinerjanya. Bila pemakai percaya bila teknologinya bisa mendatangkan kegunaan, sehingga berpotensi akan memakai teknologi tersebut serta sebaliknya.

Pengkajian ini selaras pada perolehan pengkajian (Ernawati & Noersanti, 2020), (Putri dkk., 2022), dan (Putri, 2023) "disimpulkan bahwa jika seseorang percaya bahwa QRIS memberikan manfaat yang

signifikan, mereka akan cenderung memiliki respons positif terhadap sistem tersebut dan lebih mungkin untuk menggunakan QRIS dalam kegiatan transaksi keuangan mereka. QRIS dapat mengurangi kebutuhan akan uang tunai, mempercepat transaksi, menghilangkan penukaran uang kembalian, meningkatkan pengalaman pengguna, dan memudahkan pelacakan serta rekonsiliasi transaksi".

4.7.2.3 Persepsi Keamanan berdampak signifikan positif pada Minat Penggunaan QRIS Generasi Y & Z DI Yogyakarta.

Melalui Tabel 4.10 diamati koefisien (β) Persepsi Keamanan sejumlah 0.188 secara sign 0.001. diasumsikan Persepsi Keamanan berdampak positif pada Minat Penggunaan QRIS. dimana selaras pada hipotesis ketiga ialah Persepsi Keamanan berdampak positif pada Minat Penggunaan QRIS oleh Generasi Y & Z DI. Yogyakarta.

Dimana selaras pada pengkajian yang dilaksanakan (Fadhilah dkk., 2021), (Chairunnisa, 2023), (Sebayang & Rahmawati, 2023), dan (Putri, 2023) "dimana hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa variabel persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS serta terdapat hipotesis bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna uang elektronik, sehingga pengguna melihat adanya keamanan dalam menggunakan QRIS".

4.7.2.4 Perilaku Penggunaan berdampak signifikan positif pada Minat Penggunaan QRIS Generasi Y & Z DI Yogyakarta.

Melalui Tabel 4.10 diamati koefisien (β) Perilaku Penggunaan sejumlah 0.458 secara sign 0.000. diasumsikan Perilaku Penggunaan berdampak posifitf pada Minat Penggunaan QRIS. dimana selaras pada hipotesis keempat ialah Perilaku Penggunaan berdampak positif pada Minat Penggunaan QRIS oleh Generasi Y & Z DI. Yogyakarta.

Pengkajianya selaras pada pengkajian yang dilaksanakan (Wibowo & Rimadias, 2022) "dimana hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa variabel perilaku penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS dan terdapat hipotesis bahwa perilaku penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna QRIS, sehingga pengguna menggunakan QRIS dalam keseharian mereka".

4.7.2.5 *Social Influence* berdampak signifikan positif pada Minat Penggunaan QRIS Generasi Y & Z DI Yogyakarta.

Melalui Tabel 4.10 diamati koefisien (β) *Social Influence* sejumlah 0.204 secara sign 0.000. diasumsikan *Social Influence* berdampak positif pada Minat Penggunaan QRIS. dimana selaras pada hipotesis kelima ialah Social *Influence* berdampak positif pada Minat Penggunaan QRIS oleh Generasi Y & Z DI. Yogyakarta.

Dimana memberi fakta bila beragam generasi Z & Y berpersepsi baik pada *social influence*. *Social Influence* QRIS dimaknai menjadi

efek baik untuk pemakainya ketika melaksanakan transaksi. Terdapat citra positif atas dipakainya QRIS sebab bisa melancarkan tahap transaksi secara fleksibel. Terdapatnya insentif & promosi yang dikolaborasikan untuk pemakaian QRIS melalui diskon, penawaran menarik serta lainnya.

Selaras pada pengkajian yang dilaksanakan (Kusuma & Hermawan, 2020), (Pangestu, 2022), (Ridwan, 2022), dan (Saibil dkk., 2022) yang memperoleh "kesimpulan bahwa *social influence* berpengaruh positif terhadap minat Generasi Y dan Generasi Z dalam menggunakan QRIS".

BAB V

KESIMPULAN & IMPLIKASI

5.1 Kesimpulan

Penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan teori UTAUT2, menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi minat dari Gen Y dan Gen Z yang ada di Provinsi DI Yogyakarta untuk menggunakan QRIS. Metode penelitian ini menggunakan analisis dari aplikasi SPSS dan diuji secara empiris dengan mengajukan lima hipotesis penelitian. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa Gen Y dan Gen Z menunjukkan minat yang signifikan dalam menggunakan QRIS sebagai sarana pembayaran dalam aktivitas sehari-hari.

Berdasarkan analisis data yang diperoleh dari responden, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1) Variabel Persepsi Kemudahan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan QRIS. Hal tersebut dibuktikan dengan variabel Persepsi Kemudahan memiliki koefisien (β) 0.310 dan signifikansi 0.002.
2) Variabel Persepsi Manfaat mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan QRIS. Hal tersebut dibuktikan dengan variabel Persepsi Manfaat memiliki koefisien (β) 0.280 dan signifikansi 0.003.
3) Variabel Persepsi Keamanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan QRIS. Hal tersebut

dibuktikan dengan variabel Persepsi Keamanan memiliki koefisien (β) 0.188 dan signifikansi 0.001.

4) Variabel Perilaku Penggunaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan QRIS. Hal tersebut dibuktikan dengan variabel Perilaku Penggunaan memiliki koefisien (β) 0.458 dan signifikansi 0.000.
5) Variabel *Social Influence* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan QRIS. Hal tersebut dibuktikan dengan variabel *Social Influence* memiliki koefisien (β) 0.204 dan signifikansi 0.000.
6) Variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Perilaku Penggunaan, dan *Social Influence* berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap Minat Penggunaan QRIS. Hal tersebut dibuktikan dengan Variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Perilaku Penggunaan, dan *Social Influence* memiliki nilai F 74.012 dan signifikansi 0.000.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan di atas, beberapa implikasi yang dapat disampaikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1) Kemajuan teknologi mengubah cara dalam melakukan transaksi keuangan, terutama dengan pergeseran dari uang tunai ke pembayaran non tunai. Implikasi dari ini adalah semakin banyak orang beralih ke transaksi non tunai

karena keunggulan yang ditawarkannya.

2) Meski berkembangnya digitalisasi, pasti masih terdapat kesenjangan didesa serta kota juga dilingkup sosial atas keahlian memakai sebuah teknologi. Implikasinya ialah dibutuhkanya kolaborasi antar pemerintah serta pihak yang berkaitan guna menjamin bila kegunaan sistem transaksi & teknologi bisa dirasakan seluruh cakupan tiap warga.
3) Pengumuman inisiatif BI-FAST, QRIS, serta SNAP oleh Bank Indonesia menampilkan komitmen guna menginovasikan bentuk transaksi serta mewujudkan lingkup ekonomi yang optimal. Dimana mengimplikasikan positif untuk mendorong perkembangan bidang transaksi.
4) Kualitas layanan QRIS juga memiliki implikasi pada minat pengguna. Layanan yang praktis dan dapat diandalkan dapat meningkatkan minat penggunan dalam menggunakan QRIS.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan di atas, beberapa saran yang dapat disampaikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1) Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan metode kualitatif, seperti melakukan wawancara langsung guna memahami lebih dalam pengalaman dan persepsi individu terkait penggunaan QRIS.
2) Penelitian selanjutnya, pertimbangkan variabel independen, seperti dampak positif dan negatif QRIS dalam kehidupan sehari-hari, untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat pengguna dalam mengadopsi QRIS secara komprehensif.

3) Untuk penelitian selanjutnya, perlu memperluas cakupan subjek penelitian diluar Gen Y dan Gen Z Provinsi DI Yogyakarta dan mempertimbangkan sampel yang lebih besar untuk tingkat akurasi yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Abiba, R. W., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh penggunaan uang elektronik (E-Money) berbasis server sebagai alat transaksi terhadap penciptaan gerakan less cash society pada generasi milenial di Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam, Vol 4 No 1* 196–200. https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n1.p196-206

Abidin, M. S. (2015). Dampak kebijakan e-money di Indonesia sebagai alat sistem pembayaran baru. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, *Vol 3 No 2* (11080694234), 1–21.

Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2017). Pengaruh kepercayaan, keamanan, persepsi risiko, serta kesadaran nasabah terhadap adopsi e-banking di bank bri Surabaya. *Journal of Business & Banking*, *Vol 6 No 1*, 113-115. https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1.898

Aini, D. N. U. R. (2021). Analisis implementasi sistem pembayaran quick respond indonesia standard (qris) bagi pemilik umkm di kecamatan Cipinang besar selatan analisis implementasi sistem pembayaran quick respond indonesia standard (qris) bagi pemilik umkm di kecamatan Cipinang. *STEI Akuntansi Jakarta*, 4-10.

Ali, S. I. (2020). Pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap niat pembelian ulang dengan sikap sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, *Vol 5 No 2*, 1–13.

Andika Sari, M., Listiawati, R., Novitasari, & Vidyasari, R. (2019). Terhadap minat penggunaan e-wallet. *Ekonomi Dan Bisnis*, *Vol 18 No 2*, 126–134.

Bank Indonesia. (2019). *Qris, satu qr code untuk semua pembayaran*. *Siaran Pers*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/SP_216219.aspx

Bank Indonesia. (2020). *Qris*. https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx

Bank Indonesia. (2023). *Cara membuat qris all payment untuk usaha*. https://www.bi.go.id/Id/Publikasi/Ruang-Media/Cerita-Bi/Pages/Cara-Membuat-Qris.Aspx#:~:Text=Bank

Baron, R. A., & Byrne, D. (2005). Psikologi Sosial. *Jakarta:Erlangga* 56-60.

Caelles, S., Pont-Tuset, J., Perazzi, F., Montes, A., Maninis, K.-K., & Van Gool, L. (2019). *The 2019 davis challenge on vos: unsupervised multi-object segmentation*. 1–4. http://arxiv.org/abs/1905.00737

Chairunnisa, S. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi menggunakan layanan pembayaran digital QRIS (Studi Kasus pada Gen BI Komisariat Universitas Medan Area). 23-35. https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/19721/1/188320131 - Silvira Chairunnisa - Fulltext.pdf

Chin, W. W., & Todd, P. A. (1995). On the use, usefulness, and ease of use of structural equation modeling in MIS research: a note of caution. *Management Information Systems Quarterly*, *Vol 19*, 237–246. https://api.semanticscholar.org/CorpusID:60760099

Chrisanta, A. E., & Rokhman, N. (2022). Pengaruh kemudahan, keamanan, kepercayaan dan e-service quality terhadap keputusan pembelian secara online pada e-commerce shopee. *Cakrawangsa Bisnis*, *Vol 3 No 1*, 23–34.

Damghanian, H., Zarei, A., & Siahsarani Kojuri, M. A. (2016). Impact of perceived security on trust, perceived risk, and acceptance of online banking in Iran. *Journal of Internet Commerce*, *Vol 15*, 214–228. https://doi.org/10.1080/15332861.2016.1191052

Danil, M. (2020). Pentingnya memahami peran metodologi studi islam terhadap generasi milenial di era digitalisasi. *Profetika: Jurnal Studi Islam*, *Vol 21 No 2*, 223–230. https://doi.org/10.23917/profetika.v21i2.13082

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*, 319–321. https://doi.org/10.2307/249008

Davis, F. D. (2005). *Measurement scales for perceived usefulness and perceived ease of use. MIS Quarterly: Management Information Systems*, *Vol 37 No 4*,

246-249.

Fadhilah, S. A., Nugroho, J. A., & Sangka, K. B. (2021). Pengaruh kemudahan dan keamanan terhadap minat menggunakan quick response code indonesian standard pada pelaku umkm binaan bank Indonesia KPW Solo. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, *Vol 7 No 3*, 2–7.

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

Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. 23-35.

Herony, R. (2020). Analisa penerapan quick response code indonesian standard (qris) pada nagari mobile banking dalam meningkatkan pelayanan di bank nagari cabang utama. *Universitas Andalas Padang*, 24-31.

Hum, D. P. S., Agus, B., & Iip, S. S. (2017). Journal of experimental psychology: General. *Vol 136 No 1*, 23–35. https://doi.org/10.1136/ip.2010.029629

Joan, L., & Sitinjak, T. (2019). Pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital GO-PAY. *Jurnal Manajemen*, *Vol 8 No 2*, 27–39. https://doi.org/10.23960/jbekh.v2i2.117

Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem informasi keperilakuan. Y*ogyakarta: Andi Offset*. 56-60.

Keller, Philip Kotler, K. L. (2008). Manajemen Pemasaran. *PT Indeks*. 56-65.

Kusuma, T. M., & Hermawan, D. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan social influence terhadap keputusan pembelian menggunakan online food delivery service. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, *Vol 18 No 2*, 176–180.

Lasti Yossi Hastini, Rahmi Fahmi, H. L. (2020). Apakah pembelajaran menggunakan teknologi dapat meningkatkan literasi manusia pada generasi Z di Indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, *Vo 10 No 1*, 12-13. https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1

Latifah, F. N., Maika, M. R., & Lutvi Azizah, N. (2020). Minat mahasiswa perbankan syariah melakukan pembayaran transaksi non tunai berbasis web. *Malia (Terakreditasi), Vol 12 No 1*, 29–38. https://doi.org/10.35891/ml.v12i1.2005

Mazer, S. M., Kamaludi, & Husaini. (2021). Minat penggunaan less cash society pada generasi millenial di kota Bengkulu dengan pendekatan TAM dan TPB. *Student Journal of Business Management*, *Vol 4 No 1*, 159–167.

Nainggolan, E. G. M., Silalahi, B. T. F., & Sinaga, E. M. (2022). Analisis kepuasan gen z dalam menggunakan qris di kota Pematangsiantar. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, *Vol 4 No 1*, 24–32. https://doi.org/10.36985/manajemen.v4i1.351

Nasya, A. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan, social influence, dan financial literacy terhadap tingkat penggunaan qris pada mahasiswa UPN "VETERAN" JAKARTA *Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 53-60.

Nihayah, A. Z., Musolichah, T., & Rifqi, L. H. (2022). Pelatihan e-commerce dan social commerce untuk meningkatkan kompetensi tecnopreneurship pada siswa smk. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *Vol 6 No 3*, 647–660.

Nopy Ernawati, L. N. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan pada aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, *Vol 3 No 6*, 67-70. https://doi.org/10.58344/jii.v1i6.90

Nugrah Leksono Putri Handayani, & Poppy Fitrijanti Soeparan. (2022). Peran sistem pembayaran digital dalam revitalisasi umkm. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, *Vol 1 No 3*, 20–25. https://doi.org/10.56444/transformasi.v1i3.425

Palupi, A. A., Hartanti, T., & Sofa, N. (2022). Seminar nasional riset terapan administrasi bisnis & mice X. 5607-13670-1-PB.

Pangestu, M. G. (2022). Behavior intention penggunaan digital payment qris berdasarkan model unified theory of acceptance and use of technology (utaut) (Studi pada umkm sektor industri makanan & minuman di kota

Jambi). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, *Vol 1 No 1*, 29–37. https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.1.23

Philip Kotler, K. L. K. (2016). Marketing management. *Pearson*. 415-417.

Prof. Dr. Sugiyono. (2013). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d. *ALFABETA, CV*. 217-220.

Putri, L. A. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, dan brand image terhadap minat dalam menggunakan media pembayaran berbasis qris yang dilakukan gen z di provinsi Di. Yogyakarta. *Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia*, 25-30.

Putri, N. I., Munawar, Z., & Komalasari, R. (2022). Minat penggunaan qris sebagai alat pembayaran pasca pandemi. *Prosiding SISFOTEK*, *Vol 6 No 1*, 155–160. http://seminar.iaii.or.id/index.php/SISFOTEK/article/view/354

Rahadi, J., Agrecia, A., Valecia, V. G., & Nofirda, F. A. (2023). Pengaruh penggunaan qris terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *Vol 7 No 3*, 31088–31090.

Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor - faktor yang mempengaruhi minat penggunaan electronic money: integrasi model Tam – Tpb dengan perceived risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, *Vol 8 No 2*, 274–276. https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26557

Rezeki, A. A. (2022). Pengaruh kemudahan, manfaat dan social influence terhadap minat pelaku umkm menggunakan peer to peer lending syariah di banda aceh. *FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY*, 42–47.

Ridwan, M. A. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan quick response code indonesian standard (qris) dengan model unified theory of acceptante and use of technology. *Science*, *Vol 7 No 1*, 5–8.

Saibil, D. I., Sodik, F., & Mardiah, A. A. (2022). Factors affecting the intention of using qris in sharia mobile banking. *J u r n a l N i s b a H*, *Vol 8*, 76–92.

Sebayang Nur, & 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*, *Vol 6*, 491–495.

Sriekaningsih, A. (2020). Qris dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0. *Penerbit Andi*. 56-70.

Venkatesh, V., Thong, J., & Xu, X. (2016). Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, *Vol 17*, 328–330. https://doi.org/10.17705/1jais.00428

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*, *Vol 36 No 1*, 157–165. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2002388

Wang, E. (2014). Consumer characteristics, social influence, and system factors on online group-buying repurchasing intention. *Journal of Electronic Commerce Research*, *Vol 5*, 119–125.

Wibowo, P., & Rimadias, S. (2022). Perilaku penggunaan "Qris Bri Brimo" pada pedagang sebagai alat transaksi pembayaran digital. *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, *Vol 14 No 2*, 236–240. https://doi.org/10.31937/manajemen.v14i2.2851

Widianto, A., & Aryanto, A. (2018). Kajian perilaku pengguna (user) terhadap penggunaan sistem informasi industri kecil menengah (si-ikm) kota Tegal. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, *Vol 4 No 1*, 7–13. https://doi.org/10.35313/jrbi.v4i1.988

Widjanarko, O. (2020). Bank indonesia terbitkan tetentuan pelaksanaan qris. *Bi.Go.Id*, h. 23.*Vol 27*, 56-60 https://www.bi.go.id/id/publikasi/E-Magazine/Documents/BICARA-78_Stabilitas-Terjaga-Dukung-Langkah-Pre-emptive-Mendorong-Pertumbuhan.pdf

Yogyakarta, B. P. S. DI. (2023). Proyeksi Jumlah Penduduk menurut Kabupaten/Kota di D.I. Yogyakarta (Jiwa), *2023-2025*. https://yogyakarta.bps.go.id/indicator/12/133/1/proyeksi-jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-d-i-yogyakarta-.html

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth,

Generasi Y dan Generasi Z di Kota Yogyakarta.

Perkenalkan saya Rusita Filza Magfira, mahasiswa Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir saya yang berjudul **"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 & Z DI PROVINSI DI. YOGYAKARTA"**, saya memohon partisipasi saudara/I meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner saya. Data-data dalam kuisioner ini diperlukan peneliti untuk mengolah serta memperoleh informasi terkait preferensi generasi y dan generasi z dalam menggunakan QRIS. Oleh sebab itu, peneliti berharap agar rekan-rekan berkenan meluangkan sedikit waktu untuk membantu melengkapi dan menjawab kuisioner survei ini berdasarkan opini pribadi. Tidak ada jawaban yang salah atau benar dari setiap pertanyaan, untuk itu diharapkan dalam pengisian kuesioner ini dilakukan dengan sebenar benarnya demi kelancaran penelitian.

Atas waktu dan kesediaannya peneliti ucapkan terima kasih, semoga penelitian ini bermanfaat. diharapkan, dipergunakan, dilakukan.

Hormat saya,

Rusita Filza Magfira

BAGIAN 1: Identitas Responden

Nama (boleh di samarkan) :

Nomor handphone:

Jenis Kelamin:

A. Perempuan
B. Laki-Laki

Usia :

A. 12-19 Tahun
B. 20-27 Tahun
C. 28-35 Tahun
D. 36-43 Tahun

Domisili:

A. Sleman
B. Bantul
C. Kulon progo
D. Gunung kidul
E. Yogyakarta

Pekerjaan:

A. Pelajar
B. Mahasiswa/I
C. Pegawai
D. Lainnya

Apakah anda menggunakan QRIS dalam transaksi

– YA
– TIDAK

BAGIAN 2: Petunjuk Pengisian

Silahkan jawab pertanyaan-pertanyaan di bawah dengan cara klik pada tempat yang tersedia untuk tanggapan yang paling sesuai dengan kondisi Anda. Untuk menjawab dari bagian 1-5, silahkan gunakan skala berikut:

1. = Sangat Tidak Setuju
2. = Tidak Setuju
3. = Netral
4. = Setuju
5. = Sangat Setuju

Sejauh mana Anda setuju dengan pertanyaan berikut ini, silahkan gunakan skala di atas.

Persepsi Kemudahan

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Saya merasa QRIS memudahkan dalam bertransaksi saat tidak memiliki uang tunai.					
2	Saya merasa menggunakan layanan QRIS memudahkan untuk melakukan transaksi.					
3	Saya merasa QRIS mudah untuk dipelajari dan dimengerti.					
4	Saya merasa QRIS dapat memudahkan dalam bertransaksi non tunai					
5	Dengan menggunakan QRIS transaksi lebih cepat dan efisien dibandingkan uang tunai					

Persepsi Manfaat

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	QRIS bermanfaat bagi saya.					

2	Saya merasa keberadaan QRIS menjadikan pekerjaan lebih mudah.					
3	Saya merasa QRIS berguna dalam kehidupan sehari hari.					
4	Saya merasa QRIS dapat memudahkan dalam bertransaksi non tunai.					
5	Saya merasa QRIS lebih efisien dalam segi tenaga dan waktu yang digunakan.					

Persepsi Keamanan

No	**Pertanyaan**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
1	Penggunaan QRIS tidak menyebabkan adanya kehilangan data pribadi.					
2	Tidak adanya risiko ketidaksesuaian nominal dalam transaksi pembayaran QRIS.					
3	Keamanan bertransaksi dalam QRIS terjamin.					
4	Saya merasa dengan menggunakan QRIS merupakan transaksi yang aman.					
5	QRIS dapat membantu menyelesaikan masalah saya agar terhindar dari tindak kriminal, uang tercecer, uang tidak diterima karena lusuh, koyak, dll.					

Perilaku Penggunaan

No	**Pertanyaan**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
1	Saat ini saya menggunakan QRIS.					
2	Saat ini saya menggunakan QRIS dalam bertransaksi non tunai.					

3	Saat ini saya membayar pembelian menggunakan layanan QRIS.					
4	Saya menggunakan QRIS untuk mentransfer uang ke keluarga, teman, atau kontak lainnya.					
5	Saya senang menggunakan QRIS kapan pun dan di mana pun.					

Social Influence

No	**Pertanyaan**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
1	Orang-orang di sekitar saya menggunakan layanan QRIS.					
2	Saat ini saya menggunakan QRIS akibat pengaruh orang-orang terdekat.					
3	Orang-orang terdekat saya menyarankan saya untuk menggunakan QRIS.					
4	Orang yang memengaruhi perilaku saya berpikir saya harus menggunakan QRIS.					
5	Orang yang pendapatnya saya hargai lebih suka saya menggunakan QRIS.					

Minat

No	**Pertanyaan**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
1	Saya akan terus menggunakan QRIS dalam bertransaksi sehari-hari.					
2	Setelah semua transaksi keuangan yang saya coba QRIS kemungkinan akan terus saya gunakan dalam transaksi sehari-hari.					
3	Jika saya bisa saya ingin terus menggunakan QRIS dalam transaksi non					

	tunai.					
4	Saya merasa senang saat melakukan transaksi menggunakan QRIS.					
5	Saya merasa nyaman saat melakukan transaksi menggunakan QRIS.					
6	Saya sangat tertarik saat melakukan transaksi menggunakan QRIS.					

LAMPIRAN 2 TABULASI DATA KUESIONER

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
5	4	4	5	5	23	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24	4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	4	21
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	4	3	4	5	4	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22	4	5	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	5	23	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	3	3	4	4	18	2	3	2	3	4	14
5	5	5	5	5	25	4	3	4	5	4	20
5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	5	22
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	5	22
5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	23
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	4	22
4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	4	22
4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	4	22
4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	4	22
4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	4	22
5	5	4	5	5	24	5	4	4	5	4	22
4	3	4	3	5	19	3	4	3	3	5	18
5	4	4	5	5	23	4	4	5	5	4	22
5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	5	23	5	4	5	4	4	22
5	5	4	5	5	24	5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	TOTAL
4	4	4	4	5	21	5	4	4	4	5	22
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	5	17	5	5	5	3	5	23
4	4	4	5	5	22	4	5	4	4	4	21
3	3	3	3	3	15	4	4	4	3	3	18
4	4	4	4	4	20	5	5	5	2	5	22
5	4	5	4	5	23	5	5	5	4	5	24
3	2	4	5	5	19	5	5	5	4	5	24
3	4	3	3	5	18	5	5	5	2	5	22
4	4	3	3	4	18	4	4	4	3	4	19
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	5	20	5	5	5	4	5	24
5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25
5	1	5	5	5	21	5	5	3	4	5	22
3	3	3	3	4	16	5	4	4	3	3	19
5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25
3	2	3	4	3	15	5	5	5	5	3	23
5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	5	24
4	3	3	5	4	19	4	3	5	4	4	20
4	5	4	4	5	22	5	5	5	3	5	23
4	4	4	4	5	21	5	5	5	3	5	23
4	4	4	4	4	20	5	5	4	3	4	21
4	3	3	4	4	18	4	4	4	3	5	20
3	3	3	4	5	18	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	4	3	3	3	18	5	4	2	5	3	19
4	4	5	4	5	22	5	5	5	4	5	24
3	3	4	5	5	20	5	5	4	4	5	23
5	4	5	5	5	24	5	5	5	4	5	24
3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20
1	5	5	5	5	21	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
4	3	3	4	3	17	5	5	5	4	4	23
4	3	4	4	4	19	5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24
4	5	4	5	4	22	5	4	5	4	5	23
4	5	4	5	4	22	4	5	5	4	4	22
5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	4	22
4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	4	22
4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	4	22
4	5	4	4	5	22	5	5	5	4	4	23
2	1	2	2	2	9	5	3	4	2	3	17
4	4	4	5	5	22	4	4	4	5	5	22
2	2	4	4	5	17	5	5	5	5	5	25
3	5	5	4	5	22	5	5	5	4	5	24
4	2	4	4	4	18	5	5	5	2	2	19
5	3	4	4	4	20	5	5	4	4	5	23
4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25

X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	TOTAL	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	TOTAL
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	5	25
5	4	4	3	3	19	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	3	3	21	3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	4	26
4	3	4	3	3	17	3	3	3	3	3	3	18
4	3	2	2	1	12	4	3	3	4	4	4	22
4	5	5	3	3	20	4	4	5	5	5	5	28
3	2	2	2	3	12	5	5	5	5	5	5	30
4	3	3	2	3	15	3	5	5	5	5	5	28
4	4	4	4	3	19	3	3	4	4	4	3	21
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
5	3	2	2	3	15	5	4	4	3	3	3	22
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
5	2	2	3	1	13	3	5	4	4	4	5	25
4	4	4	4	3	19	3	3	4	4	4	4	22
4	5	4	4	4	21	5	5	5	5	5	5	30
5	2	3	3	3	16	5	5	5	4	4	4	27
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
4	5	3	2	5	19	3	4	3	2	4	2	18
4	3	3	3	3	16	4	4	5	5	5	5	28
5	3	4	5	4	21	5	4	4	4	5	5	27
4	4	4	3	3	18	5	5	5	4	4	4	27
4	5	4	4	3	20	3	4	4	4	4	4	23
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	4	5	26
4	2	1	2	2	11	2	1	1	3	2	3	12
3	4	4	3	3	17	5	5	5	4	4	5	28
5	4	4	5	5	23	5	4	5	5	4	5	28
4	3	3	3	3	16	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	4	4	22	4	4	5	4	4	5	26
5	3	3	3	3	17	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	5	23	4	5	4	5	4	5	27
4	5	4	5	5	23	4	5	4	5	4	5	27
5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	5	5	28
4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	4	5	27
4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	4	5	27
5	4	4	5	4	22	4	4	5	5	5	4	27
1	1	1	1	3	7	3	2	2	2	3	3	15
4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	4	3	19	4	5	5	5	5	5	29
5	4	5	5	5	24	2	2	4	4	4	4	20
4	3	4	4	5	20	5	5	5	4	4	4	27
5	5	4	4	4	22	4	4	5	5	5	5	28
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30

LAMPIRAN 3 HAJIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

A. Persepsi Kemudahan (X1)

Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	totX
x1.1	Pearson Correlation	1	.414**	.398**	.329**	.327**	.664**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217
x1.2	Pearson Correlation	.414**	1	.497**	.577**	.455**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217
x1.3	Pearson Correlation	.398**	.497**	1	.361**	.448**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217
x1.4	Pearson Correlation	.329**	.577**	.361**	1	.396**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217
x1.5	Pearson Correlation	.327**	.455**	.448**	.396**	1	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	217	217	217	217	217	217
totX	Pearson Correlation	.664**	.786**	.744**	.713**	.749**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	217	217	217	217	217	217

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.778	5

B. Persepsi Manfaat (X2)

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	totX2
x2.1	Pearson Correlation	1	.397**	.538**	.405**	.428**	.713**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217
x2.2	Pearson Correlation	.397**	1	.603**	.487**	.425**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217
x2.3	Pearson Correlation	.538**	.603**	1	.527**	.531**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217
x2.4	Pearson Correlation	.405**	.487**	.527**	1	.466**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217
x2.5	Pearson Correlation	.428**	.425**	.531**	.466**	1	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	217	217	217	217	217	217
totX2	Pearson Correlation	.713**	.772**	.851**	.746**	.739**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	217	217	217	217	217	217

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	5

C. Persepsi Keamanan (X3)

Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	totX3
x3.1	Pearson Correlation	1	.474**	.634**	.547**	.276**	.772**

	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217
x3.2	Pearson Correlation	.474**	1	.504**	.499**	.340**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217
x3.3	Pearson Correlation	.634**	.504**	1	.689**	.447**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217
x3.4	Pearson Correlation	.547**	.499**	.689**	1	.416**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217
x3.5	Pearson Correlation	.276**	.340**	.447**	.416**	1	.613**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	217	217	217	217	217	217
totX3	Pearson Correlation	.772**	.773**	.850**	.811**	.613**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	217	217	217	217	217	217

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	5

D. Perilaku Penggunaan (X4)

Correlations

		x4.1	x4.2	x4.3	x4.4	x4.5	totX4
x4.1	Pearson Correlation	1	.507**	.534**	.136*	.432**	.655**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.045	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217

x4.2	Pearson Correlation	.507**	1	.532**	.240**	.439**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217
x4.3	Pearson Correlation	.534**	.532**	1	.144*	.520**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.034	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217
x4.4	Pearson Correlation	.136*	.240**	.144*	1	.291**	.637**
	Sig. (2-tailed)	.045	.000	.034		.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217
x4.5	Pearson Correlation	.432**	.439**	.520**	.291**	1	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	217	217	217	217	217	217
totX4	Pearson Correlation	.655**	.714**	.729**	.637**	.758**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	217	217	217	217	217	217

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.794	5

E. *Social Influence* (X5)

Correlations

		x5.1	x5.2	x5.3	x5.4	x5.5	totX5
x5.1	Pearson Correlation	1	.233**	.268**	.311**	.281**	.442**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217
x5.2	Pearson Correlation	.233**	1	.707**	.689**	.613**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000	.000

	N	217	217	217	217	217	217
x5.3	Pearson Correlation	.268**	.707**	1	.786**	.734**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217
x5.4	Pearson Correlation	.311**	.689**	.786**	1	.765**	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217
x5.5	Pearson Correlation	.281**	.613**	.734**	.765**	1	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	217	217	217	217	217	217
totX5	Pearson Correlation	.442**	.833**	.897**	.910**	.870**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	217	217	217	217	217	217

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.868	5

F. Minat Penggunaan QRIS (Y)

Correlations

		y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	y.6	totY
y.1	Pearson Correlation	1	.630**	.635**	.470**	.510**	.583**	.814**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217
y.2	Pearson Correlation	.630**	1	.608**	.559**	.466**	.527**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217
y.3	Pearson Correlation	.635**	.608**	1	.516**	.572**	.568**	.820**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217
y.4	Pearson Correlation	.470**	.559**	.516**	1	.648**	.627**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217
y.5	Pearson Correlation	.510**	.466**	.572**	.648**	1	.614**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	217	217	217	217	217	217	217
y.6	Pearson Correlation	.583**	.527**	.568**	.627**	.614**	1	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	217	217	217	217	217	217	217
totY	Pearson Correlation	.814**	.802**	.820**	.780**	.777**	.805**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	217	217	217	217	217	217	217

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	6