

**PENGARUH KEPERCAYAAN, EFISIENSI, KEAMANAN, BUDAYA DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PEMBAYARAN  
ELEKTRONIK QRIS PADA MAHASISWA UIN PROF K.H. SAIFUDDIN  
ZUHRI PURWOKERTO**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H . Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

**QONITAT NUR FADHILLAH**

**NIM. 1917201067**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO**

**2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

### PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Qonitat Nur Fadhillah  
NIM : 1917201067  
Jenjang : S.1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Efisiensi, Keamanan, Budaya Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Elektronik QRIS Pada Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang ditunjuk sumbernya.

Purwokerto

Saya yang menyatakan



**Qonitat Nur Fadhillah**  
NIM. 1917201067



**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KEPERCAYAAN, EFISIENSI, KEAMANAN, BUDAYA DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PEMBAYARAN  
ELEKTRONIK QRIS PADA MAHASISWA UIN PROF K.H. SAIFUDDIN  
ZUHRI PURWOKERTO**

Yang disusun oleh Saudara **Qonitat Nur Fadhillah NIM 1917201067** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis** tanggal **06 Juli 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.  
NIP. 19920613 201801 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Ayu Kholifah, S.H.I., M.H.  
NIP. 19911224 202012 2 014

Pembimbing/Penguji

Ida PW, S.E., Ak., M.Si., C.A.  
NIDN. 2004118203

Purwokerto, 12 Juli 2023

Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada :

Yth : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof.  
K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

di – Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Qonitat Nur Fadhillah NIM. 1917201067 yang berjudul :

**Pengaruh Kepercayaan, Efisiensi, Keamanan, Budaya Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Elektronik QRIS Pada Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Purwokerto, 13 Juni 2023

Pembimbing

**Ida PW, S.E., Ak., M.Si., CA**

NIDN. 2004118201

**PENGARUH KEPERCAYAAN, EFISIENSI, KEAMANAN, BUDAYA DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PEMBAYARAN  
ELEKTRONIK QRIS PADA MAHASISWA UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN  
ZUHRI PURWOKERTO.**

**Qonitat Nur Fadhillah**

**19172010067**

E-mail: [qonitatnurfadhillah@gmail.com](mailto:qonitatnurfadhillah@gmail.com)

Program Studi Ekonomi Syariah

Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kepercayaan, efisiensi, keamanan, budaya dan promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS pada Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif. Data penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Populasi sebanyak 12.667 mahasiswa dengan perhitungan sampel rumus slovin menghasilkan sebanyak 388 responden dari UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Teknik analisis data menggunakan Uji Rank Spearman, Uji Kendall's W dan Regresi Ordinal menggunakan program SPSS 26.

Berdasarkan analisis korelasi rank spearman menghasilkan korelasi kepercayaan efisiensi keamanan budaya promosi yang dapat disimpulkan bahwa kepercayaan (0,361), efisiensi (0,365), keamanan (0,425), budaya (0,335) dan promosi (0,325) secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan QRIS. Hasil uji kendall's w menunjukkan hasil sebesar 0,742 yang membuktikan adanya korelasi antara variabel kepercayaan, efisiensi, keamanan, budaya dan promosi dengan keputusan penggunaan QRIS dengan arah positif. Pengujian regresi ordinal *table model fitting information* menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, efisiensi, keamanan, budaya dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS.

**Kata kunci: keputusan penggunaan, kepercayaan, efisiensi, keamanan, budaya, promosi**

**THE EFFECT OF TRUST, EFFICIENCY, SECURITY, CULTURE  
AND PROMOTION ON THE DECISION TO USE QRIS ELECTRONIC  
PAYMENTS FOR UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO.**

**Qonitat Nur Fadhillah**

**19172010067**

E-mail: [qonitatnurfadhillah@gmail.com](mailto:qonitatnurfadhillah@gmail.com)

*Study Program of Islamic*

*Study Program of Sharia Economics, Islamic and Business Faculty  
State Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to find out whether trust, efficiency, security, culture and promotion influence the decision to use QRIS electronic payments for UIN Prof. students. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.*

*This study uses a quantitative research method. The research data is primary data collected through questionnaires using techniques non-probability sampling with approach purposive sampling. The population of 12,667 students using the slovin formula sample calculation resulted in 388 respondents from UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Data analysis techniques used the Spearman Rank Test, Kendall's W Test and Ordinal Regression using the SPSS 26 program.*

*Based on the rank Spearman correlation analysis, it produces a correlation of trust, efficiency, security, culture and promotion which can be concluded that trust (0.361), efficiency (0.365), security (0.425), culture (0.335) and promotion (0.325) partially have a positive effect on the decision to use QRIS. Kendall's w test results show a result of 0.742 which proves a correlation between the variables of trust, efficiency, security, culture and promotion with the decision to use QRIS in a positive direction. Testing the ordinal table model fitting information regression shows that the variables of trust, efficiency, security, culture and promotion simultaneously influence the decision to use QRIS.*

**Keywords: decision to use, trust, efficiency, security, culture, promotion**

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi adalah kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi inipedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543 b/U/1987.

### A. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	<u>H</u>	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍ'ad	<u>D</u>	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	<u>T</u>	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	<u>Z</u>	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge

ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

**B. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap**

عَدَّة	ditulis	'iddah
--------	---------	--------

**C. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h**

حكمة	Ditulis	Hikmah	جزية	ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(Ketentuan ini tidak dapat diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	ditulis	Karâmah al-auliyâ'
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta'marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t

زكاة لغير	ditulis	Zakât al-fitr
-----------	---------	---------------

#### D. Vokal pendek

أَ	Fathah	ditulis	A
إِ	Kasrah	ditulis	I
أُ	Dammah	ditulis	U

#### E. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	A
	جاهلية	ditulis	Jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	A
	تانس	ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	I
	كريم	ditulis	Karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	U
	نروض	ditulis	Fûrud

#### F. Vokal rangkap

- |                   |         |          |
|-------------------|---------|----------|
| Fathah + ya' mati | ditulis | Ai       |
| بينكم             | ditulis | Bainakum |
- |                    |         |      |
|--------------------|---------|------|
| Fathah + wawu mati | ditulis | Au   |
| قول                | ditulis | Qaul |

#### G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	ditulis	a'antum
أعدت	ditulis	u'iddat

## H. Kata sandang alif + lam

- a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	ditulis	Al-qiyâs
--------	---------	----------

- b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

## I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوئ الفروض	ditulis	Zawi al-furûd
------------	---------	---------------

## MOTTO

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan melainkan untuk  
menguji kekuatan akarnya”

(Ali Bin Abi Thalib)

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka  
mengubah keadaan diri mereka sendiri”

(QS. Ar Rad : 11)



## PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Efisiensi, Keamanan, Budaya Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Elektronik QRIS Pada Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto”.

Karya ini penulis persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orangtua kandung saya, Ibu Warsiti dan Bapak Kasroni yang telah mendidik saya, memberikan doa, *support*, rela berkorban, memberikan segala perhatiannya serta pesan nasihat kepada saya dan selalu memberikan dukungan moril dan materil serta limpahan kasih sayang yang tiada hentinya.
3. Kepada kakak kandung saya Khoirul Amri dan Iqbal Yunistianto serta seluruh keluarga besar saya yang telah memberikan semangat dan dukungannya.

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada orang-orang istimewa yang peneliti sayangi dan cintai. Terimakasih atas kebaikan, perhatian, doa dan dukungannya kepada peneliti. Kebaikan kalian tidak akan terlupakan dan akan menjadi memori terindah yang akan peneliti kenang dihati. Semoga ilmu, kasih sayang, cinta, doa dan dukungan yang kalian berikan mendapatkan ridho, keberkahan dan balasan dari Allah SWT.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya. Tak lupa shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, kepada keluarga serta sahabat-sahabat-Nya.

Berkaitan dengan selesainya skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Efisiensi, Keamanan, Budaya dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Elektronik QRIS Pada Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto” dengan baik sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi in tidak dapat tercapai tanpa adanya bimbingan, arahan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Dan Pengembangan Kelembagaan Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sul Khan Chakim, S.Ag., M.M., selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

6. Yois Shofwa Shafranm , M.Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.Si., selaku Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Ida Puspitarini W, S.E., Ak., M.Si., CA., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, masukan, motivasi, saran, serta dukungannya demi terselesainya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa sehat dan mendapat perlindungan dari Allah SWT atas segala kebaikan yang beliau berikan.
9. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Seluruh responden yang telah bersedia membantu penulis dalam pengisian kuesioner penelitian.
11. Untuk sahabat-sahabat yang biasa menyebut team/group “Sukses Dunia dan Akhirat” yaitu Puput, Juju, Anisa, Abdika, Risma, Anis, Intan, sebagai teman seperjuangan penulis sejak awal berada dibangku kuliah semester satu hingga saai ini dan masih tetap berjuang bersama mengejar impian dan cita-cita, memberi warna disetiap moment perkuliahan, semoga sukses dan sehat selalu untuk kalian.
12. Untuk sahabat kecilku Hasna dan Shofi terimakasih atas semua dukungannya, sahabat yang sedari kecil sampai sekarang memberikan warna dikehidupan penulis.
13. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syaraih D angkatan 2019 yang telah memberikan banyak warna dalam perjalanan saya selama perkuliahan di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Terimakasih atas semua cerita dan kebersamaannya, sukses dan sehat selalu untuk kalian.
14. Teman-teman demisioner KSPM FEBI Mba Sagita, Mba Hani, Mba Ulfa, Mas Vito, Mas Adam, Mas Dede, Mas Dhuha, Mba Sefni, Mba Ilan, Mba Siska dan

teman-teman lainnya yang telah memberikan banyak motivasi dan arahan serta kebersamai dalam kepengurusan.

15. Terkhusus untuk demisioner KSPM FEBI Umiatun, Arkan, Evi, Della, Sindi, Hani, Bagus, Sofyan, Syarif, Mariska, Juju, Putri, Zulfani, Lulu, Jafar, Lina, Lutfia, Uut, Romza, Vania, Walidah, Annisa, Futni, Firli, Sendy, Afi dan teman-teman lainnya yang telah kebersamai dan bekerjasama dengan penulis dalam wadah kepengurusan KSPM FEBI periode 2022/2023.
16. Teman-teman IMM Komisariat Yunus Anis FEBI UIN SAIZU Purwokerto.
17. Teman-teman Komunitas Generasi Baru Indonesia (GenBI) Purwokerto 2022.
18. Teman-teman KKN Kelompok 27 Desa Notog, Puput, Juju, Farah, Cici, Galuh, Fakhri, Irham, Fuad dan Faqih, terimakasih telah kebersamai penulis menyelesaikan proker KKN bersama.
19. Teman-teman PPL, Anisa, Sindi dan Atika, terimakasih telah bekerjasama dengan baik dalam menyelesaikan proker PPL.
20. Teman-teman satu asrama pondok ZAM-ZAM Purwokerto, Anisatul, Dela, Elen, Abdika, Dewi, Dwina, Sabrina, Albila, Intan, Sevia, Lulu, terimakasih atas semua pengalaman, cerita dan bantuan saat berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan program BTA/ PPI.
21. Untuk semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu baik yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan dorongan dan semangat untuk penyelesaian skripsi ini saya ucapkan banyak terimakasih.

Tanpa adanya bantuan dari anda semua, proses penyelesaian skripsi ini tentu tidak berjalan dengan lancar. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amiin.

Purwokerto, 13 Juni 2023



Qonitat Nur Fadhillah  
NIM. 1917201067

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA</b> .....	vii
<b>MOTTO</b> .....	xi
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	xii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xvi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xviii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	12
C. Batasan Masalah .....	12
D. Rumusan Masalah .....	13
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	16
A. Teori Technology Acceptance Model (TAM) .....	16
B. Kerangka Teori .....	18
C. Landasan Teologis .....	29
D. Hubungan Antar Variabel .....	32
E. Kajian Pustaka .....	35
F. Hipotesis Penelitian .....	38
G. Kerangka Penelitian .....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	41
A. Jenis Penelitian .....	41
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	41

C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	43
E. Pengumpulan Data Penelitian.....	45
F. Analisis Data Penelitian .....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian .....	51
B. Karakteristik Responden .....	52
C. Distribusi Tanggapan Responden.....	54
D. Hasil Penelitian.....	58
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
F. Keterbatasan Penelitian .....	80
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>81</b>
A. Simpulan.....	81
B. Saran.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xxi</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Mahasiswa UIN Saifuddin Zuhri (UIN SAIZU).....	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	35
Tabel 3.1 Indikator Penelitian.....	43
Tabel 3.2 Tabel Skala Likert.....	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	53
Tabel 4.4 Distribusi Tanggapan Responden Pada Variabel Kepercayaan.....	55
Tabel 4.5 Distribusi Tanggapan Responden Pada Variabel Efisiensi.....	55
Tabel 4.6 Distribusi Tanggapan Responden Pada Variabel Keamanan.....	56
Tabel 4.7 Distribusi Tanggapan Responden Pada Variabel Budaya .....	56
Tabel 4.8 Distribusi Tanggapan Responden Pada Variabel Promosi .....	57
Tabel 4.9 Distribusi Tanggapan Responden Pada Variabel Keputusan.....	57
Tabel 4.10 Validitas Variabel Kepercayaan.....	58
Tabel 4.11 Validitas Variabel Efisiensi .....	58
Tabel 4.12 Validitas Variabel Keamanan .....	59
Tabel 4.13 Validitas Variabel Budaya .....	59
Tabel 4.14 Validitas Variabel Promosi .....	60
Tabel 4.15 Validitas Variabel Keputusan Penggunaan.....	60
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.17 Hasil Uji Rank Spearman.....	62
Tabel 4.18 Hasil Uji Kendall's W.....	65
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Ordinal.....	66
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Ordinal Model Fitting Information .....	68
Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Ordinal Goodness-of-Fit .....	68
Tabel 4.22 Hasil Uji Regresi Ordinal Pseudo R-Square .....	69
Tabel 4.23 Hasil Uji Regresi Ordinal Parameter Estimates.....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Pengguna QRIS .....	3
Gambar 1.2 Grafik Penggunaan Platform Berdasarkan Generasi.....	4
Gambar 2.1 Gambar Teori TAM.....	17
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian .....	40



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Tabulasi Data Penelitian
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas
Lampiran 4	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 5	Hasil Uji Rank Spearman
Lampiran 6	Hasil Uji Kendall's W
Lampiran 7	Hasil Uji Regresi Ordinal
Lampiran 8	Dokumentasi Dan Bukti Penyebaran Kuesioner
Lampiran 9	Surat Izin Riset Penelitian
Lampiran 10	Daftar Riwayat Hidup



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman sekarang kemajuan teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat pesat, keunggulan dan kemudahan dalam mengakses menjadi ketertarikan tersendiri di kalangan masyarakat. Tidak seperti pada zaman dahulu dimana penyebaran informasi dan penggunaan alat komunikasi yang masih sederhana seperti penerbitan pada surat kabar, koran, radio dan yang lainnya. Hal ini juga berkaitan erat dengan hadir dan berkembangnya smartphone yang semakin canggih. Berjalan beriringan antara canggihnya smartphone juga melahirkan munculnya ide yang bertujuan untuk mempermudah akses dalam segala bidang, sistem pembayaran menjadi salah satunya.

Di Indonesia, sistem pembayaran berkembang cukup pesat, menurut Mumtazah (2019) yang mengatakan bahwa sistem pembayaran ini merupakan cara untuk menukarkan uang dari satu orang ke orang lain untuk memenuhi kebutuhan finansial mereka. Dalam hal ini, lembaga Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menjadi lembaga yang ada dalam sistem pembayaran yang terdiri dari bank dan bukan bank.

Lembaga perbankan saat ini sedang mengalami perkembangan, ini dapat menjadi peluang sekaligus ancaman, apalagi nasabah di luar industri perbankan akan mengalami perubahan dengan tren inovasi ini. *Mobile Banking (M-Banking)* menjadi salah satu yang akan menyebabkan persaingan dalam dunia perbankan. *M-Banking* sedikit demi sedikit semakin dikenal di berbagai kalangan di Indonesia, sehingga ini merupakan masa depan dalam perbankan dunia (Ronald Waas, Bank Indonesia, 2015). Inovasi yang terjadi sekarang ini sudah menjadi keharusan bukan hanya pada sistem pendukungnya saja, apalagi inovasi ini akan terus memperkuat layanan dalam dunia perbankan di masa depan.

*M-Banking* telah menyediakan banyak fitur layanan informasi, seperti fitur pengecekan saldo atm, mutasi rekening dan ATM ataupun lokasi cabang paling dekat. Ada layanan transaksi lain yang disediakan dalam fitur *M-Banking* yaitu transfer, pembayaran tagihan seperti air, listrik, internet, pajak dan tagihan lainnya, pembelian pulsa atau kuota internet, dan berbagai layanan lain yang pastinya mempermudah bagi nasabah dalam penggunaannya (Alfaridzi 2019).

Selain *M-Banking* juga dikenal oleh kalangan masyarakat umum yaitu dompet digital (*E-Wallet*), *E-wallet* atau bisa disebut sebagai dompet digital yang bisa digunakan hanya dengan aplikasi *E-Wallet* yang dapat diakses melalui *smartphone* kapanpun dan dimanapun dengan jaringan internet (Nawawi, 2020). *E-Wallet* diterbitkan oleh Lembaga Non Bank yang disebut perusahaan *Financial Technology (FinTech)*. Di Indonesia sendiri banyak dikenal dompet digital seperti DANA, Shopeepay, OVO, LinkAja dan lainnya.

Perkembangan dalam sistem teknologi pembayaran terus terjadi memberikan banyak peluang kemudahan. Dengan perkembangan tersebut dapat berpeluang bagi pembayaran non tunai lebih dipilih dibandingkan pembayaran tunai karena efisien. Seiring dengan berjalannya waktu yang akan mendorong para pengguna atau penyedia sistem pembayaran non tunai untuk terus melakukan penyempurnaan pada sistemnya agar sistem pembayaran non tunai bisa membuat konsumennya lebih nyaman (Hutami A et al, 2021).

Sejalan dengan perkembangan teknologi semakin pesat menurut Bank Indonesia, Bank Indonesia menjadi pelopor dan menginisiasi gerakan non tunai yang disebut GNNT yang memiliki kepanjangan Gerakan Nasional Non Tunai yaitu pada tahun 2014 tepatnya pada tanggal 14 Agustus. Sebagai Bank Sentral, Bank Indonesia selalu meningkatkan pelayanan pembayaran non tunai dengan menyediakan layanan baik dari sarana maupun prasarana elektronik. Bank Indonesia memiliki peran untuk

melakukan edukasi kepada masyarakat dalam melakukan transaksi menggunakan non tunai (Bank Indonesia, 2014).

Dalam konteks ini, pemerintah juga mendukung revolusi sistem pembayaran elektronik. QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bekerja sama dengan Bank Indonesia untuk membuat proses transaksi kode QR menjadi lebih cepat, mudah, dan aman, maka semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) diwajibkan menerapkan QRIS pada sistemnya. Saat ini seluruh aplikasi pembayaran yang digunakan oleh masyarakat baik perbankan maupun non perbankan dapat digunakan di berbagai tempat seperti toko, *merchant*, kios, tiket wisata yang berlogo QRIS, meskipun layanan QRIS *provider* di *merchant* berbeda dengan *provider* aplikasi yang digunakan masyarakat. Bank Indonesia pertama kali meluncurkan kode QR pada 17 Agustus 2019, dan semua pihak yang terlibat dalam pembayaran kode QR harus memperbarui kode QR yang digunakan paling lambat 31 Desember 2019 sesuai standar QRIS.

**Gambar 1 1 Grafik Pertumbuhan Transaksi Pengguna QRIS**



*Sumber:* databoks.katadata.co.id, 2022

Seperti pada grafik di atas pertumbuhan penggunaan QRIS pada masyarakat Indonesia terus meningkat dari awal peluncurannya yaitu tahun 2019 sampai akhir tahun 2022 yang mencapai transaksi sebanyak 2 milyar.

Hal ini menunjukkan bahwa peran Bank Indonesia dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat dalam penggunaan layanan keuangan non tunai dapat dikatakan berhasil. Inovasi yang terus dilakukan guna meningkatkan pelayanan juga menjadi ketertarikan masyarakat untuk menggunakan metode pembayaran QRIS.

Penggunaan yang sangat mudah hanya dengan menggunakan *smartphone* digemari oleh banyak kalangan karena tidak perlu ribet membawa uang *cash* kemana-mana yang memiliki kemungkinan dapat hilang, salah satu yang saat ini sangat tertarik dengan sistem teknologi adalah kalangan masyarakat generasi Z dan generasi Milenial yang kebanyakan saat ini ada di bangku perkuliahan serta generasi X yang masuk dalam kalangan mahasiswa Pasca Sarjana.

**Gambar 1 2 Grafik Penggunaan Platform Pembayaran Digital Berdasarkan Generasi**



Pada grafik di atas menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap layanan *cashless* terus tumbuh pada lintas generasi dari generasi Z (kelahiran 1997-2012) saat ini umur 8-23 tahun, generasi M (kelahiran 1981-1996) saat ini umur 24-39 dan generasi X (kelahiran 1965-1980) saat ini umur 40-55 tahun. Dengan tingkat literasi keuangan inklusif pada

masyarakat serta mendorong pertumbuhan sistem pembayaran elektronik di tanah air. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat sangat tertarik untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik. Oleh karena itu, jumlah pengguna sistem pembayaran elektronik sangat tinggi dan meningkat secara signifikan. Meski sistem pembayaran elektronik belum menjadi alat pembayaran utama, pembayaran elektronik berpeluang besar menggantikan uang tunai di masa depan.

Berkembangnya sistem pembayaran saat ini mengharuskan masyarakat dapat memanfaatkan teknologi dengan baik seperti penggunaan uang elektronik. Islam adalah agama yang sangat menjunjung tinggi ilmu pengetahuan, termasuk teknologi yang menjadi bagian dari perkembangan ilmu pengetahuan. Dalam transaksi dengan menggunakan uang elektronik timbul akad-akad yang lainnya antara pemilik nilai uang elektronik dengan penerbit atau agen layanan keuangan digital yang bekerjasama dengan penerbit yang menerbitkan nilai uang elektronik namun tergantung bagaimana alur transaksinya. Terkait hal ini, Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia segera meresmikan Fatwa mengenai uang elektronik tentunya dengan syarat-syarat tertentu yang tidak bertentangan dengan Alqur'an dan Sunnah. Menurut penuturan KH Asrorum Niam selakau Sekretaris Komisi Fatwa MUI beliau menuturkan bahwa pada tanggal 20 September 2017, Komisi Fatwa membahas tentang uang elektronik dan salah satunya biaya top up. Pembahasan tersebut kemudian melahirkan Fatwa DSN-MUI Nomor 116 DSN-MUI/IX/2017 Tentang Prinsip Syariah Pada Produk Uang Elektronik (e-money).

Teori perilaku konsumen mengacu pada perilaku yang ditunjukkan oleh suatu individu memilih untuk membeli dan menggunakan suatu barang atau jasa. Istilah perilaku konsumen merujuk pada dua perspektif utama yaitu pikiran dan tindakan manusia dalam mencari solusi atas kebutuhan dan keinginan, serta bidang studi atau disiplin ilmu yang berfokus pada proses konsumsi yang dialami konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Tjiptono, 2019).

*Technology Acceptance Model* (TAM) adalah teori mengenai penerimaan teknologi yang dipelopori Davis, Fred D. Teori ini diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang sebelumnya telah dikembangkan oleh Ajzen & Fishbein (Hill et al., 1977). Model TAM yang dikembangkan dalam rangka memberi kejelasan keputusan sikap dalam penggunaan sistem teknologi berdasarkan pada sifat sistem teknologi yang mempengaruhi penggunaannya (Davis et al., 1989).

Teori TAM dapat digunakan dalam melakukan pendekatan terkait sistem pembayaran QRIS. Tingkat penggunaan dan penerimaan metode pembayaran QRIS dapat diukur dengan menggunakan teori TAM, karena teori TAM merupakan teori yang mengukur penerimaan terhadap perkembangan teknologi. Dalam hal ini teori TAM digunakan untuk mengetahui reaksi dan persepsi pengguna terhadap penerapan teknologi pembayaran dengan prosedur QRIS yang nantinya dapat mempengaruhi sikap pengguna terhadap penerimaan penggunaan teknologi tersebut.

Dalam situasi yang tidak pasti selalu ada risiko, dalam situasi yang berisiko diperlukan kepercayaan agar bisa langsung siap bertindak pada yang terlibat (Priyono, 2017). Variabel kepercayaan ini menjadi salah satu yang penting dalam seseorang melakukan tindakan, seperti halnya saat akan menentukan keputusan dalam menggunakan sesuatu. Faktor kepercayaan (*trust*) menjadi pertimbangan pengguna sebelum memberi keputusan untuk menetapkan penggunaan aplikasi keuangan digital. Kepercayaan dapat dipahami sebagai keyakinan orang bahwa perusahaan atau mitra dalam melakukan interaksi memiliki kejujuran, kredibilitas, dan kebajikan yang akan bermanfaat bagi kedua belah pihak yang terlibat (Keni, 2020).

Saat akan menggunakan atau memanfaatkan suatu alat elektronik juga mempertimbangkan suatu alasan seperti apakah akan lebih praktis setelah menggunakannya, maka dari itu variabel efisiensi menjadi faktor yang perlu dipertimbangkan. Mulyamah dalam Winda Feriyana (2019) mendefinisikan efisiensi sebagai ukuran penggunaan yang dimaksudkan untuk membandingkan penggunaan dengan kata lain penggunaan yang

sebenarnya. Pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), efisiensi bermakna mengerjakan dan dapat memperoleh sesuatu dengan benar atau tepat tanpa membuang waktu, tenaga, uang dan kemampuan menyelesaikan tugas secara tepat dan cermat, efektif dan efisien.

Munculnya pembayaran elektronik yang semakin canggih juga perlu dipertimbangkan akses keamanan yang disediakan, karena itu variabel keamanan menjadi penting karena menyangkut hal-hal pribadi. Kumala et al (2020) menyatakan keamanan sebagai alasan atau faktor masing-masing orang dalam menggunakan pembayaran elektronik dengan memanfaatkan sistem pembayaran elektronik.. Keamanan yang dibutuhkan oleh pada pengguna seperti identitas dan kepastian keuangan yang terjamin. Keamanan yang terjamin menjadikan masyarakat akan lebih percaya dan yakin menggunakannya.

Variabel budaya menjadi salah satu pertimbangan yang berasal dari luar atau orang lain yang dapat berpengaruh terhadap tindakan seseorang yang menyebabkan seseorang dapat memilih pilihan keputusan menggunakan suatu sistem pembayaran elektronik. Menurut Prasetijo dan Ihalauw (2005), budaya (*culture*) dapat diartikan sebagai pengaruh luar yang berperan penting dalam perilaku konsumen. Budaya ini melibatkan pengamatan mendalam terhadap karakteristik seluruh komunitas, termasuk bahasa, teknologi, pengetahuan, hukum, seni, praktik kerja, produk, dan lain-lain yang menunjukkan sesuatu yang unik tentang komunitas itu.

Selain dari faktor-faktor itu juga dalam proses pengambilan keputusan bisa terjadi karena penawaran yang dilakukan dari pihak penyedia jasa yang diperuntukan kepada calon konsumen atau pihak yang membutuhkan jasa. Rivandi (2021) mengemukakan bahwa promosi (*promotion*) adalah kegiatan yang diawali dengan komunikasi, memberikan informasi dan meyakinkan seseorang tentang produk, sehingga nantinya konsumen mengenali kehebatan produk dan akan mempengaruhi loyalitas terhadap produk tertentu.

Variabel tersebut di atas merupakan beberapa faktor yang bisa mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan menggunakan pembayaran elektronik. Keputusan penggunaan adalah proses memutuskan produk atau layanan mana yang akan digunakan. Armstrong et al., (2014) menyatakan suatu keputusan penggunaan menjadi salah satu dari sikap konsumen, sikap konsumen ini adalah kajian tentang seseorang, komunitas atau organisasi akan menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman dan bagaimana konsumen tersebut menggunakannya untuk memuaskan kebutuhan.

Menurut Ghozali (2010), keputusan adalah langkah terakhir yang diambil dalam suatu masalah atau isu untuk menjawab setiap pertanyaan yang muncul tentang pemecahan masalah dengan memutuskan suatu alternatif pilihan. Saat memutuskan untuk menggunakan QRIS, konsumen dapat memilih apakah akan menggunakan teknologi ini atau tidak.

Ada beberapa penelitian sebelumnya hasil penelitian Ambarwati (2019) yang menghasilkan temuan variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Go-pay. Sedangkan penelitian oleh Juan (2023) yang menghasilkan bahwa variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian Widayanti (2022) menghasilkan bahwa variabel efisiensi memiliki pengaruh dalam untuk mendorong dan meningkatkan inklusi keuangan. sedangkan penelitian oleh Afandi (2022) menghasilkan variabel efisiensi sistem pembayaran elektronik QRIS tidak menunjukkan pengaruh positif secara signifikan terhadap inklusi keuangan pada mahasiswa.

Hasil penelitian yang dilakukan Rischa (2022) menghasilkan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan E-wallet. Hasil penelitian Wirda (2022) bahwa budaya menghasilkan pengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS.

Hasil penelitian yang dilakukan Laila (2022) menghasilkan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan untuk menggunakan

dompet elektronik shopeepay. Dan penelitian oleh Latief (2020) bahwa variabel promosi ini tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan e-wallet.

Menurut Ulfi (2020), kemudahan transaksi *cashless* dapat memberikan keleluasaan konsumen dalam mengatur kebutuhannya. Namun, kemungkinan perilaku konsumen masih dimungkinkan karena kemudahan transaksi tersebut. Menurut Adam (2019), konsumsi mahasiswa sudah menjadi cara hidup yang normal di lingkungan manusia, bersama dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat membuat segalanya semakin mudah untuk membeli barang dan menggunakan jasa. Maka penelitian ini khusus untuk mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, karena sering menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Mahasiswa merupakan bagian dari masyarakat yang aktif menggunakan teknologi digital dalam kesehariannya, hampir semua gaya hidup tidak jauh dari teknologi, belajar, berjualan, membeli dan hal-hal lain yang sering mereka lakukan dalam kehidupannya. Hal ini menjadikan mahasiswa sebagai pengguna terbesar pengguna transaksi online. Alasan sebenarnya mahasiswa bertransaksi dengan sistem *cashless* adalah kemudahan penggunaan dan banyaknya penawaran yang ditawarkan sehingga dapat berhemat serta merasa aman dan nyaman.

**Tabel 1.1 Data Mahasiswa UIN Saifuddin Zuhri (UIN SAIZU) Tahun 2022/2023**

No	Fakultas	Jumlah Mahasiswa/i
1.	Ekonomi dan Bisnis Islam	2.487
2.	Syariah	2.133
3.	Dakwah	2.424
4.	Tarbiyah dan Ilmu Keguruan	4.395
5.	Ushuludin Adab dan Humaniora	782
6.	Program Pasca Sarjana (S2 dan S3)	446
<b>Total</b>		<b>12.667</b>

*Sumber:* Kabag Umum dan Akademik UIN SAIZU Purwokerto

Dari tabel di atas diketahui bahwa mahasiswa aktif UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto berjumlah 12.667 mahasiswa dari 5 fakultas dan 1 pasca sarjana. Jumlah tersebut terdiri dari 2.487 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2.133 mahasiswa Fakultas Syariah, 2.424 Fakultas Dakwah, 4.395 Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, 782 mahasiswa Fakultas Ushuludin Adab dan Humaniora dan 446 mahasiswa Program Pasca Sarjana termasuk mahasiswa S2 dan S3.

Setelah melakukan wawancara kepada beberapa mahasiswa aktif UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, pertama menurut Fatkhan Irkhamulloh 1917402142 mahasiswa semester 8 jurusan Pendidikan Agama Islam dari Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan yang menyatakan (wawancara pada 9 Maret 2023) :

“saya menggunakan QRIS sejak tahun 2022, alasannya karena mempermudah saat transaksi dan banyak penawaran cashback pada aplikasi shopeepay, gopay dan dana.”

Kedua Farah Tarisya Ayuningtias 1917301148 mahasiswa semester 8 jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah menyatakan (wawancara pada 9 Maret 2023) :

“saya menggunakan QRIS sejak akhir tahun 2020, dari segi fitur mungkin lebih menarik untuk dicoba dalam melakukan transaksi dengan cara non tunai dan menurut saya juga mudah untuk digunakan”

Ketiga Irfan Faiz Almalik 2017204087 mahasiswa semester 6 jurusan Manajemen Zakat Wakaf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menyatakan (wawancara pada 9 Maret 2023) :

“saya menggunakan QRIS sejak tahun 2019, alasannya karena simpel dan mudah, bisa transaksi dengan nominal berapapun dan biasanya ada cashback dan promo jika menggunakan QRIS. Pernah menggunakan shopeepay, tokopedia, dana, ovo, BNI, m-banking line bank, seabank dan gojek.”

Keempat Annisa Nurul Fadilah 214110201229 mahasiswa semester 4 jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menyatakan (wawancara pada 9 Maret 2023) :

“saya menggunakan QRIS dari sekitar akhir tahun 2022, alasan menggunakannya karena waktu itu saya melihat pembayaran menggunakan QRIS ini lebih mudah dan kebetulan saat itu belum mengambil uang, jadi menggunakan QRIS ini mempermudah saya melakukan pembayaran dan kalo dari segi fitur sendiri lumayan mudah buat saya jadi saya langsung paham dan saya suka menggunakannya. Sering membayar dengan QRIS melalui BRI mobile.”

Dan yang terakhir dari mahasiswa tahun terbaru yaitu Mohammad Thoriq Kamal 224110201034 mahasiswa semester 2 jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menyatakan (wawancara pada 9 Maret 2023) :

“saya menggunakan QRIS semenjak tahun 2022, alasannya karena saat itu saya sering naik bus trans Banyumas karena tidak punya kartu jadi saya bayar lewat QRIS di Shopeepay.”

Dari beberapa pengguna yang telah diwawancarai tersebut mereka merasa dengan adanya teknologi pembayaran elektronik melalui QRIS ini sangat membantu dan memudahkan. Produk tersebut dikatakan nyaman dan sangat bermanfaat dalam transaksi keuangan ini, khususnya dalam sistem pembayaran, sehingga masyarakat memutuskan untuk menggunakan jasa produk tersebut (Dien, 2018).

Berdasarkan latar belakang penelitian terdahulu dan gambaran perbedaan hasil, maka peneliti bermaksud mengkaji lebih lanjut keputusan mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, salah satu universitas besar di Purwokerto yang berbasis Islam. Alasan selanjutnya untuk mengetahui latar belakang satu atau lebih orang menggunakan metode pembayaran elektronik adalah berdasarkan faktor apa yang dapat mempengaruhi penggunaan pembayaran elektronik oleh mahasiswa dan mempengaruhi banyak pelajar Milenial dan Gen Z, berhubungan dengan itu dilansir dari media katadata.com (2023) oleh *Reasearch Director Customer*

*Experience* IPASOS Indonesia, Olivia Samosir menyatakan dalam penelitiannya menunjukkan bahwa telah tercatat angka sebanyak 68% pengguna pembayaran elektronik merupakan generasi yang berasal dari anak muda (milenial dan Z).

Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Efisiensi, Keamanan, Budaya dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Elektronik QRIS Pada Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.”

### **B. Identifikasi Masalah**

1. Pembayaran elektronik QRIS dengan sistem secara elektronik telah memberikan pelayanan dalam meningkatkan kepercayaan penggunanya.
2. Pembayaran elektronik QRIS telah menjadi pilihan alternatif bagi masyarakat dalam transaksi elektronik karena adanya efisiensi penggunaan pada sistemnya dan dapat digunakan pada berbagai *M-banking* dan *E-wallet*.
3. Pembayaran elektronik QRIS telah memberikan keamanan pada sistemnya yang berada di bawah pengawasan Bank Indonesia (BI).
4. Pembayaran elektronik QRIS menjadi pilihan dalam pembayaran elektronik karena pertumbuhan edukasi keuangan dari Bank Indonesia (BI) dan pengalaman yang baik dari orang lain.
5. Pembayaran elektronik QRIS banyak digunakan karena terdapat promosi baik dari Bank Indonesia (BI) sebagai penyelenggaranya.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan pada identifikasi masalah maka diperlukan adanya satu pembatasan masalah yang sebagai ruang lingkup penelitian ini. Penelitian ini hanya berfokus pada pengaruh kepercayaan, efisiensi, keamanan, budaya dan promosi terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS pada mahasiswa Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

#### **D. Rumusan Masalah**

Dengan latar belakang di atas, jadi permasalahan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS pada Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto?
2. Apakah efisiensi berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS pada Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto?
3. Apakah keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS pada Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto?
4. Apakah budaya berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS pada Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto?
5. Apakah promosi berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS pada Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto?
6. Apakah kepercayaan, efisiensi, keamanan, budaya dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS pada Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto?

#### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan, jadi tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel kepercayaan terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS pada Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS pada Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

3. Untuk mengetahui pengaruh variabel keamanan terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS pada Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Untuk mengetahui pengaruh variabel budaya terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS pada Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Untuk mengetahui pengaruh variabel promosi terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS pada Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Untuk mengetahui pengaruh variabel kepercayaan, efisiensi, keamanan, budaya dan promosi terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS pada Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Dari tujuan diatas, penelitian ini diharapkan dapat mencapai manfaat sebagai berikut :

#### 1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi peneliti. Dapat memberikan hasil bagi peneliti dalam memberi wawasan lebih jauh dan menginformasikan kepada pembaca mengenai faktor-faktor yang dapat berpengaruh penggunaan sistem pembayaran QRIS.
- b. Bagi Mahasiswa. Dapat bermanfaat untuk menambah pemahaman mahasiswa dan referensi untuk kajian setelah ini tentang faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap penggunaan sistem pembayaran elektronik QRIS.
- c. Bagi Universitas. Penelitian ini bermanfaat bagi universitas sebagai informasi tambahan dan sebagai kumpulan bahan referensi yang bermanfaat untuk orang-orang yang membutuhkan.

#### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti. Dapat memperoleh wawasan lebih dan dapat memberikan gambaran tentang faktor-faktor yang berpengaruh

terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS, sehingga hasil penelitian dapat dijadikan bahan perbandingan antara teori dengan kenyataanya.

- b. Bagi Masyarakat. Akan bermanfaat bagi masyarakat sebagai penyedia informasi penggunaan sistem pembayaran elektronik QRIS.
- c. Bagi Perbankan (BI). Penelitian ini bisa dijadikan sebagai alat untuk melakukan pembaharuan pelayanan pada sistem pembayaran elektronik agar lebih memuaskan penggunanya.
- d. Bagi Fintech. Penelitian ini dapat digunakan bagi perusahaan penerbitan dompet elektronik (*E-Wallet*) untuk melakukan pengembangan pada aplikasi uang elektronik agar lebih memberikan kepuasan terhadap pengguna jasanya.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

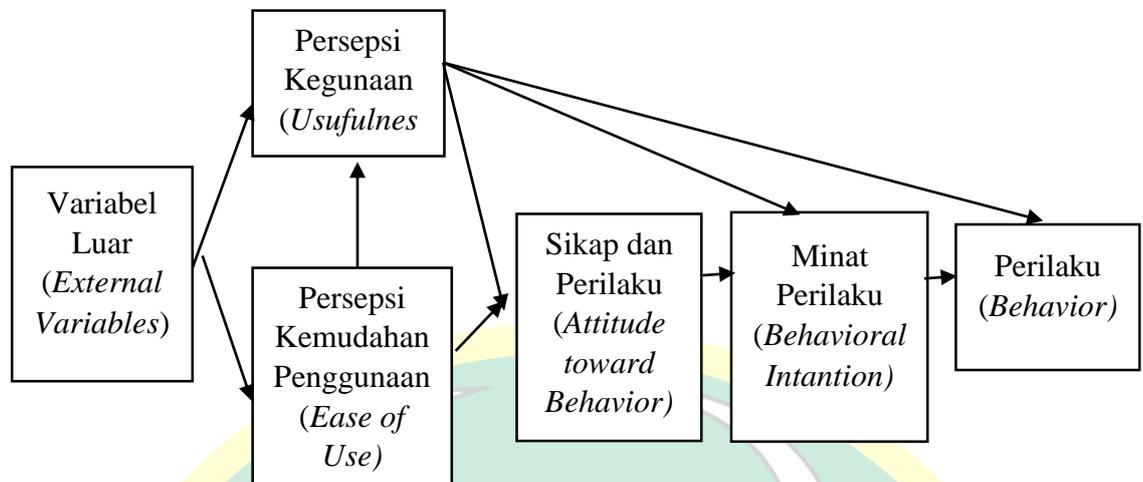
##### 1. Pengertian *Technology Acceptance Model* (TAM)

Model penerimaan teknologi (TAM) digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. Teori ini pertama kali dikenalkan oleh Davis (1986) yang dikembangkan dari teori reasoned action (TRA). TAM menggantikan banyak ukuran sikap TRA dengan dua ukuran penerimaan teknologi yaitu kemudahan penggunaan (*ease of use*), dan kegunaan (*usefulness*). TRA dan TAM, keduanya memiliki elemen perilaku yang kuat berasumsi bahwa ketika seseorang membaentuk niat untuk bertindak, bahwa mereka akan bebas untuk bertindak tanpa batasan. Di dunia nyata akan ada banyak kendala, seperti kebebasan terbatas untuk bertindak. Persepsi kegunaan (PU) – ini didefinisikan oleh Fred Davis sebagai “sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) – Davis mendefinisikan ini sebagai “sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha” (Davis, 1986). Menurut Wibowo (2008) *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah suatu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi.

##### 2. Konsep *Technology Acceptance Model* (TAM)

Berdasarkan Ghazali (2020), dalam bukunya menyatakan bahwa *Technology Acceptance Model* (TAM) berargumentasi bahwa penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi ditentukan oleh dua konstruk persepsi *ease of use* dan persepsi *usefulness*.

**Gambar 2 1 Model Tehnology Acceptance Model (TAM)**



Sumber: (Gozali, 2020)

*Technology Acceptance Model* yang awal sebelum dikembangkan lebih lanjut menggunakan konstruk yaitu : persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) atau sikap menggunakan teknologi (*attitude toward using technology*), niat perilaku (*behavior intention*) atau niat perilaku menggunakan teknologi (*behavior intention to use*), dan perilaku (*behavior*) atau penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*) (Gozali, 2020).

### 3. Pengembangan *Technology Acceptance Model* (TAM)

Pada model TAM terdapat *external variable* pada penelitian ini dipilih variabel yaitu budaya, keamanan dan promosi. Budaya pada pengguna sistem informasi yang sudah melekat pada diri pengguna tersebut dapat digunakan sebagai variabel yang mempengaruhi penerimaan suatu teknologi kepada pengguna yang menggunakannya. Budaya tersebut dapat mencakup latar belakang Pendidikan, lingkungan di lokasi user tersebut menggunakan sistem yang mereka gunakan, jangkauan koneksi internet, dukungan dari

pemerintah dan kebijakan lainnya, serta perangkat infrastruktur lain yang tersedia (Gozali, 2020).

Beberapa peneliti mencoba mengembangkan model TAM dengan menambahkan beberapa variabel eksternal yang menerangkan lebih lanjut atau menjadi penyebab (*antecedent*) persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Model TAM yang dimodifikasi dengan menambahkan variabel-variabel lain. Penelitian yang menambahkan kultur (budaya) dilakukan oleh Straub (1994) yang menghasilkan bahwa kultur mempengaruhi sikap pemakai sistem dalam pemilihan media yang akan digunakan (Gozali, 2020).

## **B. Kerangka Teori**

### **1. Kepercayaan**

#### **a. Pengertian**

Kepercayaan adalah keyakinan pada diri seseorang terhadap objek. Kepercayaan dapat diartikan sebagai salah satu bentuk persepsi yang telah berbentuk keyakinan terhadap suatu objek. Keyakinan tersebut dapat berbentuk, keyakinan positif ataupun negatif terhadap suatu objek. Kepercayaan menggambarkan pengakuan akan kiat dan integritas dari kedua belah pihak dalam melakukan transaksi, jika diabaikan menjadi suatu faktor yang memperlambat pertumbuhan perdagangan. Kepercayaan juga didasarkan pada *relational experience* atau reputasi organisasi (Rahmad, 2017). Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah suatu proses dimana seseorang mengembangkan kepercayaan terhadap suatu pelayanan berdasarkan pemahaman yang diketahui (kognitif) terhadap pemberi pelayanan.

Kepercayaan secara umum dapat diartikan mempercayai pihak lain karena dapat dipercaya. Seseorang atau perusahaan dapat dipercaya karena memiliki integritas yang tinggi, yang

sejalan dengan kualitas seperti konsistensi, kompetensi, kejujuran, keadilan, tanggung jawab, sangat membantu, dan keramahan (kebajikan) (Arwani, 2011).

Sikap (*attitudes*) konsumen adalah faktor faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen terhadap informasi suatu produk. Konsep sikap terkait dengan konsep kepercayaan (*belief*) dan perilaku (*behavior*). Istilah "pembentukan sikap konsumen" sering menggambarkan hubungan antara keyakinan, sikap dan perilaku. Konsumen pada umumnya mempercayai karakteristik suatu produk ketika karakteristik tersebut mencerminkan citra yang melekat pada produk tersebut (Ningsih, 2010).

b. Indikator

Menurut Ganesan dan Shankar (1994) ada tiga indikator yang membangun kepercayaan pada diri seseorang :

1) *Benevolence* (niat baik)

*Benevolence* (niat baik) berarti seberapa besar seseorang percaya bahwa produsen berperilaku baik kepada konsumen. *Benevolence* merupakan kesediaan produsen untuk melayani kepentingan konsumen.

2) *Integrity* (integritas)

*Integrity* (integritas) adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran produsen untuk menghormati dan memenuhi kontrak yang telah dibuat dengan konsumen.

3) *Competence* (kompetensi)

*Competence* (kompetensi) merupakan keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki produsen untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut. Esensi dari kompetensi adalah seberapa besar keberhasilan produsen untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh konsumen. Inti dari kompetensi terletak

pada kemampuan produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

## 2. Efisiensi

### a. Pengertian

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia efisiensi adalah cara (usaha, kerja) dalam menjalankan sesuatu (dengan tidak membuang waktu, tenaga, biaya), kedayagunaan, ketepatangunaan kesangkilan. Menurut Kamus Besar Ekonomi menyatakan bahwa efisiensi adalah hubungan atau perbandingan antara faktor keluaran (*output*) barang dan jasa dengan masukan (*input*) yang langka didalam suatu unit kerja, atau ketetapan cara (usaha, kerja) dalam menjalankan sesuatu (dengan tidak membuang-buang waktu, tenaga, biaya).

Menurut Sedarmayanti (2001) pengertian efisiensi kerja adalah perbandingan terbaik antara suatu pekerjaan yang dilakukan dengan hasil yang dicapai oleh pekerjaan tersebut sesuai dengan yang ditargetkan baik dalam hal mutu maupun hasilnya yang meliputi pemakaian waktu yang optimal dan kualitas kerja yang maksimal. Bekerja dengan efisiensi adalah bekerja dengan gerakan, usaha, waktu, yang sedikit mungkin. Dengan menggunakan cara kerja yang sederhana, penggunaan alat yang dapat membantu mempercepat penyelesaian tugas serta menghemat gerak dan tenaga, maka seseorang dapat dikatakan bekerja dengan efisien dan memperoleh hasil yang memuaskan.

### b. Indikator

Menurut Mulyadi (2007) Efisiensi adalah ketepatan cara dalam melakukan sesuatu dengan tidak membuang-buang waktu, tenaga dan biaya. Efisiensi dapat diukur dengan indikator hemat waktu, hemat tenaga, dan hemat biaya :

- 1) Hemat dari segi waktu adalah proses menggunakan waktu sebaik-baiknya.

- 2) Hemat dari segi tenaga adalah tindakan pengurangan penggunaan energi.
- 3) Hemat dari segi uang adalah jumlah yang dikeluarkan untuk menggunakan suatu produk baik jasa dan barang yang lebih murah dari pada umumnya.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa efisiensi adalah kegiatan mencapai tujuan dengan benar dengan menggunakan sumber daya, waktu, tenaga yang minimum secara optimal dengan hasil output yang maksimal pula. Efisiensi sistem pembayaran merupakan kepraktisan pembayaran modern yang berbasis pada teknologi.

### 3. Keamanan

#### a. Pengertian

Menurut Lallmahamood (2007) menjelaskan bahwa keamanan dan privasi merupakan keyakinan nasabah atas terjaminnya transaksi yang aman dan terjaganya informasi pribadi. Keamanan dan privasi merupakan salah satu faktor penting yang mendorong minat nasabah untuk menggunakan. Sejak mudahnya bagi seseorang untuk melakukan kejahatan atau mencuri data pribadi orang lain, suatu layanan *mobile banking* harus mempunyai keamanan yang memadai sehingga nasabah merasa aman saat menggunakan layanan tersebut.

Keamanan adalah hal yang mutlak disediakan oleh para pelaku bisnis, baik produk, layanan, maupun keduanya. Keamanan memberikan kenyamanan pada pengguna (atau dalam hal ini konsumen) dan meningkatkan kepercayaan konsumen (*costumer trust*), yang berujung kepada peningkatan jumlah penjualan (Pratama, 2015).

b. Indikator

Kebutuhan keamanan teknologi menurut Sudjarmika (2017) dapat dikategorikan menjadi aspek-aspek sebagai berikut:

- 1) *Privacy /Confidentiality*. Inti utama aspek *privacy* atau *confidentiality* adalah suatu usaha menjaga informasi dari orang yang tidak berhak untuk mengakses. *Privacy* lebih kearah data-data yang sifatnya pribadi sedangkan *confidentiality* biasanya berhubungan dengan data yang diberikan ke pihak lain untuk keperluan tertentu (misalnya sebagai bagian dari pendaftaran sebuah servis) dan hanya diperbolehkan untuk keperluan tertentu tersebut. Contoh *confidential information* yaitu data-data yang sifatnya pribadi (seperti nama, tempat tanggal lahir, *social security number*, agama, status perkawinan, penyakit yang pernah diderita, dan sebagainya).
- 2) *Integrity*. Aspek ini menekankan bahwa suatu informasi tidak boleh diubah tanpa seijin pemilik informasi. Adanya virus, *trojan horse*, atau pemakai lain yang mengubah informasi tanpa izin merupakan contoh masalah yang harus dihadapi.
- 3) *Authentication*. Aspek ini berhubungan dengan metoda untuk menyatakan bahwa informasi betul-betul asli, orang yang mengakses atau memberikan informasi adalah betul-betul orang yang dimaksud, atau server yang kita hubungi adalah betul-betul server yang asli. Dalam hal ini pengguna harus menunjukkan bukti bahwa memang dia adalah pengguna yang sah, misalnya dengan menggunakan suatu PIN/*password*, *biometric*/sidik jari (ciri ciri khas orang), dan sejenisnya.
- 4) *Availability*. Aspek *availability* atau ketersediaan berhubungan dengan ketersediaan informasi ketika dibutuhkan. Teknologi yang diserang atau di jebol dapat menghambat atau meniadakan akses ke informasi.

- 5) *Access Control*. Pengaturan (*user ID*) Aspek ini berhubungan dengan cara pengaturan akses kepada informasi. Hal itu biasanya berhubungan dengan masalah authentication dan juga *privacy Acces control* seringkali dilakukan menggunakan kombinasi *user id* dan *password* atau dengan menggunakan mekanisme lainnya, seperti kartu dan biometrik.

#### 4. Budaya

##### a. Pengertian

Budaya atau kebudayaan berasal dari bahasa sansekerta yaitu *buddhayah*, yang merupakan bentuk jamak dari *buddhi* (budi atau akal) diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi dan akal manusia, dalam bahasa Inggris kebudayaan disebut *culture* yang berasal dari kata latin *colere* yaitu mengolah atau mengerjakan dapat diartikan juga sebagai mengolah tanah atau bertani, kata *culture* juga kadang sering diterjemahkan sebagai “Kultur” dalam bahasa Indonesia (Aslan & Yunaldi, 2018)

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, budaya (*culture*) diartikan sebagai: pikiran, adat istiadat, sesuatu yang sudah berkembang, sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan yang sukar diubah. Dalam pemakaian sehari-hari, orang biasanya mensinonimkan pengertian budaya dengan tradisi. Dalam hal ini tradisi diartikan sebagai kebiasaan masyarakat yang tampak (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2005).

Budaya (*culture*) sebagai kebiasaan seseorang dalam melakukan sesuatu, kebiasaan dalam mengakses internet pada komputer maupun *smartphone* dapat menentukan keputusan penggunaan terhadap teknologi sistem pembayaran. Menurut Prasetijo dan Ihalauw (2005), budaya (*culture*) dapat diartikan sebagai pengaruh luar yang berperan penting dalam perilaku konsumen. Budaya ini melibatkan pengamatan mendalam terhadap karakteristik seluruh komunitas, termasuk bahasa, teknologi,

pengetahuan, hukum, seni, praktik kerja, produk, dan lain-lain yang menunjukkan sesuatu yang unik tentang komunitas itu.

Budaya yang berarti penentu dasar kemauan dan tingkah laku dan kebiasaan seseorang melalui lingkungan dan tempat utama lainnya. Budaya dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan karena budaya mengikuti bagaimana lingkungan seseorang itu, jika di lingkungannya menggunakan pembayaran elektronik QRIS untuk membayar maka budaya tersebut akan melekat pada dirinya.

b. Indikator

Menurut Fahmi (2016), indikator dalam mengukur budaya (*culture*) dapat dikategorikan sebagai berikut :

1) Akses internet (*Internet Access*).

Tersedianya akses internet yang mendukung dalam menggunakan sistem pembayaran elektronik, tanpa adanya akses internet pembayaran elektronik tidak dapat digunakan.

2) Pengalaman menggunakan komputer (*Experience in Using Computer* ).

Pengalaman dalam penggunaan suatu sistem pembayaran secara elektronik dapat menyebabkan seseorang melakukan penggunaan kembali karena sudah memiliki pengalaman.

3) Tingkat edukasi atau pengetahuan (*Level of Education* ).

Pengetahuan dan edukasi terkait pembayaran elektronik ini dapat menyebabkan keputusan dalam penggunaannya. Tidak edukasi yang dimiliki dari eksternal atau luar juga dapat menyebabkan seseorang terpengaruh.

## 5. Promosi

a. Pengertian

Menurut Tjiptono (2002) promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan

dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan bersangkutan.

Menurut Julian Cummins menyatakan bahwa promosi diartikan sebagai suatu rangkaian teknik yang digunakan untuk sasaran penjualan dengan menggunakan biaya efektif, dengan memberikan nilai tambah pada produk atau jasa baik kepada para perantara maupun pemakai langsung (Freddy Rangkuti, 2009). Menurut Kotler, Philip dan Amstrong (2014) kegiatan promosi adalah aktivitas yang berfungsi untuk meyakinkan pelanggan dengan memperlihatkan produk atau jasa tersebut sehingga dapat dapat membujuk pelanggan untuk membelinya.

Adapun sasaran promosi menurut Wahjono dalam (Tambunan & MM, 2019) adalah:

1. Untuk memberitahu dan menyampaikan kepada orang-orang pada umumnya tentang keberadaan barang tersebut.
2. Untuk menginformasikan keunggulan barang tersebut.
3. Untuk menyarankan sisi positif dari produk tersebut.
4. Untuk menginformasikan karakteristik yang dimiliki, khususnya tentang biaya dan cara mendapatkannya.

b. Indikator

Menurut Kotler & Keller (2012), menyebutkan bahwa indikator dalam keputusan penggunaan adalah sebagai berikut :

- 1) Iklan online melalui media sosial.

Melakukan periklanan dan promosi seperti iklan pada Facebook, Instagram, WhatsApp), tersedia layanan pengaduan penggunaan konsumen secara online.

- 2) Pemberian diskon (potongan harga).

Potongan harga yang diberikan oleh pengguna jasa kepada penggunanya, hal ini dilakukan untuk menarik konsumen menggunakannya.

- 3) Memberikan hadiah kepada pelanggan.

Hadiah atau *cashback* (uang kembali) juga merupakan indikator dalam melakukan promosi, konsumen akan tertarik menggunakan suatu layanan dengan adanya hadiah yang ditawarkan.

## 6. Keputusan Penggunaan

### a. Pengertian

Teori ini menggunakan teori keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang konsumen saat dia sudah memiliki niat untuk membeli suatu produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2016) keputusan penggunaan jasa merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Sehingga hal ini membuat keputusan penggunaan sebagai salah satu bagian dari perilaku konsumen.

### b. Indikator

Kotler & Keller (2012) mendefinisikan keputusan pembelian merupakan setiap pengetahuan yang dimiliki konsumen dalam mempelajari, menggunakan, dan bahkan konsumen meninggalkan suatu produk tersebut. Keputusan penggunaan termasuk tindakan dari seorang konsumen untuk ingin atau tidak dalam melakukan penggunaan terhadap sebuah produk jasa atau barang. Tahap proses keputusan menurut Kotler dan Keller, disajikan sebagai berikut:

#### 1) Pengenalan Masalah

Cara pengambilan keputusan diawali dari pengenalan masalah. Cara identifikasi masalah ini dihasilkan dari pandangan pembeli tentang masalah atau kebutuhan yang disebabkan oleh pengaruh luar dan dalam (Kotler dan Keller,

2009). Blackwell, dkk. (2012) menunjukkan bahwa identifikasi yang dapat dikenali masalah berasal dari pandangan pribadi tentang ketidaksesuaian antara apa yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya. Menghadapi masalah ini, pelanggan perlu menemukan jawaban terbaik untuk produk atau layanan yang mereka butuhkan dan mendapatkannya.

#### 2) Pencarian Informasi

Setelah pengenalan masalah terjadi, pelanggan mulai mencari data dan jawaban untuk memenuhi kebutuhan mereka yang tidak tercapai. Blackwell, dkk. (2012) mengatakan bahwa pencarian data dapat dilakukan dengan riset internal dan eksternal. Dengan internal data dapat diambil dari memori. Sedangkan pencarian eksternal bisa melalui pengumpulan data tentang barang atau jasa dari rekanan, keluarga, dan pasar.

#### 3) Penilaian Alternatif

Tahap berikutnya dalam proses pengambilan keputusan yaitu evaluasi alternatif. Blackwell, dkk (2012) mengungkapkan pada langkah ini pelanggan mencari jawaban mengenai barang atau jasa yang akan dibeli dan yang terbaik. Pelanggan melihat diantara barang, jasa, merek sebelum mereka memutuskan untuk membeli. Dalam menilai keputusan mereka dapat dipengaruhi oleh aspek pribadi dan lingkungan.

#### 4) Perilaku Pasca-Penggunaan

Blackwell, et al (2012) mengungkapkan bahwa perilaku pasca penggunaan memperkirakan pelanggan merasakan kepuasan dan kekecewaan terhadap suatu barang. Kepuasan terjadi ketika asumsi dari pelanggan sesuai dengan hasil yang dirasakan. Jika pengalaman dan hasil yang dirasakan tidak sesuai, maka kekecewaan akan terjadi. Pelanggan yang puas akan membeli barang, jasa, dan merek yang serupa berulang

kali. Promosi dengan pemasaran sangat penting untuk mengetahui keyakinan dan penilaian yang dapat memperkuat pelanggan dan membantu merasa nyaman saat menggunakannya.

## 7. Pembayaran Elektronik

Pembayaran elektronik menurut Trihasta dan Fajaryanti (2014) adalah pembayaran dengan sistem elektronik, dimana uang tunai disimpan, ditangani, dan diperoleh dalam bentuk informasi, dan sistem pertukaran melalui alat pembayaran elektronik. Menurut Wahyu dalam Firmansyah (2013) Pembayaran elektronik adalah sistem penunai yang menjunjung tinggi bisnis berbasis web dan menguntungkan pertukaran bisnis dengan lebih mengembangkan layanan kepada konsumen, lebih mengembangkan proses *cash management*, memudahkan pertukaran transaksi yang akan dilakukan kapanpun dan dimanapun melalui media yang berbeda. Layanan pembayaran elektronik menangani berbagai kebutuhan melalui media pembayaran perbankan (ATM, *Mobile Banking*, *Internet Banking*, *Teller*).

Bank Indonesia menerbitkan tata cara pembayaran dengan menggunakan *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS) tepat pada tanggal 17 Agustus 2019 dan mengharuskan bagi para Penyelenggara Sistem Jasa Pembayaran (PJSP) untuk menggunakan QRIS mulai tanggal 1 Januari 2020. QRIS merupakan inovasi yang menggabungkan berbagai jenis QR dari PJSP dengan memanfaatkan kode QR. BI dan industri sistem pembayaran telah unggul dalam menciptakan QRIS, yang diharapkan dapat mempermudah bangsa Indonesia untuk membuat pertukaran lebih mudah, lebih aman, dan lebih cepat.

Bank Indonesia menyebutkan bahwa keuntungan menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran antara lain untuk pengguna:

- 1) Memanfaatkan QRIS dapat mempercepat transaksi yang dilakukan.

- 2) Lebih bermanfaat karena tidak perlu membawa sejumlah uang tertentu.
- 3) Dilindungi dan dijaga karena semua PJSP yang mengatur QRIS telah mendapat izin dari lembaga yang berwenang.

Untuk merchant:

- 1) Penggunaan QRIS dapat meningkatkan transaksi karena kenyamanan yang dihadirkan oleh produk QRIS ini, dapat terhindar dari yang palsu, dan lain-lain.
- 2) Dapat mengurangi dana penyelenggaraan kas.
- 3) Pertukaran yang dilakukan oleh konsumen akan dicatat secara spontan dan dapat diperiksa kapan saja.

QRIS memiliki karakteristik UNGGUL yang terdiri dari, pertama *Universal* dimana QRIS dapat menerima pembayaran untuk setiap aplikasi pembayaran yang menggunakan QR Code, sehingga hanya perlu memiliki satu aplikasi saja. Kedua gampang, dimana masyarakat pada umumnya dan merchant mudah memanfaatkannya secara efektif, merchant tidak perlu menyediakan banyak QR Code. Ketiga Untung, masyarakat dapat memanfaatkan aplikasi pembayaran apapun untuk melakukan transaksi, sedangkan merchant hanya perlu memiliki 1 akun untuk mendapatkan pembayaran transaksi yang dilakukan oleh pengguna. Keempat Langsung, transaksi QRIS ini bisa langsung dioperasikan. Pengguna dan merchant akan segera mendapat notifikasi transaksi.

### C. Landasan Teologis

Berkembangnya teknologi saat ini mengharuskan masyarakat dapat memanfaatkan teknologi dengan baik seperti penggunaan uang elektronik. Islam adalah agama yang sangat menjunjung tinggi ilmu pengetahuan, termasuk teknologi yang menjadi bagian dari perkembangan ilmu pengetahuan. Dalam transaksi dengan menggunakan uang elektronik timbul akad-akad yang lainnya antara pemilik nilai uang elektronik dengan penerbit atau agen layanan keuangan digital yang bekerjasama dengan

penerbit yang menerbitkan nilai uang elektronik namun tergantung bagaimana alur transaksinya. Terkait hal ini, Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia segera meresmikan Fatwa mengenai uang elektronik tentunya dengan syarat-syarat tertentu yang tidak bertentangan dengan Alqur'an dan Sunnah. Menurut penuturan KH Asrorum Niam selakau Sekretaris Komisi Fatwa MUI beliau menuturkan bahwa pada tanggal 20 September 2017, Komisi Fatwa membahas tentang uang elektronik dan salah satunya biaya top up. Pembahasan tersebut kemudian melahirkan Fatwa DSN-MUI Nomor 116 DSN-MUI/IX/2017 Tentang Prinsip Syariah Pada Produk Uang Elektronik (e-money).

Fatwa DSN MUI Nomor 116/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah boleh digunakan sebagai alat pembayaran dengan syarat berikut :

- a. Biaya-biaya layanan fasilitas harus berupa biaya riil (untuk mendukung proses kelancaran penyelenggaraan uang elektronik); dan harus disampaikan kepada pemegang kartu secara benar (sesuai syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku) sesuai dengan prinsip ta'widh (تعويض) ( ganti rugi)/ ijarah.
- b. Penggunaan uang elektronik wajib terhindar dari transaksi yang dilarang (Transaksi yang ribawi, gharar, maysir, risywah, israf, objek yang haram).
- c. Jumlah nominal uang elektronik yang ada pada penerbit harus ditempatkan di bank syariah, karena transaksi di Bank Konvensional itu pinjaman berbunga yang diharamkan.
- d. Akad antara penerbit dengan para pihak dalam penyelenggaraan uang elektronika (prinsipal, acquirer, pedagang [merchant], penyelenggara kliring, dan penyelenggara penyelesaian akhir) adalah akad ijarah, akad ju'alah, dan akad wakalah bi al-ujrah, karena produk yang dijual oleh prinsipal, acquirer, Pedagang (merchant), penyelenggara kliring, dan penyelenggara penyelesaian akhir adalah jasa/ khadamat.

- e. Akad antara penerbit dengan pemegang uang elektronik adalah akad wadiah atau akad qardh, karena e-money nominal uang bisa digunakan atau ditarik kapan saja.
- f. Akad antara penerbit dengan agen layanan keuangan digital adalah akad ijarah, akad ju'alah, dan akad wakalah bi al-ujrah
- g. Dalam hal kartu yang digunakan sebagai media uang elektronik hilang maka jumlah nominal uang yang ada di penerbit tidak boleh hilang, karena uang itu adalah milik pemegang kartu.

Firman Allah pada Q.S Al-Baqarah: 29

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ ۗ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

*Artinya: “Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikanNya tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu” (Q.S Al-Baqarah: 29)*

Sistem transaksi pada pengisian ulang saldo uang elektronik biasanya menggunakan akad wadiah yang hukumnya sah. Akad wadiah adalah akad berupa penitipan barang/harta kepada orang lain yang dapat dipercaya untuk memelihara dan menjaganya. Wadiah dalam uang elektronik terjadi ketika calon pemegang uang elektronik menyerahkan sejumlah uang kepada penerbit dengan maksud menitipkan dan selanjutnya sejumlah uang tersebut dikonversi menjadi nilai uang elektronik senilai uang yang diserahkan (Tarantang, 2020). Rasulullah bersabda:

وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ

*Artinya: “Dan Allah akan menolong seorang hamba, jika hamba itu mau menolong saudaranya.” (HR. Muslim)*

Dalam ayat tersebut membuktikan bahwa penciptaan alat-alat baru atau teknologi hendaknya memberikan manfaat kepada manusia. Selain memberikan manfaat, sebuah teknologi hendaknya juga dapat memberikan kemudahan bagi manusia. Ayat tersebut juga menunjukkan bahwa Islam adalah agama yang mudah dan tidak mempersulit umatnya, termasuk dalam menggunakan teknologi. Islam membolehkan umatnya untuk menggunakan

teknologi selama penggunaannya diperuntukkan untuk hal-hal yang benar tidak merusak dan tidak bertentangan dengan syariat Islam.

#### **D. Hubungan Antar Variabel**

1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Elektronik QRIS.

Kepercayaan ini menjadi salah satu yang penting dalam seseorang melakukan tindakan, seperti halnya saat akan menentukan keputusan dalam menggunakan sesuatu. Faktor kepercayaan (*trust*) menjadi pertimbangan pengguna sebelum memberi keputusan untuk menetapkan penggunaan aplikasi keuangan digital. Kepercayaan dapat dipahami sebagai keyakinan orang bahwa perusahaan atau mitra dalam melakukan interaksi memiliki kejujuran, kredibilitas, dan kebajikan yang akan bermanfaat bagi kedua belah pihak yang terlibat (Keni, 2020).

Kepercayaan menjadi hal yang penting dari seorang konsumen dalam penggunaan suatu pembayaran elektronik. Kepercayaan bisa terbentuk dari suatu pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa pembayaran kepada penggunanya. Dengan adanya kepercayaan pada suatu sistem pembayaran maka dapat mengakibatkan seseorang untuk memutuskan untuk menggunakannya. Hal ini didukung dengan adanya penelitian oleh Ambarwati (2019), Laila (2022).

2. Pengaruh Efisiensi terhadap Keputusan Penggunaan Penggunaan Pembayaran Elektronik QRIS.

Mulyamah dalam Winda Feriyana (2019) mendefinisikan efisiensi sebagai ukuran penggunaan yang dimaksudkan untuk membandingkan penggunaan dengan kata lain penggunaan yang sebenarnya. Pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), efisiensi bermakna mengerjakan dan dapat memperoleh sesuatu dengan benar atau tepat tanpa membuang waktu, tenaga, uang dan kemampuan menyelesaikan tugas secara tepat dan cermat, efektif dan efisien.

Efisiensi dalam penggunaan suatu sistem pembayaran sangat dibutuhkan oleh konsumen. Efisiensi yang terkait pada suatu sistem dapat memberikan efek pada efisiensi penggunaan, konsumen akan mempertimbangkan akan menggunakannya. Efisiensi dalam hal waktu, tenaga dan uang ini menjadi beberapa hal yang dilakukan untuk pertimbangannya. Hal ini didukung penelitian oleh Widayanti (2022), Mukhtisar (2021).

3. Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan Penggunaan Pembayaran Elektronik QRIS.

Kumala et al (2020) menyatakan keamanan sebagai alasan atau faktor masing-masing orang dalam menggunakan pembayaran elektronik dengan memanfaatkan sistem pembayaran elektronik.. Keamanan yang dibutuhkan oleh pada pengguna seperti identitas dan kepastian keuangan yang terjamin. Keamanan yang terjamin menjadikan masyarakat akan lebih percaya dan yakin menggunakannya.

Faktor keamanan yang disediakan oleh penyedia jasa pembayaran elektronik ini sangat dibutuhkan oleh pengguna. Sistem pembayaran elektronik dengan segala kecanggihannya tetap saja bisa memberikan resiko pada data pribadi yang didaftarkan, maka dari ini keamanan yang diberikan akan dapat menjadi pertimbangan untuk memberi keputusan penggunaan pada sistem pembayaran (Iliyini, 2020). Hal ini didukung penelitian oleh Rischa (2022), laila (2022).

4. Pengaruh Budaya terhadap Keputusan Penggunaan Penggunaan Pembayaran Elektronik QRIS.

Menurut Prasetijo dan Ihalauw (2005), budaya (*culture*) dapat diartikan sebagai pengaruh luar yang berperan penting dalam perilaku konsumen. Budaya ini melibatkan pengamatan mendalam terhadap karakteristik seluruh komunitas, termasuk bahasa, teknologi, pengetahuan, hukum, seni, praktik kerja, produk, dan lain-lain yang menunjukkan sesuatu yang unik tentang komunitas itu.

Variabel budaya menjadi salah satu pertimbangan yang berasal dari luar atau orang lain yang dapat berpengaruh terhadap tindakan seseorang yang menyebabkan seseorang dapat memilih pilihan keputusan menggunakan suatu sistem pembayaran elektronik. Hal tersebut didukung penelitian oleh Wirda (2022), Siswati (2023).

5. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Penggunaan Pembayaran Elektronik QRIS.

Rivandi (2021) mengemukakan bahwa promosi (*promotion*) adalah kegiatan yang diawali dengan komunikasi, memberikan informasi dan meyakinkan seseorang tentang produk, sehingga nantinya konsumen mengenali kehebatan produk dan akan mempengaruhi loyalitas terhadap produk tertentu.

Dalam proses pengambilan keputusan bisa terjadi karena penawaran yang dilakukan dari pihak penyedia jasa yang diperuntukan kepada calon konsumen atau pihak yang membutuhkan jasa. Tujuan utama dari promosi adalah untuk memberi informasi, menarik perhatian calon konsumen, mempengaruhinya untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Keputusan penggunaan adalah proses memutuskan produk atau layanan mana yang akan digunakan. Hal tersebut didukung penelitian oleh Laila (2022), Lutfhi (2021).

6. Pengaruh Kepercayaan, Efisiensi, Keamanan, Budaya Dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Penggunaan Pembayaran Elektronik QRIS.

Menurut Ghazali (2010), keputusan adalah langkah terakhir yang diambil dalam suatu masalah atau isu untuk menjawab setiap pertanyaan yang muncul tentang pemecahan masalah dengan memutuskan suatu alternatif pilihan. Saat memutuskan untuk menggunakan QRIS, konsumen dapat memilih apakah akan menggunakan teknologi ini atau tidak. Armstrong et al., (2014) menyatakan suatu keputusan penggunaan menjadi salah satu dari sikap konsumen, sikap konsumen ini adalah kajian tentang seseorang,

komunitas atau organisasi akan menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman dan bagaimana konsumen tersebut menggunakannya untuk memuaskan kebutuhan. Faktor kepercayaan, efisiensi, keamanan, budaya dan promosi ini memiliki keterkaitan dengan keputusan penggunaan sistem pembayaran elektronik. Hal tersebut didukung penelitian oleh Laila (2022), Wirda (2022) dan Widayanti (2022).

### E. Kajian Pustaka

Penelitian ini mengandung beberapa tinjauan pustaka yang dilakukan oleh peneliti seperti artikel jurnal terdahulu yang dijadikan referensi dalam melakukan penelitian berkaitan dengan pengaruh kepercayaan, efisiensi, keamanan, budaya dan promosi terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS. Penelitian terdahulu yang telah dilakukan yaitu :

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama, Jurnal dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	<p>Rischa Heni Astriyanita dan Ginanjar Rahmawan (2022).</p> <p><b>Journal Of Information System, Applied, Management, Accounting And Research, Vol. 6no.2.</b></p> <p>Judul : Perilaku Penggunaan <i>E-Wallet</i> di <i>Coffe Shop</i> Terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-Wallet</i> di <i>Coffe Shop</i>.</p>	<p>Keamanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan kemudian promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan <i>E-Wallet</i> di <i>Coffe Shop</i>. Hasil penelitian mengenai perilaku penggunaan <i>E-Wallet</i> di <i>Coffe Shop</i> terhadap keputusan penggunaan menghasilkan nilai kesesuaian antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan jumlah 65,1%.</p>	<p>Persamaan pada variabel keamanan dan promosi.</p> <p>Perbedaan pada variabel <i>cashless society</i>.</p>

2.	<p>Wirda Seputri dan Muhammad Yafiz (2022).</p> <p><b>Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah, Vol. 10, Nomor 02.</b></p> <p>Judul : QRIS Sebagai Alat Transaksi Digital Generasi Z: Analisis Faktor.</p>	<p>Dari hasil uji secara parsial disimpulkan mengenai variabel kepercayaan dan budaya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pada generasi Z menggunakan QRIS.</p>	<p>Persamaan ada pada variabel kepercayaan dan budaya.</p> <p>Perbedaan pada variabel gaya hidup.</p>
3.	<p>Laila Ramadya Sari, Reni Anggraini, Mella Sri Kencanawati dan Lana Sulart (2022).</p> <p><b>Metik Jurnal, Volume. 6 Nomor.1.</b></p> <p>Judul : Dampak Keamanan, Manfaat, Kepercayaan, Promosi, serta Kemudahan pada Keputusan Pemanfaatan Dompot Elektronik Shopeepay</p>	<p>Hasil penelitian menghasilkan bahwa variabel keamanan, kepercayaan, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan dalam memanfaatkan dompet elektronik Shopeepay. Tetapi, secara uji simultan variabel kepercayaan, keamanan dan promosi berpengaruh terhadap keputusan dalam menggunakan dompet digital Shopeepay,</p>	<p>Persamaan pada variabel keamanan, kepercayaan dan promosi.</p> <p>Perbedaan pada variabel kemudahan dan manfaat.</p>
4.	<p>Desti Widayanti (2022).</p> <p><b>Jurnal jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Uin Raden Intan Lampung.</b></p> <p>Judul : Efektivitas Dan Efisiensi Sistem Pembayaran Non Tunai <i>Quick Response Indonesian Standard (QRIS)</i> Dalam Mempengaruhi Inklusi Keuangan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada</p>	<p>Efisiensi pada sistem pembayaran non tunai quick response Indonesian standard (QRIS) menghasilkan bahwa berpengaruh dan mendorong mereka lebih yakin dalam penggunaan pembayaran elektronik QRIS dalam melakukan transaksi keuangan elektronik di kegiatan sehari-harinya, karena itu berpengaruh untuk meningkatkan inklusi keuangan.</p>	<p>Persamaan pada variabel efisiensi.</p> <p>Perbedaan pada variabel efektivitas.</p>

	Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)		
5.	<p>Fitriani Latief dan Dirwan (2020).</p> <p><b>Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen, Volume 3 Nomor I.</b></p> <p>Judul : Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital.</p>	<p>Menunjukkan faktor promosi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik. Secara simultan variabel promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan yang elektronik.</p>	<p>Persamaan pada variabel kemudahan dan promosi.</p> <p>Perbedaan pada variabel kemudahan dan kemanfaatan.</p>
6.	<p>Diyan Ambarwati (2019).</p> <p><b>Jurnal Bisnis Dan Ekonomi, Vol 6, No 1.</b></p> <p>Judul: Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa Stie Aub Surakarta</p>	<p>Secara parsial Uji t menunjukkan variabel kepercayaan memiliki pengaruh secara signifikan. Hasil dari uji F menghasilkan secara serempak semua variabel memiliki pengaruh signifikan. Uji Koefisien Determinasi menghasilkan angka 0,850 atau 85% keputusan penggunaan Go-Pay mahasiswa STIE AUB Surakarta dipengaruhi oleh variabel penelitian sedangkan sisanya 15% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti.</p>	<p>Persamaan pada variabel kemudahan dan kepercayaan.</p> <p>Perbedaan pada variabel manfaat.</p>

## F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yaitu sesuatu yang dianggap benar, namun masih perlu diteliti lagi kebenarannya. Hipotesis pada penelitian ini dibuat dilatar belakangi pada kerangka teori dan kerangka pemikiran yang telah dibahas di atas :

1. Dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM) menerangkan bahwa salah satu faktor penerimaan teknologi berdasarkan pada kepercayaan. Dalam penelitian Ambarwati (2019) yang menghasilkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Go-pay. Penelitian yang dilakukan oleh Laila (2022) menghasilkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan dalam memanfaatkan dompet elektronik shopeepay. Dari beberapa penelitian terdahulu yang menghasilkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan.

Ha<sub>1</sub> : Ada pengaruh positif kepercayaan terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS.

2. Dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM) menerangkan bahwa salah satu faktor penerimaan teknologi berdasarkan pada efisiensi penggunaan. Dalam penelitian Widayanti (2022) menghasilkan bahwa variabel efisiensi berpengaruh untuk mendorong dan meningkatkan inklusi keuangan. Penelitian lain oleh Mukhtisar (2021) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan mobile banking. Dari beberapa penelitian terdahulu yang menghasilkan bahwa efisiensi memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan.

Ha<sub>2</sub> : Ada pengaruh positif efisiensi terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS.

3. Dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM) pada *ekternal variabel* menerangkan bahwa salah satu faktor penerimaan teknologi berdasarkan pada keamanan. Dalam penelitian Rischa (2022) menghasilkan bahwa keamanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan E-wallet. Penelitian lain oleh Laila (2022)

menghasilkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan dalam memanfaatkan dompet elektronik shopeepay. Dari beberapa hasil penelitian terdahulu mengenai variabel keamanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

Ha<sub>3</sub> : Ada pengaruh positif keamanan terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS.

4. Dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM) pada *ekternal variabel* menerangkan bahwa salah satu faktor penerimaan teknologi berdasarkan pada budaya. Dalam penelitian Wirda (2022) bahwa variabel budaya ini memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. selain itu penelitian yang dilakukan oleh Siswanti (2023) menghasilkan bahwa budaya mampu memperkuat pengaruh literasi keuangan dan sosial ekonomi positif dan signifikan terhadap penggunaan digital payment. Dari beberapa penelitian terdahulu yang menghasilkan bahwa budaya memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan.

Ha<sub>4</sub> : Ada pengaruh positif budaya terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS.

5. Dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM) pada *ekternal variabel* menerangkan bahwa salah satu faktor penerimaan teknologi berdasarkan pada Promosi. Dalam penelitian Laila (2022) menghasilkan variabel promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan untuk menggunakan dompet elektronik shopeepay. Selain itu penelitian yang dilakukan Luthfi (2021) menghasilkan Promosi cashback berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa. Dari beberapa penelitian terdahulu yang menghasilkan bahwa promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan.

Ha<sub>5</sub> : Ada pengaruh positif promosi terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS.

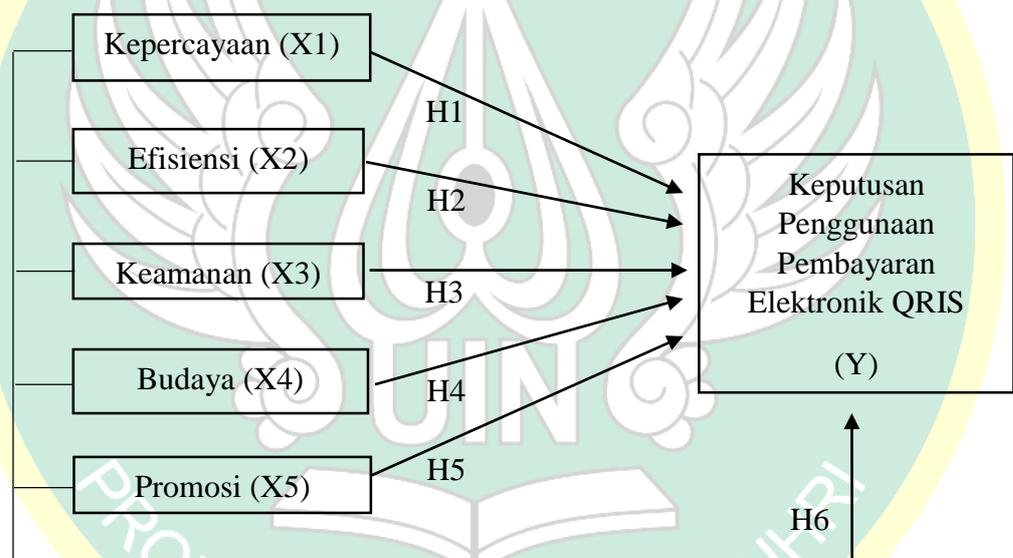
6. Dalam penelitian Wirda (2022) menghasilkan variabel kepercayaan dan budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

menggunakan QRIS. Penelitian Widayanti (2022) variabel efisiensi quick response Indonesian standard (QRIS) memiliki pengaruh dan dapat menjadi penguat untuk lebih yakin dalam penggunaan QRIS dan pada penelitian Laila (2022) yang menghasilkan variabel keamanan dan promosi memiliki pengaruh keputusan pemanfaatan dompet elektronik shopeepay. Dari beberapa penelitian menghasilkan pengaruh terhadap keputusan penggunaan.

Ha<sub>6</sub> : Ada pengaruh positif kepercayaan, efisiensi, keamanan, budaya dan promosi terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS.

## G. Kerangka Penelitian

Gambar 2 2 Kerangka Konseptual Penelitian



Sebagaimana kerangka konseptual di atas dapat diketahui pengaruh kepercayaan (X1), efisiensi (X2), keamanan (X3), budaya (X4) dan promosi (X5) terhadap keputusan penggunaan sebagai variabel (Y) yang saling berkaitan satu dengan yang lain.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) dengan metode pendekatan kuantitatif. Metodologi kuantitatif berbasis positivis ini menggunakan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data dari populasi, menerapkan teknik pengambilan suatu sampel yang acak, dan melakukan analisis data menggunakan metode kuantitatif dan statistik untuk menilai hipotesis yang disiapkan (Sugiyono, 2017).

#### B. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian wilayahnya di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, karena penggunaan pembayaran elektronik banyak dilakukan oleh generasi Milenial Gen Z dan Gen X yang saat ini menjadi mahasiswa, alasan mahasiswa sebagai responden karena tingkat literasi dan inklusi keuangannya memiliki potensi besar sebagai penggerak perekonomian Indonesia baik dari segi jumlah populasi, karakter dan tingkat literasi serta inklusi keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2019). Berhubungan dengan itu dilansir dari media katadata.com (2023) oleh *Research Director Customer Experience IPASOS Indonesia*, Olivia Samosir menyatakan dalam penelitiannya menyatakan bahwa telah tercatat angka sebanyak 68% pengguna pembayaran elektronik merupakan generasi yang berasal dari anak muda (milenial dan Z). Dengan waktu penelitian ini adalah dari bulan Januari 2023 sampai dengan Juni 2023.

#### C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yaitu kumpulan dari berbagai dalam bentuk fenomena, suatu benda atau seseorang dan memiliki kesamaan sifat dan menjadi fokus peneliti karena merupakan kajian yang bersifat universal (Ferdinand, 2014). Populasi penelitian ini yaitu mahasiswa aktif UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sejumlah 12.667 mahasiswa.

Sampel yaitu bagian dari suatu populasi yang didalamnya ada dari sejumlah anggota dalam populasi. Peneliti dilibatkan karena tidak mungkin mempelajari semua anggota populasi. Sampel ini mewakili populasi (Ferdinand, 2014). Untuk menentukan sampel penelitian, peneliti melakukan teknik *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Non-Probability Sampling adalah penentuan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan bagi setiap anggota populasi untuk dimasukkan dalam sampel penelitian. Menurut Sujarwat (2021), *Purposive Sampling* yaitu teknik yang digunakan dalam menentukan sampel yang berdasarkan pada suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Mahasiswa aktif UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- 2) Mahasiswa yang pernah menggunakan QRIS.
- 3) Mahasiswa yang mengisi kuesioner dengan lengkap.

Selanjutnya dalam menentukan jumlah sampel, dengan menggunakan formula Slovin yaitu menggunakan taraf signifikansi atau kesalahan yang berkisar antara 5% atau 10%. Taraf signifikansi merupakan angka dimana menunjukkan peluang kesalahan atau kekeliruan dapat ditoleransi yang ditetapkan oleh peneliti dalam mengambil keputusan untuk mendukung atau menolak hipotesis 0, rumus slovin sebagai berikut :

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

Keterangan rumus di atas:

- $n$  : Sampel  
 $N$  : Populasi  
 $E$  : Taraf kesalahan 5%

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

$$n = \frac{12.667}{1 + 12.667(5\%)^2}$$

$$n = \frac{12.667}{1 + 12.667(0,0025)}$$

$$n = \frac{12.667}{1 + 31,667}$$

$$n = \frac{12.667}{32,667} = 387,7 = 388 \text{ sampel}$$

Dengan menghitung rumus di atas maka penelitian terdapat populasi sebanyak 12.667 mahasiswa dan menggunakan taraf signifikansi 5%. Maka dari itu, hasil perhitungan dengan rumus slovin yaitu berjumlah 387,7 atau dibulatkan menjadi 388 mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

#### D. Variabel dan Indikator Penelitian

Sugiyono (2015) menyebutkan variabel penelitian merupakan jenis orang, objek atau peristiwa yang menunjukkan variasi tertentu dan akan diidentifikasi oleh peneliti, teliti dan tarik kesimpulan. Variabel yang digunakan, sebagai berikut :

##### a. Variabel Bebas (*Independen*)

Variabel ini disebut sebagai variabel X. Variabel independen penelitian ini terdiri dari kepercayaan, efisiensi, keamanan, budaya dan promosi.

##### b. Variabel Terikat (*Dependen*)

Dapat disebut sebagai variabel Y. Variabel Dependen penelitian ini yaitu keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS pada mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

##### c. Indikator Penelitian

**Tabel 3 1 Indikator Penelitian**

No	Varibel	Definisi	Indikator
----	---------	----------	-----------

1.	Kepercayaan	Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) mencerminkan kredibilitas, yang mempengaruhi orientasi konsumen dalam jangka panjang, tetapi persepsi risiko yang terkait dengan tingkat peluang perusahaan menurun.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kredibilitas (<i>Credibility</i>)</li> <li>2. Benevolence.</li> <li>3. Competence (kompetensi), (Ganesan dan Shankar, 1994)</li> </ol>
2.	Efisiensi	Bentuk kepraktisan dalam pembayaran modern yang berbasis teknologi (waktu, biaya dan usaha) dalam menggunakan pembayaran elektronik QRIS.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hemat dalam segi waktu.</li> <li>2. Hemat dalam segi energi.</li> <li>3. Hemat dalam segi biaya (Mulyadi, 2007)</li> </ol>
3.	Keamanan	Hal tersebut merupakan indikasi bahwa Pengguna meyakini bahwa informasi pribadi Pengguna akan dijaga kerahasiaannya dan tidak akan disimpan atau diolah oleh pihak lain yang tidak berwenang untuk melakukan transaksi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kerahasiaan.</li> <li>2. Privasi.</li> <li>3. Authentication.</li> <li>4. Meminimalisir virus.</li> <li>5. Keaslian.</li> </ol> <p>(Sudjatmika, 2017)</p>
4.	Budaya	Budaya itu menyangkut pengamatan menyeluruh terhadap ciri-ciri seluruh masyarakat, termasuk pengetahuan tentang bahasa, teknologi, pengetahuan, hukum, seni, pola kerja, produk, dan lain-lain yang menunjukkan keistimewaan masyarakat itu.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akses internet (<i>Internet Access</i>).</li> <li>2. Pengalaman menggunakan komputer (<i>Experience in Using Computer</i>).</li> <li>3. Tingkat edukasi atau pengetahuan (<i>Level of Education</i>).</li> </ol> <p>(Fahmi, 2016)</p>
5.	Promosi	pengambilan keputusan bisa terjadi karena penawaran yang	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iklan online melalui media sosial</li> </ol>

		dilakukan dari pihak penyedia jasa yang diperuntukan kepada calon konsumen atau pihak yang membutuhkan jasa.	2. Pemberian diskon (potongan harga). 3. Memberikan hadiah kepada pelanggan. (Khanfar, 2016)
6.	Keputusan penggunaan	keputusan pembelian merupakan tindakan dari seorang konsumen untuk ingin atau tidak dalam melakukan pembelian terhadap sebuah produk. Sehingga hal ini membuat keputusan pembelian sebagai salah satu bagian dari perilaku konsumen.	1. Pengenalan masalah. 2. Pencarian Informasi, 3. Penilaian Alternatif. 4. Perilaku Pasca penggunaan (Kotler dan Keller, 2012)

## E. Pengumpulan Data Penelitian

### 1. Sumber Data

#### a. Data Primer

Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada seluruh mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang pernah menggunakan QRIS.

#### b. Data Sekunder

Data ini diperoleh dari data selain kuesioner baik berupa data dari jurnal, buku, akademik UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sumber online seperti situs resmi Bank Indonesia.

### 2. Teknis Pengumpulan Data

Terdapat 3 teknik pengumpulan data pada penelitian ini diantaranya :

#### a. Kuesioner (Angket)

Teknik pengumpulan data diperoleh dari penyebaran kuesioner dari peneliti secara online yang diisi oleh mahasiswa aktif UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto melalui Google form. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data diperoleh dengan metode

angket atau kuesioner dengan jenis pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner berupa skala, dimana skala pengukurannya adalah skala Likert.

**Tabel 3 2 Tabel Skala Likert**

<b>Skor</b>	<b>Pilihan Jawaban</b>
Skala 1	Sangat Tidak Setuju (STS)
Skala 2	Tidak Setuju (TS)
Skala 3	Ragu-Ragu (R)
Skala 4	Setuju (S)
Skala 5	Sangat Setuju (SS)

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data untuk melengkapi data penelitian yang dikumpulkan pada wawancara awal untuk mempelajari lebih lanjut tentang masalah di daerah ini. Peneliti menggunakan teknik wawancara langsung kepada beberapa mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pencarian informasi tentang subjek penelitian dalam bentuk file atau arsip. Penelitian ini menggunakan data arsip dari catatan mahasiswa aktif UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

## F. Analisis Data Penelitian

### 1. Uji validitas dan Uji reliabilitas

#### a. Uji validitas.

Menurut Ghozali (2013), uji validitas memiliki tujuan dalam menilai pertanyaan survei tersebut valid atau tidak. Sebuah angket dikatakan valid apabila pertanyaan atau pernyataan tersebut dapat menjelaskan sesuatu yang dinilai dalam polling tersebut. Menggunakan rumus korelasi *Product Moment* :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan dari rumus di atas:

- rx<sub>y</sub> : Koefisien korelasi
- X : Nilai total jawaban masing-masing nomor responden
- Y : Total butir dari jawaban responden
- x : Jumlah skor butir
- y : Jumlah skor total
- N : Jumlah sampel

Uji ini dilakukan untuk mengambil keputusan pada pernyataan dalam kuesioner dikatakan valid, dengan tingkat signifikansi sebesar 95% atau 0,05 :

- 1) Jika nilai r hitung > r tabel, maka pernyataan valid.
- 2) Jika r hitung < r tabel, maka pernyataan tidak valid.

#### b. Uji reliabilitas

Menurut Ghozali (2013), uji reliabilitas merupakan alat yang memiliki tujuan untuk mengevaluasi kuesioner sebagai indikator variabel penelitian. Dianggap reliabel apabila jawaban dari responden dapat tetap konsisten dari waktu ke waktu.

Pengujian menggunakan *Cronbach' Alpha* yaitu jika  $\alpha > 0,6$  maka instrumen disebut reliabel :

$$r = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

## 2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dalam mengetahui signifikansi dari semua variabel terkait dalam model penelitian.

### a. Rank Spearman

Uji korelasi rank Spearman dilakukan untuk mencari korelasi hubungan antara dua variabel (hubungan *bivariat*), yang mana dari dua variabel tersebut dikorelasikan dalam skala ordinal sehingga dimungkinkan peringkat (ranking). Uji Rank Spearman digunakan untuk menguji hipotesis korelasi menggunakan skala pengukuran variabel minimal ordinal (Sugiharti, 2021) dengan rumus :

$$r = 1 - \frac{6 \sum \frac{N}{t} = 1di^2}{N^3 - N}$$

Keterangan rumus di atas :

- r : Koefisien korelasi rank spearman
- d : Perbedaan pasangan peringkat
- n : Jumlah sampel

Menurut Masumah (2019), pedoman dalam memberikan interpretasi koefisien korelasi yaitu :

- 0,00-0,25 : Hubungan sangat lemah
- 0.26-0,50 : Hubungan cukup
- 0,51-0,75 : Hubungan kuat
- 0,76-0,99 : Hubungan sangat kuat
- 1,00 : sangat sempurna

### b. Kendall's W test (*Konkordansi Kendall W*)

Menurut S.F Anggun (2021), Koefisien Konkordansi Kendall W berguna untuk menemukan korelasi antara dua atau lebih variabel independen dengan dependen secara bersama-sama. Uji untuk mengetahui keselarasan atau kesepakatan dari responden, keselarasan (konkordansi) diberikan nilai seperti korelasi dimana 0 sampai 1. Apabila 0 maka responden tidak selaras sedangkan jika 1 maka responden selaras. Nilai 0,5 dianggap sebagai tingkat keselarasan cukup tinggi

$$W = \frac{\delta}{1/12k^2n^3 - N}$$

Keterangan rumus di atas :

W : Koefisien korelasi konkordansi Kendal w

S : Jumlah kuadrat deviasi observasi dari mean

R<sub>j</sub>, jadi  $S = \sum \left( R_j - \frac{\sum R_j}{N} \right)^2$

K : Banyaknya himpunan ranking penjenjang, misalnya banyak penilai

R<sub>j</sub> : Jumlah ranking yang diberikan

N : Banyak individu yang diberi ranking 1/2

$k^2(N^3 - N)$ : jumlah S yang dapat terjadi dengan adanya kecocokan sempurna diantara k raning

### c. Regresi Ordinal

Menurut S.F Anggun (2021), analisis uji regresi ordinal dilakukan disebabkan data yang akan diuji ini adalah skala ukuran ordinal. Tujuan analisis ini yaitu untuk mendapatkan teknik yang tepat dan sederhana dapat mencerminkan hubungan antara variabel

independen dan variabel dependen. Regresi Rumus ordinal sebagai berikut :

$$\text{logit}(p_1) = \text{Log} \frac{p_1}{1 - p_1} = \alpha_1 + \beta X$$

$$\text{logit}(p_1 + p_2) = \text{Log} \frac{p_1 + p_2}{1 - p_1 - p_2} = \alpha_1 + \beta X$$

$$\text{logit}(p_1 + p_2 + \dots + p_k)$$

$$= \text{Log} \frac{p_1 + p_2 + \dots + p_k}{1 - p_1 - p_2 - \dots - p_k}$$

$$= \alpha_1 + \beta X$$

Keterangan rumus diatas :

P1 : Probabilitas rendah

P2 : Probabilitas sedang

P3 : Probabilitas tinggi



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Subyek Penelitian**

##### **1. Sejarah UIN Prof K.H. Saifuddin zuhri Purwokerto**

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang sebelumnya merupakan IAIN (Institut Agama Islam Negeri) Purwokerto pada tanggal 11 Mei 2021 telah beralih status dari IAIN menjadi UIN. UIN (Universitas Islam Negeri) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto merupakan perguruan tinggi islam berada di Purwokerto. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto berada di bawah Kementerian Agama (Kemenag) Republik Indonesia (RI) yang memiliki Pendidikan Tinggi setingkat Sarjana S1, Magister S2 dan Doktor S3. Jumlah mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto telah mencapai 12.667. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto saat ini menyediakan program pendidikan pada 5 fakultas dengan 21 program sarjana dan 7 program pascasarjana. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto berada di Jl. Jendral Ahmad Yani No. 40A. Keranganjing, Purwanegara, Purwokerto Utara.

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto berjumlah 12.667 mahasiswa yang terdiri dari 2.487 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2.133 mahasiswa Fakultas Syariah, 2.424 Fakultas Dakwah, 4.395 Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, 782 mahasiswa Fakultas Ushuludin Adab dan Humaniora dan 446 mahasiswa Program Pasca Sarjana.

##### **2. Visi dan Misi UIN Prof K.H. Saifuddin zuhri Purwokerto**

a. Visi :

Menjadi Universitas Islam yang unggul, progresif, dan integratif dalam pengembangan ilmu, teknologi dan seni di ASEAN Tahun 2040.

b. Misi :

- 1) Mengembangkan pendidikan akademik, vokasi, dan profesi yang berkualitas dalam pengembangan ilmu, teknologi dan seni.
- 2) Menyelenggarakan penelitian yang inovatif dan integratif berbasis nilai keislaman, lokalitas dan keindonesiaan.
- 3) Melakukan transformasi masyarakat sesuai dengan nilai keislaman, lokalitas, keindonesiaan dan perkembangan global.
- 4) Membangun kerja sama yang produktif dan kolaboratif dalam pengembangan ilmu, teknologi, dan seni.
- 5) Mewujudkan tata kelola kelembagaan secara profesional berstandar nasional dan internasional.

**B. Karakteristik Responden**

Dalam proses penelitian berdasarkan pada penyebaran kuesioner yang telah dilakukan dan memperoleh data berjumlah 388 responden. Penyebaran kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah nama responden, Jenis Kelamin, Usia dan Fakultas. Berikut ini hasil dari identifikasi karakteristik responden yang telah dikumpulkan berdasarkan hasil dari kuesioner yaitu :

**Tabel 4 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Perempuan	284	73%
2.	Laki-laki	104	27%
Jumlah		388	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Dapat dilihat berdasarkan tabel 4.1 bahwa jumlah responden penelitian berjenis kelamin perempuan berjumlah 284 orang dengan skala persentase sebesar 73%, kemudian responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 104 orang dengan skala persentase sebesar 27%. Dari tabel

tersebut maka disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

**Tabel 4 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	8-23 tahun (Gen Z)	366	94%
2.	24-39 tahun (Generasi Milenial)	20	5%
3	40-55 tahun (Generasi X)	2	1%
Jumlah		388	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Dapat dilihat pada tabel 4.2 mengenai karakteristik responden berdasarkan usia, bahwa terdapat responden umur 8-23 tahun (Generasi Z) berjumlah 366 orang dengan skala persentase 94%, responden berdasarkan usia 24-39 tahun (Milenial) berjumlah 20 orang dengan skala persentase 5% dan responden berdasarkan usia 40-55 tahun (Generasi X) berjumlah 2 orang dengan skala persentase 1% . Dari tabel tersebut maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini dengan rentang usia 8-23 tahun atau masuk dalam generasi Z.

**Tabel 4 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas**

No.	Fakultas	Frekuensi	Persentase
1.	Ekonomi dan Bisnis Islam	174	45%
2.	Syariah	50	13%
3.	Dakwah	46	12%
4.	Tarbiyah dan Ilmu Keguruan	58	14%
5.	Ushuludin Adab dan Humaniora	38	10%
6.	Program Pasca Sarjana (S2)	19	5%
7.	Program Pasca Sarjana (S3)	3	1%
Jumlah		388	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Dapat dilihat pada tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan asal fakultas diketahui bahwa responden berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berjumlah 174 orang dengan skala persentase 45%, Fakultas Syariah berjumlah 50 orang dengan skala persentase 13%, Fakultas Dakwah berjumlah 46 orang dengan skala persentase 12%, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan berjumlah 58 orang dengan skala persentase 14%, Fakultas Ushuludin Adab dan Humaniora berjumlah 38 orang dengan skala persentase 10%, Program Pasca Sarjana (S2) berjumlah 19 orang dengan skala persentase 5% dan Program Pasca Sarjana (S3) berjumlah 3 orang dengan skala persentase 1%. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden telah memenuhi syarat sampel dengan 338 responden dan persentase skala 100%.

### C. Distribusi Tanggapan Responden

Pengaruh kepercayaan, efisiensi, keamanan, budaya dan promosi terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS pada mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang didapat berdasarkan tanggapan hasil kuesioner. Berikut ini merupakan hasil tanggapan responden dan identifikasi tanggapan responden yang dijelaskan dalam :

- 1) Sangat tidak setuju : Skor 1
- 2) Tidak setuju : Skor 2
- 3) Ragu-ragu : Skor 3
- 4) Setuju : Skor 4
- 5) Sangat setuju : Skor 5

Selanjutnya dari masing-masing tanggapan dari responden akan dirinci dan berikut hasilnya :

## 1. Variabel Kepercayaan (X1)

**Tabel 4 4 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Kepercayaan**

Pertanyaan	Frekuensi					Total (Frekuensi Skor)	Rata- rata
	SS	S	RG	TS	STS		
	5	4	3	2	1		
<b>Butir 1</b>	127	193	66	0	2	1607	4,14
<b>Butir 2</b>	90	217	80	1	0	1560	4,02
<b>Butir 3</b>	143	202	33	9	1	1641	4,22
<b>Total</b>	360	612	179	10	3	4808	4,13

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.4 yang menunjukkan rata-rata jawaban responden berjumlah 4,13. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa responden setuju menggunakan tanggapan terkait pertanyaan mengenai variabel Kepercayaan.

## 2. Variabel Efisiensi (X2)

**Tabel 4 5 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Efisiensi**

Pertanyaan	Frekuensi					Total (Frekuensi Skor)	Rata- rata
	SS	S	RG	TS	STS		
	5	4	3	2	1		
<b>Butir 1</b>	205	151	32	0	0	1725	4,44
<b>Butir 2</b>	185	165	33	3	2	1692	4,36
<b>Butir 3</b>	122	160	92	12	2	1552	4
<b>Total</b>	512	476	157	15	4	4969	4,26

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.5 yang menunjukkan rata-rata jawaban responden berjumlah 4,26. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa responden setuju menggunakan tanggapan terkait pertanyaan mengenai variabel Efisiensi.

## 3. Variabel Keamanan (X3)

**Tabel 4 6 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Keamanan**

Pertanyaan	Frekuensi					Total (Frekuensi Skor)	Rata- rata
	SS	S	RG	TS	STS		
	5	4	3	2	1		
<b>Butir 1</b>	129	187	62	9	1	1598	4,11
<b>Butir 2</b>	119	190	74	2	3	1584	4,08
<b>Butir 3</b>	136	219	32	0	1	1653	4,26
<b>Butir 4</b>	145	199	42	1	1	1650	4,25
<b>Butir 5</b>	219	147	20	0	2	1745	4,49
<b>Total</b>	748	942	230	12	8	8230	4,24

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.6 yang menunjukkan rata-rata jawaban responden berjumlah 4,24. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa responden setuju menggunakan tanggapan terkait pertanyaan mengenai variabel Keamanan.

## 4. Variabel Budaya (X4)

**Tabel 4 7 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Budaya**

Pertanyaan	Frekuensi					Total (Frekuensi Skor)	Rata- rata
	SS	S	RG	TS	STS		
	5	4	3	2	1		
<b>Butir 1</b>	84	181	108	14	1	1497	3,85
<b>Butir 2</b>	111	233	43	0	1	1617	4,16
<b>Butir 3</b>	119	229	39	0	1	1629	4,19
<b>Total</b>	314	643	190	14	3	4743	4,07

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.7 yang menunjukkan rata-rata jawaban responden berjumlah 4,07. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa

responden setuju menggunakan tanggapan terkait pertanyaan mengenai variabel Budaya.

5. Variabel Promosi (X5)

**Tabel 4 8 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Promosi**

Pertanyaan	Frekuensi					Total (Frekuensi Skor)	Rata- rata
	SS	S	RG	TS	STS		
	5	4	3	2	1		
<b>Butir 1</b>	98	185	89	16	0	1529	3,94
<b>Butir 2</b>	60	182	134	8	4	1450	3,73
<b>Butir 3</b>	62	181	130	14	1	1453	3,74
<b>Total</b>	220	548	353	38	5	4432	3,80

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.8 yang menunjukkan rata-rata jawaban responden berjumlah 3,80. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa responden setuju menggunakan tanggapan terkait pertanyaan mengenai variabel Promosi.

6. Variabel Keputusan Penggunaan QRIS (Y)

**Tabel 4 9 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Keputusan Penggunaan QRIS**

Pertanyaan	Frekuensi					Total (Frekuensi Skor)	Rata- rata
	SS	S	RG	TS	STS		
	5	4	3	2	1		
<b>Butir 1</b>	138	195	55	0	0	1635	4,21
<b>Butir 2</b>	109	187	87	4	0	1563	4,02
<b>Butir 3</b>	131	188	68	1	0	1613	4,15
<b>Butir 4</b>	134	156	93	4	1	1582	4,07
<b>Total</b>	512	726	303	9	2	6393	4,11

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.9 yang menunjukkan rata-rata jawaban responden berjumlah 4,11. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa

responden setuju menggunakan tanggapan terkait pertanyaan mengenai variabel Keputusan Penggunaan QRIS.

## D. Hasil Penelitian

### 1. Uji Keabsahan Data

#### a. Uji Validitas

Dari uji validitas pada penelitian ini mendapatkan hasil yaitu :

##### 1) Variabel Kepercayaan (X1)

**Tabel 4 10 Validitas Variabel Kepercayaan**

No. Item	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel N=2, a-5%	Ket.
X1.1	0,876	0,0993	Valid
X1.2	0,870	0,0993	Valid
X1.3	0,851	0,0993	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah (Output SPSS 26), 2023

Berdasarkan pada tabel 4.10 yang menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel Kepercayaan memiliki korelasi r hitung lebih besar dari r tabel ( $r \text{ hitung} > 0,0993$ ) sehingga variabel ini valid.

##### 2) Variabel Efisiensi (X2)

**Tabel 4 11 Validitas Variabel Efisiensi**

No. Item	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel N=2, a-5%	Ket.
X2.1	0,753	0,0993	Valid
X2.2	0,808	0,0993	Valid
X2.3	0,769	0,0993	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah (Output SPSS 26), 2023

Berdasarkan pada tabel 4.11 yang menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel Efisiensi memiliki korelasi r hitung

lebih besar dari r tabel ( $r \text{ hitung} > 0,0993$ ) sehingga variabel ini valid.

3) Variabel Keamanan (X3)

**Tabel 4 12 Validitas Variabel Keamanan**

No. Item	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel N=2, a-5%	Ket.
X3.1	0,840	0,0993	Valid
X3.2	0,797	0,0993	Valid
X3.3	0,748	0,0993	Valid
X3.4	0,833	0,0993	Valid
X3.5	0,630	0,0993	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah (Output SPSS 26), 2023

Berdasarkan pada tabel 4.12 yang menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel Keamanan memiliki korelasi r hitung lebih besar dari r tabel ( $r \text{ hitung} > 0,0993$ ) sehingga variabel ini valid.

4) Variabel Budaya (X4)

**Tabel 4 13 Validitas Variabel Budaya**

No. Item	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel N=2, a-5%	Ket.
X4.1	0,805	0,0993	Valid
X4.2	0,859	0,0993	Valid
X4.3	0,792	0,0993	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah (Output SPSS 26), 2023

Berdasarkan pada tabel 4.13 yang menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel Budaya memiliki korelasi r hitung lebih besar dari r tabel ( $r \text{ hitung} > 0,0993$ ) sehingga variabel ini valid.

## 5) Variabel Promosi (X5)

**Tabel 4 14 Validitas Variabel Promosi**

No. Item	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel N=2, a-5%	Ket.
X5.1	0,667	0,0993	Valid
X5.2	0,827	0,0993	Valid
X5.3	0,837	0,0993	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah (Output SPSS 26), 2023

Berdasarkan pada tabel 4.14 yang menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel Promosi memiliki korelasi r hitung lebih besar dari r tabel ( $r \text{ hitung} > 0,0993$ ) sehingga variabel ini valid.

## 6) Variabel Keputusan Penggunaan Pembayaran Elektronik QRIS (Y)

**Tabel 4 15 Validitas Variabel Keputusan Penggunaan Pembayaran Elektronik QRIS**

No. Item	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel N=2, a-5%	Ket.
Y.1	0,907	0,0993	Valid
Y.2	0,838	0,0993	Valid
Y.3	0,862	0,0993	Valid
Y.4	0,843	0,0993	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah (Output SPSS 26), 2023

Berdasarkan pada tabel 4.15 yang menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel Keputusan Penggunaan memiliki korelasi r hitung lebih besar dari r tabel ( $r \text{ hitung} > 0,0993$ ) sehingga variabel ini valid.

## b. Uji Reliabilitas

Hasil dari uji reliabilitas memberikan gambaran terkait kebenaran nyata dalam penelitian ini. Peneliti dalam penelitian ini melakukan uji reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach Alpha*  $>0,6$ .

**Tabel 4 16 Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Ket
1.	Kepercayaan	0,832	Reliabel
2.	Efisiensi	0,660	Reliabel
3.	Keamanan	0,829	Reliabel
4.	Budaya	0,741	Reliabel
5.	Promosi	0,669	Reliabel
6.	Keputusan Penggunaan QRIS	0,881	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah (Output SPSS 26), 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.16 nilai *Cronbach Alpha* pada variabel kepercayaan menghasilkan 0,832, variabel efisiensi menghasilkan 0,660, variabel keamanan menghasilkan 0,829, variabel budaya menghasilkan 0,741, variabel promosi menghasilkan 0,669 dan variabel keputusan penggunaan QRIS menghasilkan 0,881. Hal itu menunjukkan bahwa semua item dalam penelitian ini dikatakan reliabel dengan *Cronbach Alpha*  $> 0,6$  dan dapat digunakan penelitian selanjutnya.

## 2. Pengujian Hipotesis

### a. Rank Spearman

Uji Rank Spearman ini memperoleh keterangan terkait hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam penelitian dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pada

pengujian ini yaitu apabila nilai sig(2-tailed) > 0,05 maka  $H_0$  diterima dan jika nilai sig (2-tailed) < 0,05 maka  $H_0$  tidak diterima.

**Tabel 4 17 Hasil Uji Rank Spearman**

		Correlations						
			KEPERCAYAAN	EFISIENSI	KEAMANAN	BUDAYA	PROMOSI	KEPUTUSAN PENGGUNAAN QRIS
Spearman's rho	KEPERCAYAAN	Correlation Coefficient	1,000	,303**	,388**	,311**	,306**	,361**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,000	,000
		N	388	388	388	388	388	388
	EFISIENSI	Correlation Coefficient	,303**	1,000	,412**	,357**	,303**	,365**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,000	,000
		N	388	388	388	388	388	388
	KEAMANAN	Correlation Coefficient	,388**	,412**	1,000	,280**	,258**	,425**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000	,000	,000
		N	388	388	388	388	388	388
	BUDAYA	Correlation Coefficient	,311**	,357**	,280**	1,000	,288**	,335**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,000	,000
		N	388	388	388	388	388	388
	PROMOSI	Correlation Coefficient	,306**	,303**	,258**	,288**	1,000	,325**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	.	,000
		N	388	388	388	388	388	388
	KEPUTUSAN PENGGUNAAN QRIS	Correlation Coefficient	,361**	,365**	,425**	,335**	,325**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	.
		N	388	388	388	388	388	388

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

Sumber: Data Primer yang diolah (Output SPSS 26), 2023

Pada tabel 4.17 yang menunjukkan nilai sig. (2-tailed) variabel kepercayaan (X1) yaitu menghasilkan  $0,000 < 0,05$  ini dapat disimpulkan bahwa  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{o1}$  ditolak, hal ini berarti terdapat hubungan signifikan antara kepercayaan (X1) dengan Keputusan Penggunaan QRIS (Y). Tingkat keeratan antara kedua

variabel ini adalah 0,361, hal ini mengidentifikasi adanya korelasi yang cukup antara kepercayaan (X1) dengan Keputusan Penggunaan QRIS (Y). Angka tersebut juga menunjukkan nilai positif dimana hal itu menunjukkan hubungan yang searah, sehingga semakin tinggi kepercayaan (X1) maka semakin tinggi pula keputusan penggunaan QRIS (Y), dan semakin rendah kepercayaan (X1) maka semakin rendah pula keputusan penggunaan QRIS (Y).

Selanjutnya variabel efisiensi (X2) yaitu menghasilkan nilai sig. (2-tailed)  $0,000 < 0,05$  ini dapat disimpulkan bahwa  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{o2}$  ditolak, hal ini berarti terdapat hubungan signifikan antara efisiensi (X2) dengan Keputusan Penggunaan QRIS (Y). Tingkat keeratan antara kedua variabel ini adalah 0,365, hal ini mengidentifikasi adanya korelasi yang cukup antara efisiensi (X2) dengan Keputusan Penggunaan QRIS (Y). Angka tersebut juga menunjukkan nilai positif dimana hal itu menunjukkan hubungan yang searah, sehingga semakin tinggi efisiensi (X2) maka semakin tinggi pula keputusan penggunaan QRIS (Y), dan semakin rendah efisiensi (X2) maka semakin rendah pula keputusan penggunaan QRIS (Y).

Pada variabel keamanan (X3) yaitu menghasilkan nilai sig. (2-tailed)  $0,000 < 0,05$  ini dapat disimpulkan bahwa  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{o3}$  ditolak, hal ini berarti terdapat hubungan signifikan antara keamanan (X3) dengan Keputusan Penggunaan QRIS (Y). Tingkat keeratan antara kedua variabel ini adalah 0,425, hal ini mengidentifikasi adanya korelasi yang cukup antara keamanan (X3) dengan Keputusan Penggunaan QRIS (Y). Angka tersebut juga menunjukkan nilai positif dimana hal itu menunjukkan hubungan yang searah, sehingga semakin tinggi keamanan (X3) maka semakin tinggi pula keputusan penggunaan QRIS (Y), dan semakin rendah keamanan (X3) maka semakin rendah pula keputusan penggunaan QRIS (Y).

Pada variabel budaya (X4) yaitu menghasilkan nilai sig. (2-tailed)  $0,000 < 0,05$  ini dapat disimpulkan bahwa  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{o3}$  ditolak, hal ini berarti terdapat hubungan signifikan antara budaya (X4) dengan Keputusan Penggunaan QRIS (Y). Tingkat keeratan antara kedua variabel ini adalah 0,335, hal ini mengidentifikasikan adanya korelasi yang cukup antara budaya (X4) dengan Keputusan Penggunaan QRIS (Y). Angka tersebut juga menunjukkan nilai positif dimana hal itu menunjukkan hubungan yang searah, sehingga semakin tinggi budaya (X4) maka semakin tinggi pula keputusan penggunaan QRIS (Y), dan semakin rendah budaya (X4) maka semakin rendah pula keputusan penggunaan QRIS (Y).

Pada variabel promosi (X5) yaitu menghasilkan nilai sig. (2-tailed)  $0,000 < 0,05$  ini dapat disimpulkan bahwa  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{o3}$  ditolak, hal ini berarti terdapat hubungan signifikan antara promosi (X5) dengan Keputusan Penggunaan QRIS (Y). Tingkat keeratan antara kedua variabel ini adalah 0,325, hal ini mengidentifikasikan adanya korelasi yang cukup antara promosi (X5) dengan Keputusan Penggunaan QRIS (Y). Angka tersebut juga menunjukkan nilai positif dimana hal itu menunjukkan hubungan yang searah, sehingga semakin tinggi promosi (X5) maka semakin tinggi pula keputusan penggunaan QRIS (Y), dan semakin rendah promosi (X5) maka semakin rendah pula keputusan penggunaan QRIS (Y).

**c. Uji Kendall's W (Konkordansi W)**

Uji Kendall's W ini digunakan untuk menentukan asosiasi dari nilai sampel yang diuji. Dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  tidak diterima. Hasil dari uji Kendall's W dalam penelitian ini dapat dijelaskan melalui tabel berikut ini:

**Tabel 4 18 Hasil Uji Kendall's W**

N	388
Kendall's W <sup>a</sup>	,742
Chi-Square	1440,340
df	5
Asymp. Sig.	,000

a. Kendall's Coefficient of  
Concordance table

Sumber: Data Primer yang diolah (Output SPSS 26), 2023

Pada tabel 4.18 menunjukkan nilai signifikansi 0,000 atau  $0,000 < 0,05$  oleh karena itu  $H_{a5}$  diterima dan  $H_{o5}$  tidak diterima. Maka kesimpulannya adalah variabel independen yaitu kepercayaan (X1), efisiensi (X2), keamanan (X3), budaya (X4) dan promosi (X4) secara bersama berpengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan penggunaan (Y) pada penggunaan QRIS Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Nilai pada pengujian Kendall's W ini adalah 0,742 artinya data yang diujikan mempunyai tingkat asosiasi yang tinggi karena nilainya lebih dari 0,5.

#### **d. Regresi Regresi Ordinal**

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis regresi ordinal. Uji regresi ordinal memiliki fungsi yaitu untuk memahami besarnya pengaruh pada variabel kepercayaan (X1), efisiensi (X2), keamanan (X3), budaya (X4) dan promosi (X5) terhadap variabel keputusan penggunaan (Y). Hasil analisis regresi ordinal yang dijelaskan pada tabel berikut ini.

**Tabel 4 19 Hasil Uji Regresi Ordinal**

		<b>N</b>	<b>Marginal Percentage</b>
KEPUTUSAN PENGUNAAN QRIS	Ragu-ragu	51	13,1%
	Setuju	205	52,8%
	Sangat Setuju	132	34,0%
KEPERCAYAAN	Ragu-ragu	46	11,9%
	Setuju	226	58,2%
	Sangat Setuju	116	29,9%
EFISIENSI	Ragu-ragu	32	8,2%
	Setuju	204	52,6%
	Sangat Setuju	152	39,2%
KEAMANAN	Ragu-ragu	30	7,7%
	Setuju	235	60,6%
	Sangat Setuju	123	31,7%
BUDAYA	Ragu-ragu	45	11,6%
	Setuju	256	66,0%
	Sangat Setuju	87	22,4%
PROMOSI	Ragu-ragu	131	33,8%
	Setuju	203	52,3%
	Sangat Setuju	54	13,9%
Valid		388	100,0%
Missing		0	
Total		388	

Sumber: Data Primer yang diolah (Output SPSS 26), 2023

Pada tabel 4.19 yang menunjukkan banyaknya data yang diolah berjumlah 388 data dan dapat diketahui bahwa terdapat nilai 0 missing dan 100% valid. Berdasarkan pada hasil data dari 388 responden, dapat dilihat pada variabel keputusan penggunaan (Y) dengan kategori sangat tidak setuju berjumlah 0 orang dengan skala persentase 0%, tidak setuju berjumlah 0 orang dengan skala persentase 0%, ragu-ragu berjumlah 51 orang dengan skala persentase 13,1%, setuju berjumlah 205 orang dengan skala persentase 52,8% dan sangat setuju berjumlah 132 orang dengan skala persentase 34,0%.

Selanjutnya pada variabel kepercayaan (X1) dengan kategori sangat tidak setuju yang berjumlah 0 orang dengan skala

persentase 0%, tidak setuju berjumlah 0 orang dengan skala persentase 0%, ragu-ragu berjumlah 46 orang dengan skala persentase 11,9%, setuju berjumlah 226 orang dengan skala persentase 58,2% dan sangat setuju berjumlah 116 orang dengan skala persentase 29,9%.

Kemudian pada variabel efisiensi (X2) dengan kategori sangat tidak setuju berjumlah 0 orang dengan skala persentase 0%, tidak setuju berjumlah 0 orang dengan skala persentase 0%, ragu-ragu berjumlah 32 orang dengan skala persentase 8,2%, setuju berjumlah 204 orang dengan skala persentase 52,6% dan sangat setuju berjumlah 152 orang dengan skala persentase 39,2%.

Kemudian selanjutnya pada variabel keamanan (X3) dengan kategori sangat tidak setuju berjumlah 0 orang dengan skala persentase 0%, tidak setuju berjumlah 0 orang dengan skala persentase 0%, ragu-ragu berjumlah 30 orang dengan skala persentase 7,7%, setuju berjumlah 235 orang dengan skala persentase 60,6% dan sangat setuju berjumlah 123 orang dengan skala persentase 31,7%.

Lalu pada variabel budaya (X4) dengan kategori sangat tidak setuju berjumlah 0 orang dengan skala persentase 0%, tidak setuju berjumlah 0 orang dengan skala persentase 0%, ragu-ragu berjumlah 45 orang dengan skala persentase 11,6%, setuju berjumlah 256 orang dengan skala persentase 66,0% dan sangat setuju berjumlah 87 orang dengan skala persentase 22,4%.

Dan yang terakhir pada variabel promosi (X5) dengan kategori sangat tidak setuju berjumlah 0 orang dengan skala persentase 0%, tidak setuju berjumlah 0 orang dengan skala persentase 0%, ragu-ragu berjumlah 131 orang dengan skala persentase 33,8%, setuju berjumlah 203 orang dengan skala

persentase 52,3% dan sangat setuju berjumlah 54 orang dengan skala persentase 13,9%.

**Tabel 4 20 Hasil Uji Regresi Ordinal**

Model Fitting Information				
Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	462,109			
Final	318,307	143,802	10	,000

Link function: Logit.

Sumber: Data Primer yang diolah (Output SPSS 26), 2023

Berdasarkan pada tabel 4.20 yang menunjukkan keterangan apakah model regresi ordinal yang digunakan signifikan atau tidak. Sesuai dasar keputusan tersebut, yaitu jika nilai signifikansi  $>$  alpha 0,05 maka model tidak signifikan dan jika nilai signifikansi  $<$  alpha 0,05 maka model signifikan.

Nilai  $-2 \log$  *likelihood* awal (*intercept only*) tidak menggunakan variabel independen adalah 462,109. Dan apabila dengan memasukan variabel independen berubah menjadi 318,307. Transformasi penurunan pada nilai ini adalah 143,802 yang merupakan nilai *Chi-Square* dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$  oleh karena itu model regresi ordinal yang digunakan adalah signifikan dan layak digunakan pada model variabel independennya (*final model*).

**Tabel 4 21 Hasil Uji Regresi Ordinal**

Goodness-of-Fit			
	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	325,157	194	,000
Deviance	218,980	194	,105

Link function: Logit.

Sumber: Data Primer yang diolah (Output SPSS 26), 2023

Berdasarkan pada tabel 4.21 yang menunjukkan keterangan pengujian terkait seberapa cocok model dengan data. Sesuai pada dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikansi  $>$  alpha 0,05 maka model signifikan dan jika nilai signifikansi  $<$  alpha 0,05 maka model tidak signifikan.

Tabel di atas ini menunjukkan nilai pearson yaitu 325,157 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai Deviance yaitu 218,980 dengan tingkat signifikansi  $0,105 > 0,05$ . Berdasarkan pada hasil uji tersebut maka model dapat dikatakan layak digunakan.

**Tabel 4 22 Hasil Uji Regresi Ordinal**

Pseudo R-Square	
Cox and Snell	,310
Nagelkerke	,362
McFadden	,191

Link function: Logit.

Sumber: Data Primer yang diolah (Output SPSS 26), 2023

Berdasarkan pada tabel 4.22 yang menunjukkan hasil perhitungan koefisien determinasi atau keterangan terkait variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. Pada tabel tersebut nilai Nagelkerke memberikan nilai sebesar 0,362, ini menjelaskan bahwa variabel independen yakni kepercayaan (X1), efisiensi (X2), keamanan (X3), budaya (X4) dan promosi (X5 yang nilainya 36,2%. Dan sisanya yaitu 63,8% yang dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Tabel 4 23 Hasil Uji Regresi Ordinal

Parameter Estimates								
		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Dependen	[Y=3]	-6,017	,526	130,994	1	,000	-7,048	-4,987
	[Y=4]	-2,749	,450	37,373	1	,000	-3,630	-1,867
Independen	[X1=3]	-1,247	,395	9,949	1	,002	-2,022	-,472
	[X1=4]	-,721	,259	7,751	1	,005	-1,228	-,213
	[X1=5]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	[X2=3]	-1,418	,461	9,454	1	,002	-2,322	-,514
	[X2=4]	-,722	,247	8,569	1	,003	-1,206	-,239
	[X2=5]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	[X3=3]	-1,462	,480	9,299	1	,002	-2,402	-,522
	[X3=4]	-,678	,259	6,869	1	,009	-1,184	-,171
	[X3=5]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	[X4=3]	-1,140	,420	7,375	1	,007	-1,963	-,317
	[X4=4]	-,700	,292	5,733	1	,017	-1,273	-,127
	[X4=5]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	[X5=3]	-1,820	,418	18,964	1	,000	-2,640	-1,001
	[X5=4]	-1,462	,395	13,677	1	,000	-2,237	-,687
	[X5=5]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

Sumber: Data Primer yang diolah (Output SPSS 26), 2023

Pada tabel 4.23 yang menunjukkan bahwa setiap efek dari koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak. Ketentuan yang ada pada parameter ini yaitu apabila nilai pada kolom signifikansi jika  $< \alpha 0,05$  maka model signifikan dan nilai signifikansi  $> \alpha$

0,05 maka model tidak signifikan. Berdasarkan pada tabel di atas maka dapat dijelaskan nilai signifikansi pada variabel kepercayaan (X1) sebesar  $0,002 < 0,05$  yang diartikan variabel kepercayaan (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y).

Selanjutnya pada nilai signifikansi variabel efisiensi (X2) sebesar  $0,002 < 0,05$  yang diartikan variabel efisiensi (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y). Kemudian nilai signifikansi variabel keamanan (X3) sebesar  $0,002 < 0,05$  yang diartikan variabel keamanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y). Lalu nilai signifikansi variabel budaya (X4) sebesar  $0,007 < 0,05$  yang diartikan variabel budaya (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y). Serta nilai signifikansi variabel promosi (X5) sebesar  $0,000 < 0,05$  yang diartikan variabel promosi (X5) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y).

#### **E. Pembahasan Hasil Penelitian**

##### **1. Pengaruh Kepercayaan (X1) terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian pada uji Rank Spearman bahwa variabel kepercayaan (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan QRIS. Hal itu dapat dinilai dari sig. (2-tailed) variabel kepercayaan (X1) sebesar  $0,000 < 0,05$  hal itu dapat diartikan bahwa adanya korelasi yang cukup antara kepercayaan (X1) terhadap keputusan penggunaan (Y), kesimpulannya adalah  $H_0$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Nilai koefisien regresi adalah 0,361 angka ini memiliki nilai positif dan mempunyai hubungan searah, sehingga apabila semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi juga keputusan penggunaan QRIS. Selain itu dapat dilihat juga dari hasil jawaban

responden yang memiliki rata-rata jawaban pada setiap indikator yaitu 4,13 yang artinya responden setuju bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS.

Kemudian pada hasil perhitungan regresi ordinal pada bagian *parameter estimates* menunjukkan pengaruh masing-masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak signifikan berdasarkan pada ketentuan nilai pada sig.  $< 0,05$  hasilnya signifikan. Dapat dilihat pada tabel tersebut bahwa nilai sig. variabel kepercayaan sebesar  $0,002 < 0,05$ , berarti variabel kepercayaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Jadi penelitian ini dapat disimpulkan yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan dengan keputusan penggunaan QRIS pada mahasiswa UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Hasil penelitian ini mendukung oleh penelitian terdahulu oleh Rosidah (2022) yang menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Selain itu, Saputri (2022) yang menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan

Sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) Faktor kepercayaan ini dapat diartikan bahwa konsumen percaya bahwa sistem dapat diandalkan baik sistemnya maupun perusahaannya. Berdasarkan teori dan temuan yang ada di lapangan bahwa dengan adanya kepercayaan maka akan senang menggunakan teknologi tersebut dan semakin mudah untuk melakukan aktivitasnya ketika melakukan pembayaran elektronik QRIS.

## 2. Pengaruh Efisiensi (X2) terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada uji Rank Spearman bahwa variabel Efisiensi (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan QRIS. Hal itu dapat dinilai dari sig. (2-tailed) variabel

Efisiensi (X2) sebesar  $0,000 < 0,05$  hal itu dapat diartikan bahwa adanya korelasi yang cukup antara Efisiensi (X2) terhadap keputusan penggunaan (Y), kesimpulannya adalah  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{o2}$  ditolak. Nilai koefisien regresi adalah 0,365 angka ini memiliki nilai positif dan mempunyai hubungan searah, sehingga apabila semakin tinggi efisiensi maka semakin tinggi juga keputusan penggunaan QRIS. Selain itu dapat dilihat juga dari hasil jawaban responden yang memiliki rata-rata jawaban pada setiap indikator yaitu 4,26 yang artinya responden setuju bahwa efisiensi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS pada mahasiswa UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Kemudian pada hasil perhitungan regresi ordinal pada bagian *parameter estimates* menunjukkan pengaruh masing-masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak signifikan berdasarkan pada ketentuan nilai pada  $sig. < 0,05$  hasilnya signifikan. Dapat dilihat pada tabel tersebut bahwa nilai  $sig.$  variabel efisiensi sebesar  $0,002 < 0,05$ , berarti variabel efisiensi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Jadi penelitian ini dapat disimpulkan yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara efisiensi dengan keputusan penggunaan QRIS pada mahasiswa UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu Novianti (2022) yang menyimpulkan bahwa efisiensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Selain itu, dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Evriyenni (2020) yang menyatakan bahwa efisiensi berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan mobile banking.

Sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) *perceived usefulness* mengacu pada seberapa jauh seseorang percaya penggunaan sistem dapat membantu kinerja mereka, sedangkan *perceived ease of use* mengacu pada seberapa jauh seseorang percaya

penggunaan sistem akan mempermudah mereka. Berdasarkan temuan di lapangan bahwa kecenderungan mahasiswa menggunakan teknologi pembayaran elektronik adalah persepsi terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi tersebut. Persepsi kemudahan merujuk pada keyakinan individu bahwa sistem pada teknologi informasi yang digunakan tidak merepotkan atau tidak membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan, dimana seorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi, meliputi mudah dipelajari, mudah mengerjakan, mudah meningkatkan keterampilan dan mudah dioperasikan pada sistem pembayaran elektronik QRIS.

### 3. Pengaruh Keamanan (X3) terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada uji Rank Spearman bahwa variabel Keamanan (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan QRIS. Hal itu dapat dinilai dari sig. (2-tailed) variabel Keamanan (X3) sebesar  $0,000 < 0,05$  hal itu dapat diartikan bahwa adanya korelasi yang cukup antara Keamanan (X3) terhadap keputusan penggunaan (Y), kesimpulannya adalah  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{o3}$  ditolak. Nilai koefisien regresi adalah 0,425 angka ini memiliki nilai positif dan mempunyai hubungan searah, sehingga apabila semakin tinggi keamanan maka semakin tinggi juga keputusan penggunaan QRIS. Selain itu dapat dilihat juga dari hasil jawaban responden yang memiliki rata-rata jawaban pada setiap indikator yaitu 4,24 yang artinya responden setuju bahwa keamanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS pada mahasiswa UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Kemudian pada hasil perhitungan regresi ordinal pada bagian *parameter estimates* menunjukkan pengaruh masing-masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak signifikan berdasarkan pada ketentuan nilai pada sig.  $< 0,05$  hasilnya signifikan. Dapat dilihat pada

tabel tersebut bahwa nilai sig. variabel keamanan sebesar  $0,002 < 0,05$ , berarti variabel keamanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan. Jadi penelitian ini dapat disimpulkan yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara keamanan dengan keputusan penggunaan QRIS pada mahasiswa UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu Rahmawati (2020) yang menyimpulkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Musfiroh (2019) menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) pada *external variable* yaitu keamanan terkait pada jaminan uang mereka yang tersimpan pada sistem pembayaran elektronik dan data pribadi saat mendaftarkan diri pada akun sistem pembayaran elektronik tersebut menjadi hal utama yang dipertimbangkan sebelum menggunakan sistem pembayaran elektronik QRIS serta jaminan yang jelas oleh Bank Indonesia (BI). Mahasiswa sebagai pengguna layanan merasa apabila semakin aman sistem untuk digunakan, maka akan semakin sering sistem pembayaran elektronik tersebut digunakan. Seperti yang dijelaskan pada indikator dan teori bahwa seseorang akan menggunakan suatu teknologi jika seseorang tersebut merasa terlindungi. Jadi, keamanan pada sistem pembayaran elektronik QRIS ini mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakannya.

#### 4. Pengaruh Budaya (X4) terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada uji Rank Spearman bahwa variabel Budaya (X4) berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan QRIS. Hal itu dapat dinilai dari sig. (2-tailed) variabel Budaya (X4) sebesar  $0,000 < 0,05$  hal itu dapat diartikan bahwa adanya korelasi yang cukup antara Budaya (X4) terhadap keputusan penggunaan (Y), kesimpulannya adalah  $H_{a4}$  diterima dan  $H_{o4}$  ditolak.

Nilai koefisien regresi adalah 0,335 angka ini memiliki nilai positif dan mempunyai hubungan searah, sehingga apabila semakin tinggi budaya maka semakin tinggi juga keputusan penggunaan QRIS. Selain itu dapat dilihat juga dari hasil jawaban responden yang memiliki rata-rata jawaban pada setiap indikator yaitu 4,07 yang artinya responden setuju bahwa budaya berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS pada mahasiswa UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Kemudian pada hasil perhitungan regresi ordinal pada bagian *parameter estimates* menunjukkan pengaruh masing-masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak signifikan berdasarkan pada ketentuan nilai pada sig.  $< 0,05$  hasilnya signifikan. Dapat dilihat pada tabel tersebut bahwa nilai sig. variabel budaya sebesar  $0,007 < 0,05$ , berarti variabel budaya memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Jadi penelitian ini dapat disimpulkan yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara budaya dengan keputusan penggunaan QRIS pada mahasiswa UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu Saputri (2022) yang menyimpulkan bahwa budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Selain itu, sejalan juga dengan hasil penelitian oleh Pintubipar (2019).

Sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) pada *external variable* yaitu Budaya yang berarti penentu dasar kemauan dan tingkah laku seseorang melalui lingkungan dan kebiasaan. Berkaitan dengan yang terjadi di kalangan mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Budaya dapat mempengaruhi penggunaan pada sistem pembayaran karena budaya mengikuti bagaimana lingkungan dan kebiasaan yang terjadi seperti penggunaan internet, dengan itu maka menggunakan pembayaran elektronik QRIS sudah menjadi kebiasaan dan melekat pada dirinya.

#### 5. Pengaruh Promosi (X5) terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada uji Rank Spearman bahwa variabel Promosi (X5) berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan QRIS. Hal itu dapat dinilai dari sig. (2-tailed) variabel Promosi (X5) sebesar  $0,000 < 0,05$  hal itu dapat diartikan bahwa adanya korelasi yang cukup antara Promosi (X5) terhadap keputusan penggunaan (Y), kesimpulannya adalah  $H_{a5}$  diterima dan  $H_{o5}$  ditolak. Nilai koefisien regresi adalah 0,325 angka ini memiliki nilai positif dan mempunyai hubungan searah, sehingga apabila semakin tinggi promosi maka semakin tinggi juga keputusan penggunaan QRIS. Selain itu dapat dilihat juga dari hasil jawaban responden yang memiliki rata-rata jawaban pada setiap indikator yaitu 3,80 yang artinya responden setuju bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS pada mahasiswa UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Kemudian pada hasil perhitungan regresi ordinal pada bagian *parameter estimates* menunjukkan pengaruh masing-masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak signifikan berdasarkan pada ketentuan nilai pada sig.  $< 0,05$  hasilnya signifikan. Dapat dilihat pada tabel tersebut bahwa nilai sig. variabel promosi sebesar  $0,000 < 0,05$ , berarti variabel promosi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Jadi penelitian ini dapat disimpulkan yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi dengan keputusan penggunaan QRIS pada mahasiswa UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu Durry (2022) yang menyimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Selain itu, Widiyanti (2020) yang menyatakan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) pada *external variable* yaitu Promosi dan didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler mendefinisikan promosi sebagai suatu kegiatan yang oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen agar membeli (Freddy, 2009). Yang terjadi banyak mahasiswa UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang tertarik menggunakan metode pembayaran elektronik QRIS karena promosi seperti diskon atau *cashback* yang ditawarkan. Dapat disimpulkan semakin tinggi/semakin baik promosi yang dilakukan oleh sistem pembayaran elektronik QRIS maka akan semakin tinggi tingkat keputusan penggunaan yang dilakukan oleh konsumen.

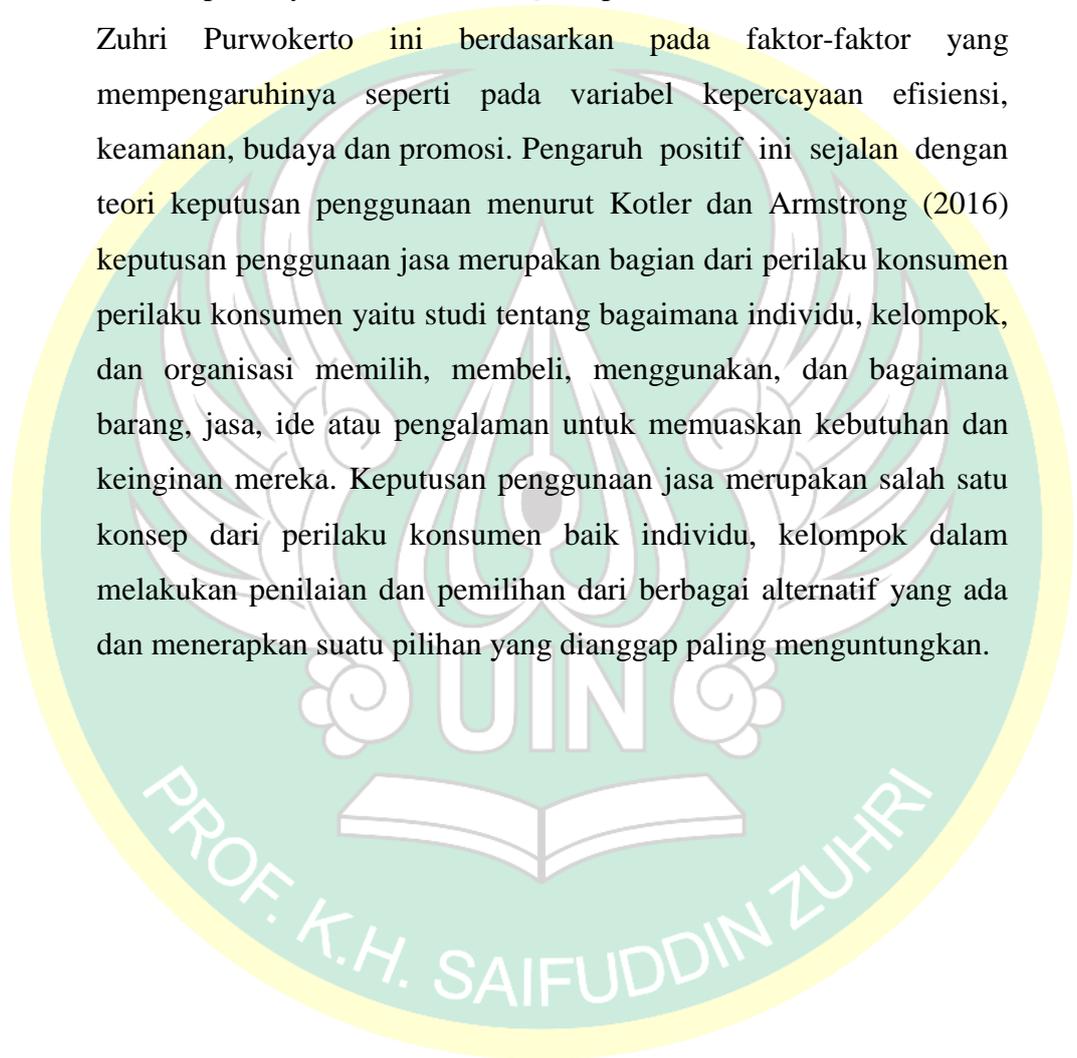
6. Pengaruh Kepercayaan (X1), Efisiensi (X2), Keamanan (X3), Budaya (X4) dan Promosi (X5) terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y)

Hasil dari uji Kendall's W menunjukkan bahwa kepercayaan, efisiensi, keamanan, budaya dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS pada mahasiswa UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Hal tersebut berdasarkan pada nilai *Asymp.Sig* sebesar 0,000, karena nilai *Asymp.Sig*  $0,000 < 0,05$  maka hasil uji ini bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kepercayaan, efisiensi, keamanan, budaya dan promosi terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Wirda (2022) menghasilkan variabel kepercayaan dan budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS. Penelitian Widayanti (2022) variabel efisiensi *quick response Indonesian standard* (QRIS) memiliki pengaruh dan dapat menjadi penguat untuk lebih yakin dalam penggunaan QRIS dan pada penelitian

Laila (2022) yang menghasilkan variabel keamanan dan promosi memiliki pengaruh keputusan penggunaan.

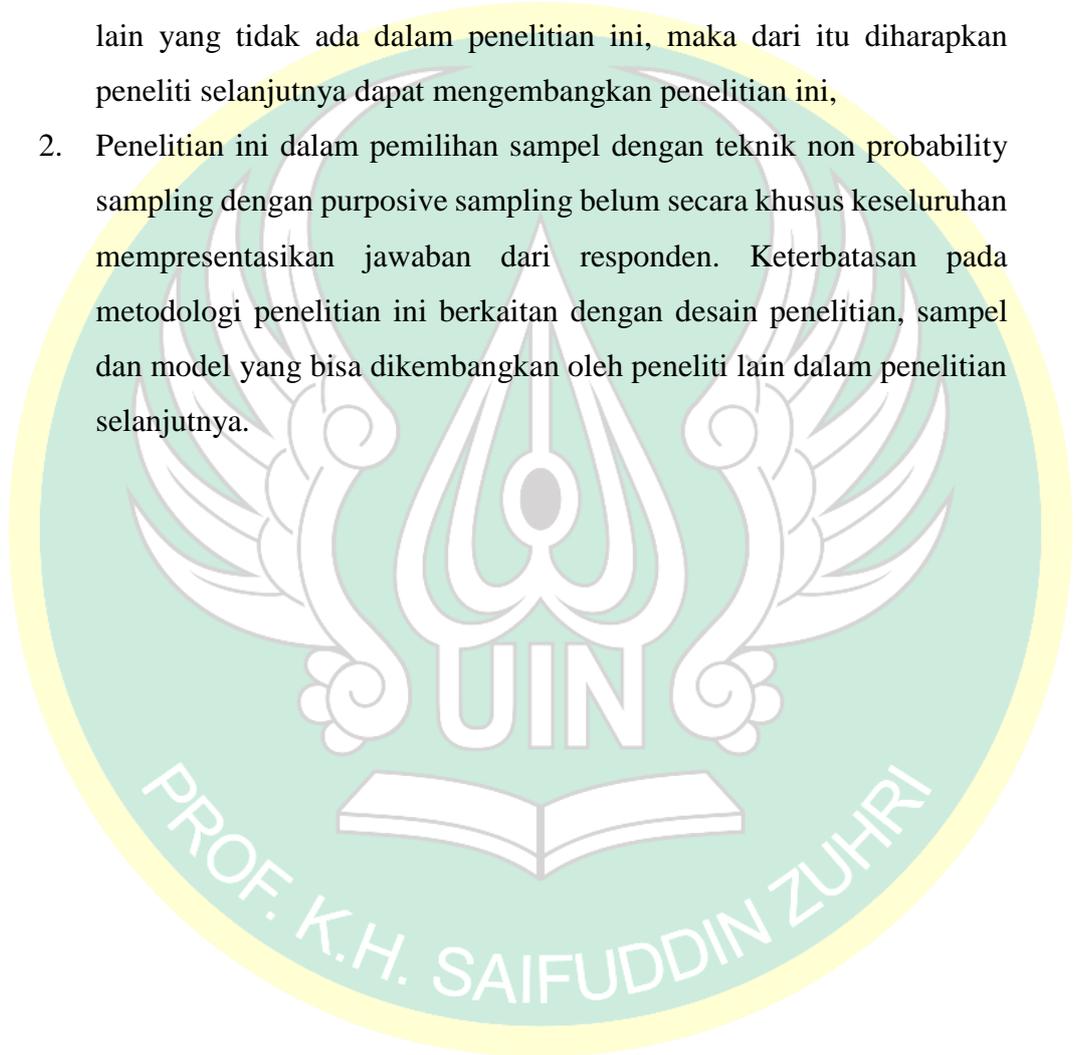
Sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu penerimaan dan penggunaan sistem teknologi berdasarkan faktor-faktor variabel Kepercayaan, Efisiensi, Keamanan, Budaya dan Promosi. Hal ini berkaitan dengan keputusan untuk menggunakan metode pembayaran elektronik QRIS pada UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto ini berdasarkan pada faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti pada variabel kepercayaan efisiensi, keamanan, budaya dan promosi. Pengaruh positif ini sejalan dengan teori keputusan penggunaan menurut Kotler dan Armstrong (2016) keputusan penggunaan jasa merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan penggunaan jasa merupakan salah satu konsep dari perilaku konsumen baik individu, kelompok dalam melakukan penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif yang ada dan menerapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.



## F. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan ,yaitu :

1. Hasil penelitian terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan yaitu tidak hanya Kepercayaan (X1), Efisiensi (X2), Keamanan (X3), Budaya (X4) dan Promosi (X5) hal ini dapat menjelaskan variabel keputusan penggunaan (Y) pada Nagelkerke sebesar 0,362 atau 36,2%. Kemudian sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini, maka dari itu diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini,
2. Penelitian ini dalam pemilihan sampel dengan teknik non probability sampling dengan purposive sampling belum secara khusus keseluruhan mempresentasikan jawaban dari responden. Keterbatasan pada metodologi penelitian ini berkaitan dengan desain penelitian, sampel dan model yang bisa dikembangkan oleh peneliti lain dalam penelitian selanjutnya.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kepercayaan, efisiensi, keamanan, budaya dan promosi terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS pada mahasiswa UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kepercayaan (X1) terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada uji Rank Spearman bahwa variabel kepercayaan (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan QRIS. Hal itu dapat dinilai dari sig. (2-tailed) variabel kepercayaan (X1) sebesar  $0,000 < 0,05$  hal itu dapat diartikan bahwa adanya korelasi yang cukup antara kepercayaan (X1) terhadap keputusan penggunaan (Y), kesimpulannya adalah  $H_0$  diterima dan  $H_{01}$  ditolak. Nilai koefisien regresi adalah 0,361 angka ini memiliki nilai positif dan mempunyai hubungan searah, sehingga apabila semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi juga keputusan penggunaan QRIS. Kemudian pada hasil perhitungan regresi ordinal pada bagian *parameter estimates*, dapat dilihat pada tabel tersebut bahwa nilai sig. variabel kepercayaan sebesar  $0,002 < 0,05$ , berarti variabel kepercayaan (X1) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS (Y).

2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari efisiensi (X2) terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada uji Rank Spearman bahwa variabel Efisiensi (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan QRIS. Hal itu dapat dinilai dari sig. (2-tailed) variabel

Efisiensi (X2) sebesar  $0,000 < 0,05$  hal itu dapat diartikan bahwa adanya korelasi yang cukup antara Efisiensi (X2) terhadap keputusan penggunaan (Y), kesimpulannya adalah  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{o2}$  ditolak. Nilai koefisien regresi adalah 0,365 angka ini memiliki nilai positif dan mempunyai hubungan searah, sehingga apabila semakin tinggi efisiensi maka semakin tinggi juga keputusan penggunaan QRIS. Kemudian pada hasil perhitungan regresi ordinal pada bagian *parameter estimates* menunjukkan pengaruh masing-masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak signifikan berdasarkan pada ketentuan nilai pada  $\text{sig.} < 0,05$  hasilnya signifikan. Dapat dilihat pada tabel tersebut bahwa nilai  $\text{sig.}$  variabel efisiensi sebesar  $0,002 < 0,05$ , berarti variabel efisiensi (X2) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS (Y).

3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari keamanan (X3) terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada uji Rank Spearman bahwa variabel Keamanan (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan QRIS. Hal itu dapat dinilai dari  $\text{sig.}$  (2-tailed) variabel Keamanan (X3) sebesar  $0,000 < 0,05$  hal itu dapat diartikan bahwa adanya korelasi yang cukup antara Keamanan (X3) terhadap keputusan penggunaan (Y), kesimpulannya adalah  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{o3}$  ditolak. Nilai koefisien regresi adalah 0,425 angka ini memiliki nilai positif dan mempunyai hubungan searah, sehingga apabila semakin tinggi keamanan maka semakin tinggi juga keputusan penggunaan QRIS. Kemudian pada hasil perhitungan regresi ordinal pada bagian *parameter estimates* menunjukkan pengaruh masing-masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak signifikan berdasarkan pada ketentuan nilai pada  $\text{sig.} < 0,05$  hasilnya signifikan. Dapat dilihat pada tabel tersebut bahwa nilai  $\text{sig.}$  variabel keamanan sebesar  $0,002 < 0,05$ ,

berarti variabel keamanan (X3) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y).

4. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari budaya (X4) terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada uji Rank Spearman bahwa variabel Budaya (X4) berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan QRIS. Hal itu dapat dinilai dari sig. (2-tailed) variabel Budaya (X4) sebesar  $0,000 < 0,05$  hal itu dapat diartikan bahwa adanya korelasi yang cukup antara Budaya (X4) terhadap keputusan penggunaan (Y), kesimpulannya adalah  $H_{a4}$  diterima dan  $H_{o4}$  ditolak. Nilai koefisien regresi adalah 0,335 angka ini memiliki nilai positif dan mempunyai hubungan searah, sehingga apabila semakin tinggi budaya maka semakin tinggi juga keputusan penggunaan QRIS. Kemudian pada hasil perhitungan regresi ordinal pada bagian *parameter estimates* menunjukkan pengaruh masing-masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak signifikan berdasarkan pada ketentuan nilai pada sig.  $< 0,05$  hasilnya signifikan. Dapat dilihat pada tabel tersebut bahwa nilai sig. variabel budaya sebesar  $0,007 < 0,05$ , berarti variabel budaya (X4) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS (Y).

5. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari promosi (X5) terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada uji Rank Spearman bahwa variabel Promosi (X5) berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan QRIS. Hal itu dapat dinilai dari sig. (2-tailed) variabel Promosi (X5) sebesar  $0,000 < 0,05$  hal itu dapat diartikan bahwa adanya korelasi yang cukup antara Promosi (X5) terhadap keputusan penggunaan (Y), kesimpulannya adalah  $H_{a5}$  diterima dan  $H_{o5}$  ditolak. Nilai koefisien regresi adalah 0,325 angka ini memiliki nilai positif dan

mempunyai hubungan searah, sehingga apabila semakin tinggi promosi maka semakin tinggi juga keputusan penggunaan QRIS. Kemudian pada hasil perhitungan regresi ordinal pada bagian *parameter estimates* menunjukkan pengaruh masing-masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak signifikan berdasarkan pada ketentuan nilai pada  $\text{sig.} < 0,05$  hasilnya signifikan. Dapat dilihat pada tabel tersebut bahwa nilai  $\text{sig.}$  variabel promosi sebesar  $0,000 < 0,05$ , berarti variabel promosi (X5) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y).

6. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kepercayaan (X1), efisiensi (X2), keamanan (X3), budaya (X4) dan promosi (X5) terhadap Keputusan Penggunaan QRIS (Y)

Hasil dari uji Kendall's W menunjukkan bahwa kepercayaan, efisiensi, keamanan, budaya dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS pada mahasiswa UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Hal tersebut berdasarkan pada nilai *Asymp.Sig* sebesar 0,000, karena nilai *Asymp.Sig*  $0,000 < 0,05$  maka hasil uji ini bahwa H6 diterima dan H0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kepercayaan (X1), efisiensi (X2), keamanan (X3), budaya (X4) dan promosi (X5) terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS (Y) sebesar 36,5%. Sedangkan sisanya sebesar 63,5% yang dipengaruhi oleh variabel yang lain dan tidak termasuk dalam penelitian ini.

## B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian yang telah dilakukan bahwa kepercayaan, efisiensi, keamanan, budaya dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS pada Mahasiswa uin saifuddin zuhri purwokerto. Akan tetapi peneliti menyadari

masih banyak kekurangan, maka dari ini peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut :

1. Bagi Bank Indonesia

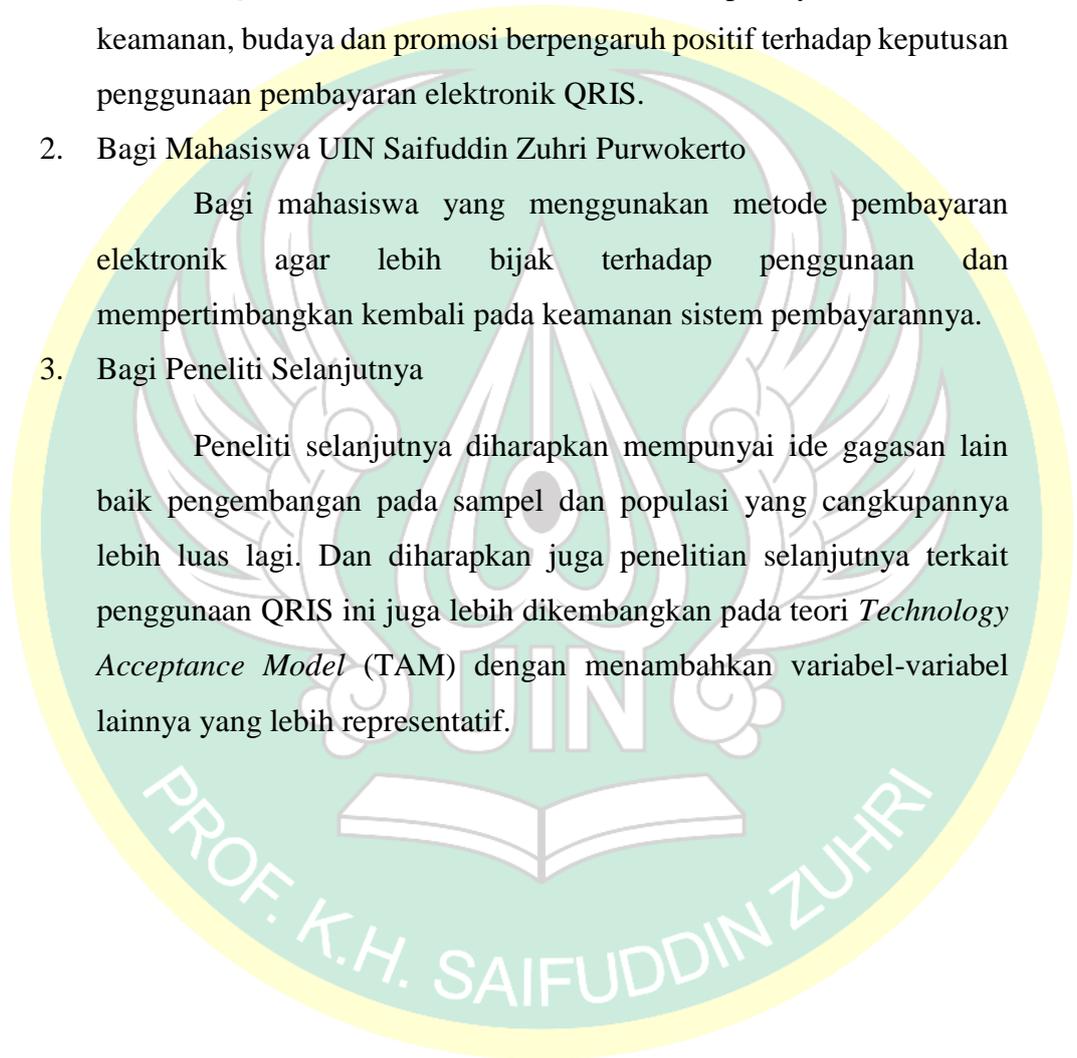
Bank Indonesia sebagai penyedia jasa QRIS agar lebih meningkatkan dan mengembangkan pada sistemnya untuk memberikan kepuasan terhadap pengguna dalam menggunakan pembayaran dengan metode QRIS karena diketahui bahwa kepercayaan, efisiensi, keamanan, budaya dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS.

2. Bagi Mahasiswa UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto

Bagi mahasiswa yang menggunakan metode pembayaran elektronik agar lebih bijak terhadap penggunaan dan mempertimbangkan kembali pada keamanan sistem pembayarannya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan mempunyai ide gagasan lain baik pengembangan pada sampel dan populasi yang cangkupannya lebih luas lagi. Dan diharapkan juga penelitian selanjutnya terkait penggunaan QRIS ini juga lebih dikembangkan pada teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menambahkan variabel-variabel lainnya yang lebih representatif.



## DAFTAR PUSTAKA

- Afandia, A., Rukmanab, L., & Wahida, W. (2022). "Efektivitas Dan Efisiensi Sistem Pembayaran Non Tunai Quick Response Indonesian Standard (Qris) Dalam Mempengaruhi Inklusi Keuangan Mahasiswa". *Jurnal Perbankan Dan Keuangan, Volume 3 Nomor 2*, 73.
- Alfaridzi, Mochammad Reza. (2019). "Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Manfaat Penggunaan Layanan Mobile Banking Studi Kasus Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Kantor Wilayah Palembang". *Skripsi (Politeknik Negeri Sriwijaya)*.
- Ambarwati, D. (2019). "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa Stie Aub Surakarta". *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi, Vol 6, No 1*, 88.
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3) 399-409.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014), "Principles Of Marketing". Pearson Australia.
- Arwani, Mokhamad. (2011). "Peran Karakteristik Individu Sebagai Moderator Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas (Studi pada Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Kudus)", *Jurnal Sosial dan Budaya*, Vol. 4 Nomor 2.
- Astriyanita, R. H., & Rahmawan, G. (2022). "Erlaku Penggunaan E-Wallet di Coffe Shop Terhadap Keputusan Penggunaan". *Journal Of Information System, Applied, Management, Accounting And Research.*, Vol. 6no.2, 358.
- Bank Indonesia, (2014), "Bank Indonesia Mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai". [https://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/Pages/sp\\_165814.aspx](https://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/Pages/sp_165814.aspx), (diakses pada 17 Maret 2023).
- Burhan, Fahmi Ahmad (2023). "Riset: Millennial dan Gen Z Bakal Pakai Dompot Digital Meski Tanpa Promo". *Katadata.co.id*. Di akses pada Sabtu 18 Maret 2023. <https://katadata.co.id/yuliawati/digital/5e9a495c7d12f/riset-milennial-dan-gen-z-bakal-pakai-dompot-digital-meski-tanpa-promo>.
- Fahmi, I. (2016). "Perilaku Konsumen (Teori dan Aplikasi)". Bandung: Alfabeta.
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana (2019). *Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: ANDI

- Ganesan, S. (1994). "Determinants of long-term orientation in buyer-seller relationships". *Journal of marketing*, 58(2), 1-19.
- Hamzah. (2009). *Teori Motivasi dan pengukurannya (Analisis Di Bidang Pendidikan)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hutami A. Ningsih Dkk. (2021). "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (Qris) Pada Mahasiswa", *Jurnal Ikra-Ith Ekonomika* Vol 4 No 1 (Bulan Maret).
- I. A. Khanfar. (2016). "The Effect of Promotion Mix Elements on Consumers Buying Decisions of Mobile Service: The case of Umniah Telecommunication Company at Zarqa city-Jordan," [Online]: [www.umniah.com](http://www.umniah.com).
- Iliyini, A., & Widiartanto, W. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan OVO PT Visionet Data Internasional (Studi pada pengguna OVO di Kota Surakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 85-92.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta; Andi Offset.
- Juan, E., & Indrawati, L. (2023). "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Melakukan Pembayaran Menggunakan Qris". *Jurnal Manajemen*, *Ol. 2, No. 1*, 313.
- Junadi and Sfenrianto. (2015). "A Model of Factors Influencing Consumer's Intention to Use E-payment System in Indonesia," *Procedia Comput. Sci.*, vol. 59, no. Iccsci, pp. 214–220.
- Keni, K. (2020). "How Perceived Usefulness And Perceived Ease Of Use Affecting Intent To Repurchase?". *Jurnal Manajemen*, 24(3), 481.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya". *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Lallmahamood. (2007). "An Examination of Individual's Perceived Security and Privacy of the Internet in Malaysia and the Influence of This on Their Intention to Use Ecommerce: Using an Extension of the Technology Acceptance Model. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 12(3).

- Laila Ramadya Sari, R. A. (2022). "Dampak Keamanan, Manfaat, Kepercayaan, Promosi, Serta Kemudahan Pada Keputusan Pemanfaatan Dompot Elektronik ShopeePay". *Metik Jurnal, Volume. 6 Nomor.1*, 59.
- Latief, F., & Dirwan. (2020). "Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital". *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen, Volume 3 Nomor 1*, 16.
- Marwati, M., & Amidi, A. (2019). Pengaruh Budaya, Persepsi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Herbal. *Jurnal Ilmu Manajemen, 7(2)*, 168.
- Muktisar, Tarigan, And Evriyenni. (2020). "Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking. Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh.
- Mulyadi. (2007). "*Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*". Jakarta: Karya Salemba Empat, h. 63.
- Mumtazah, A., Muslimah, A. Y., Rahmawati, D., Farida, L. E., & Safitri, N. A. (2019). "Server Based Payment System Indonesia Di Era Revolusi Industry 4.0". *Hak Penerbitan Politeknik Negeri Banjarmasin, Vol 4*, 17-24.
- Nawawi, Hizbul Hadi (2020). "Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa". *Jurnal Emik, Volume 3 Nomor 2*.
- Ningsih, Ekawati Rahayu. (2010). *Perilaku Konsumen: engembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran*. Kudus: Nora Media Enterprise.
- Nirwana, Elok. (2021). Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Ntb Syariah Untuk Pembayaran Online Shop. *Skripsi*. UIN Mataram.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). "Siaran Pers: IJK Fokus Tingkatkan literasi dan inklusi keuangan pemuda". diakses pada Juni 11, 2023. Otoritas Jasa Keuangan : <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-Fokus-Tingkatkan-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Pemuda.aspx>
- Pintubipar Saragih, S., & Nopriadi, N. (2019). Pengaruh Budaya Terhadap Actual Use Digital Payment System Pada Pelaku UMKM di Kota Batam. *Journal of Applied Informatics and Computing, 3(2)*, 63–67.
- Prasetijo, R. & Ihalauw, J.J.O.I. (2005). "*Perilaku Konsumen*". Yogyakarta: Andi.
- Pratama, Agus Eka. (2015). *E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce Berbasis Open Source*. Bandung: Informatika.

- Priyono, A. (2017). "Analisis Pengaruh Trust Dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik". *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88–106.
- Rahmad, Andri Daisy. Dkk. (2017). "Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 43 Nomor 1.
- Rahman, Z. F. (2022, Mei Sabtu). "Pertumbuhan Tahunan Nilai Transaksi Qris (Oktober 2021-Februari 2022)". Diakses Maret Kamis, 2023, Dari Databoks: <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/05/07/Nilai-Transaksi-Qris-Tumbuh-305-Pada-Februari-2022>
- Rischa Heni Astriyanita, G. R. (2022). "Perilaku Penggunaan E-Wallet di Coffe Shop Terhadap Keputusan Penggunaan". *Journal Of Information System, Applied, Management, Accounting And Research*, Vol. 6no.2, 358.
- Rivandi, R. (2021). "Integrated Marketing Communication And Coffee Shop Consumer Purchase Decision In Surakarta City". *International Journal Of Economics, Business And Accounting Research (Ijebare)*, 5(2)
- Sadya, S. (2022, September Selasa). "Transaksi Digital, Konsumen Pilih E-Wallet Atau Mobile Banking". Dipetik Maret Kamis, 2023, Dari Dataindonesia.Id: <https://Dataindonesia.Id/Digital/Detail/Transaksi-Digital-Konsumen-Pilih-Ewallet-Atau-Mobile-Banking>
- Sari, D. R., & Dirgahayu, T. (2017). Adopsi Theory of Planned Behavior Untuk Pengembangan Model Pengaruh Budaya Terhadap Penggunaan E-Commerce. *Jurnal Buana Informatika*, 8(2), 67–76.
- Sedarmayanti. (2001). *Manajemen Perkantoran*. Bandung: Mandar Maju; cetakan kedua edisi kedua.
- Sharma, S. K., & Sharma, M. (2019). "Examining the role of trust and quality dimensions in the actual usage of mobile banking services: An empirical investigation". *International Journal of Information Management*, 4465–75.
- Siswanti, Tutik. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Sosial Ekonomi Terhadap Pemanfaatan Digital Payment Dengan Budaya Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsurja*. Vol. 8, No. 1.
- Sudjatmika, F. V. (2017). "Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com". *Agora*, 5(1), 1–7. Diakses pada Kamis, 2023 <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemenbisnis/article/view/5227%0Ahttp://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemenbisnis/article/view/5227/4814>

- Sugiyono. 2012. *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitas Dan R&D”*. Bandung: Alfabeta.
- Tarantang, J & Kurniawan, R. (2020). Electronic Money Sebagai Alat Transaksi dalam Prespektif Islam. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol 07, No 01.
- Umah, U. N., & Siswahyudianto. (2022). Pengaruh Promosi, Kemudahan, Dan Kegunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Shopeepay Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2018. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 329-339.
- Wibowo. (2008). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Widayanti, D. (2022). “Efektivitas Dan Efisiensi Sistem Pembayaran Non Tunai Quick Response Indonesian Standard (Qris) Dalam Mempengaruhi Inklusi Keuangan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)”. *Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Uin Raden Intan Lampung*.
- Widiyanti, Wiwik. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7 (1).
- Winda Feriyana. (2019). “Pengaruh Pelatihan Terhadap Efisiensi Kerja Karyawan Pada Koperasi Setia Usaha Oku Timur”, *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, Vol. 3 No. 2.
- Wirda Seputri, M. Y. (2022). “Qris Sebagai alat Transaksi Digital Generasi Z: Analisis Faktor”. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, Vol. 10/Nomor 02, 140

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### *Lampiran 1*

#### **Kuesioner Penelitian**

Kepada Yth

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Qonitat Nur Fadhillah, mahasiswa S1 Program Studi Ekonomoi Syariah dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. saat ini sedang melakukan penelitian guna memenuhi tugas akhir (Skripsi) mengenai "Pengaruh Kepercayaan, Efisiensi, Keamanan, Budaya dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Elektronik QRIS Pada Mahasiswa UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto".

Adapun kriteria responden sebagai berikut :

1. Mahasiswa aktif UIN UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Pernah menggunakan pembayaran elektronik QRIS.
3. Mengisi kuesioner dengan lengkap.

Dengan ini saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i yang telah memenuhi kriteria di atas untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner saya. Adapun tujuan penelitian ini semata-mata digunakan untuk kepentingan penelitian akademis.

Demikian permohonan ini saya sampaikan, Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Hormat saya,

Qonitat Nur Fadhillah

**Kuesioner Pengaruh Kepercayaan, Efisiensi, Keamanan, Budaya dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Elektronik QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto).**

Oleh : Qonitat Nur Fadhillah

**A. Identitas responden**

- a. Nama :
- b. Jenis kelamin :
- a) Laki-laki
- b) Perempuan
- c. Usia
- a) 8-23 tahun
- b) 24-39 tahun
- c) 40-55 tahun
- d. Fakultas
- a) Ekonomi dan Bisnis Islam
- b) Syariah
- c) Dakwah
- d) Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
- e) Ushuludin Adab dan Humaniora
- f) Program Pasca Sarjana
- e. Memiliki *m-banking* atau *e-wallet*?
- a) Ya
- b) Tidak
- f. Penggunaan pembayaran QRIS untuk keperluan
- a) Belanja pakaian
- b) Membeli makanan
- c) Lainnya (bisa diisi sendiri).....

## B. Pertanyaan

Centanglah salah satu pilihan yang dianggap paling tepat, dengan bobot penilaian sebagai berikut :

1. Skala 1 : sangat tidak setuju (STS)
2. Skala 2 : tidak setuju (TS)
3. Skala 4 : ragu-ragu (R)
4. Skala 4 : setuju (S)
5. Skala 5 : sangat setuju (SS)

### 1. Kepercayaan (X1)

Pertanyaan	Skor				
	SS	S	R	TS	STS
Fasilitas layanan QRIS memiliki perhatian untuk memberikan pelayanan terbaik bagi penggunanya.					
Fasilitas layanan QRIS memenuhi tanggung jawabnya kepada penggunanya.					
Transaksi keuangan melalui QRIS dapat dipercaya.					
Alasan apa yang membuat anda percaya pada pembayaran elektronik QRIS?					

### 2. Efisiensi (X2)

Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
Penggunaan QRIS dapat menghemat waktu saya dalam melakukan pembayaran elektronik.					
Saya tidak membutuhkan banyak tenaga ketika menggunakan QRIS untuk bertransaksi.					

Penggunaan QRIS adalah kegiatan yang dapat meminimumkan biaya.					
Apa yang membuat anda merasa efisien saat menggunakan pembayaran elektronik QRIS?					

### 3. Keamanan (X3)

Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
Pembayaran menggunakan QRIS terjaga kerahasiaannya.					
Data diri tidak akan tersebar saat menggunakan pembayaran melalui QRIS.					
Pembayaran menggunakan QRIS memiliki sistem akses yang cepat.					
Kemaman pembayaran mennggunakan QRIS terjamin oleh Bank Indonesia					
Pembayaran menggunakan QRIS menghindari transaksi uang palsu.					
Apa yang membuat anda merasa aman dalam penggunaan pembayaran elektronik QRIS?					

### 4. Budaya (X4)

Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
Di lingkunagn atau lokasi saya bisa mendapatkan akses internet yang stabil.					
Saya berpengalaman dalam menggunakan smartphone serta aplikasi kreatif berbasis mobile dan internet.					
Saya mengerti dalam menggunakan sistem pembayaran atau keuangan inovatid yang tersedia secara offline ataupun secara online.					

Budaya (eksternal) apa yang menarik bagi anda untuk menggunakan pembayaran elektronik QRIS?

### 5. Promosi (X5)

Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
Saya menerima informasi yang jelas tentang QRIS dari media cetak dan media elektronik (brosur, spanduk, koran, majalah, tv, website).					
Transaksi dengan QRIS memberikan discount/potongan harga.					
Transaksi dengan QRIS memberikan cashback.					
Promosi apa saja yang menurut anda menarik sehingga memutuskan menggunakan pembayaran elektronik QRIS?					

### 6. Keputusan Penggunaan (Y)

Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
Saya menggunakan QRIS karena sistem yang mudah dipahami.					
Saya mendapatkan informasi mengenai QRIS dengan mudah dan lengkap.					
QRIS memberikan alternatif pembayaran atas kebutuhan saya.					
Saya merekomendasikan QRIS kepada orang lain.					
Apa yang membuat anda akhirnya memberikan keputusan penggunaan pembayaran elektronik QRIS ?					

Lampiran 2

DATA TABULASI RESPONDEN

No.	Kepercayaan			X1	Efisiensi			X2	Keamanan					X3
	1	2	3		1	2	3		1	2	3	4	5	
1	4	4	4	12	5	5	3	13	4	4	4	5	5	22
2	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	12	5	4	3	12	4	5	4	5	4	22
4	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
6	3	3	5	11	5	4	3	12	4	3	4	5	5	21
7	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
8	5	4	5	14	3	4	3	10	4	4	3	4	4	19
9	4	4	4	12	5	4	3	12	4	4	4	4	5	21
10	3	4	5	12	3	4	4	11	3	4	3	4	4	18
11	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
12	4	4	4	12	5	4	5	14	4	5	4	4	4	21
13	4	4	3	11	5	5	5	15	4	4	3	4	5	20
14	4	4	4	12	3	3	4	10	4	4	4	5	5	22
15	4	4	5	13	5	5	5	15	5	4	5	5	5	24
16	4	4	3	11	4	3	3	10	4	4	4	4	4	20
17	5	4	3	12	5	5	3	13	3	2	5	4	5	19
18	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	4	4	20
19	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
20	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
21	5	4	4	13	5	4	4	13	5	4	5	4	5	23
22	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
23	5	5	5	15	3	4	3	10	4	4	5	5	4	22
24	4	3	4	11	4	5	3	12	4	4	4	4	4	20
25	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	5	5	5	23
26	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	4	4	20
27	4	3	4	11	5	4	3	12	3	3	4	5	5	20
28	4	3	3	10	4	3	3	10	3	3	3	4	4	17
29	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	5	4	21
30	3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	3	4	3	16
31	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	4	5	21
32	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
33	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	4	5	24
34	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
35	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	5	5	5	25
36	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	5	4	4	21
37	4	4	5	13	5	3	5	13	5	5	4	5	4	23
38	5	5	5	15	5	4	2	11	5	5	5	5	5	25

39	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	5	5	23
40	5	5	5	15	5	5	2	12	5	5	5	5	5	25
41	1	4	5	10	4	5	5	14	5	5	4	5	5	24
42	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
43	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
44	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	5	5	5	24
45	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	12	4	5	3	12	4	4	4	4	4	20
47	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
48	5	4	5	14	5	5	4	14	4	5	4	5	5	23
49	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	4	4	21
51	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
52	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
53	5	5	5	15	5	5	5	15	3	4	5	5	5	22
54	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
55	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
56	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
57	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
58	5	5	3	13	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
59	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
60	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
61	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
62	5	3	3	11	5	5	5	15	3	3	5	5	5	21
63	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
64	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
65	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
66	3	3	4	10	3	2	3	8	3	4	3	4	4	18
67	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
68	4	3	5	12	5	5	5	15	4	4	5	5	5	23
69	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
70	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
71	4	3	3	10	4	4	3	11	4	4	4	4	4	20
72	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	4	5	22
73	4	4	4	12	5	4	5	14	4	4	4	5	5	22
74	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	2	5	22
75	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
76	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	5	4	5	23
77	3	3	2	8	5	4	4	13	4	3	4	4	4	19
78	4	3	4	11	4	4	3	11	4	4	4	4	4	20
79	3	4	4	11	5	5	4	14	4	4	5	5	5	23
80	4	3	4	11	4	5	3	12	4	3	4	3	4	18
81	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
82	3	3	5	11	5	4	3	12	4	4	4	4	3	19

83	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
84	4	5	4	13	5	4	4	13	4	2	4	4	5	19
85	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
86	3	4	4	11	4	4	3	11	4	4	3	4	4	19
87	5	5	5	15	4	3	4	11	3	3	3	3	3	15
88	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
89	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	5	4	21
90	4	4	4	12	4	5	4	13	4	1	4	4	4	17
91	4	4	4	12	5	1	5	11	5	5	5	5	5	25
92	4	4	4	12	5	5	3	13	4	3	4	4	5	20
93	3	4	1	8	3	4	5	12	2	3	1	4	5	15
94	4	4	5	13	5	5	4	14	5	5	4	4	5	23
95	3	3	4	10	4	4	4	12	3	4	4	4	4	19
96	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	4	4	20
97	1	4	3	8	4	3	4	11	4	3	3	4	1	15
98	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	4	3	4	17
99	3	4	4	11	4	4	3	11	3	3	5	4	5	20
100	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
101	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
102	4	4	3	11	3	4	3	10	3	3	3	4	4	17
103	4	3	3	10	3	4	3	10	3	3	3	3	4	16
104	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
105	5	4	5	14	5	5	5	15	4	4	5	5	5	23
106	5	4	4	13	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
107	3	2	3	8	4	4	3	11	1	4	4	5	1	15
108	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
109	4	4	4	12	5	5	3	13	4	4	4	4	5	21
110	3	3	3	9	4	4	3	11	3	3	3	3	4	16
111	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	4	4	20
112	4	4	4	12	5	5	2	12	4	3	4	4	5	20
113	5	4	5	14	5	5	4	14	4	1	5	5	5	20
114	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
115	5	5	5	15	5	5	5	15	3	3	4	3	5	18
116	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
117	4	4	5	13	5	3	4	12	4	4	4	4	5	21
118	5	4	4	13	5	5	4	14	4	4	4	4	5	21
119	3	4	2	9	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
120	4	4	5	13	4	4	3	11	5	5	5	5	5	25
121	3	3	4	10	3	4	4	11	3	3	4	4	4	18
122	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
123	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
124	5	4	4	13	3	3	4	10	3	3	3	3	5	17
125	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	4	4	20
126	5	5	4	14	4	5	5	14	4	4	5	5	4	22

127	5	5	4	14	4	5	4	13	5	5	4	5	5	24
128	4	4	5	13	5	5	4	14	4	4	4	4	5	21
129	3	3	2	8	3	3	4	10	2	4	3	4	5	18
130	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	4	5	21
131	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
132	4	4	5	13	5	5	5	15	4	5	4	4	4	21
133	4	4	4	12	5	4	5	14	5	5	4	5	5	24
134	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	4	24
135	4	4	3	11	4	1	3	8	3	3	4	1	3	14
136	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
137	5	5	5	15	5	4	4	13	4	4	5	5	5	23
138	3	4	4	11	4	4	3	11	3	4	4	4	4	19
139	4	3	4	11	4	2	4	10	3	3	5	4	4	19
140	3	3	4	10	4	4	3	11	4	4	4	4	4	20
141	5	4	4	13	5	4	5	14	5	5	5	5	5	25
142	5	4	5	14	5	5	4	14	4	4	5	3	5	21
143	4	3	4	11	4	3	4	11	4	4	4	4	3	19
144	4	4	4	12	5	5	2	12	4	4	5	5	5	23
145	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
146	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	5	5	24
147	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	4	4	20
148	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	5	5	25
149	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	4	4	4	21
150	3	3	4	10	4	4	3	11	3	3	4	3	5	18
151	5	4	5	14	4	5	5	14	5	5	5	5	5	25
152	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
153	4	4	4	12	5	4	3	12	4	3	5	4	5	21
154	5	4	5	14	4	5	4	13	3	5	4	4	5	21
155	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25
156	4	4	5	13	5	4	3	12	4	4	4	5	5	22
157	4	4	4	12	3	4	3	10	3	3	4	4	4	18
158	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	4	4	19
159	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	4	4	5	21
160	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	4	4	20
161	4	4	5	13	4	4	4	12	5	4	4	4	4	21
162	4	4	3	11	5	4	1	10	2	3	4	3	5	17
163	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
164	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
165	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
166	4	4	4	12	4	4	3	11	5	4	4	4	4	21
167	5	3	4	12	5	5	5	15	4	3	5	5	5	22
168	4	3	4	11	5	5	3	13	3	3	5	3	4	18
169	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
170	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20

171	4	3	4	11	3	4	3	10	3	4	4	3	3	17
172	5	5	5	15	5	5	2	12	5	5	5	5	5	25
173	4	4	5	13	4	4	3	11	5	5	4	4	5	23
174	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	5	5	25
175	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
176	3	4	4	11	5	5	5	15	4	4	5	4	4	21
177	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	4	4	20
178	4	5	5	14	4	5	5	14	4	5	3	5	5	22
179	3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	4	3	4	19
180	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
181	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
182	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	4	5	5	24
183	3	4	5	12	5	5	2	12	3	3	3	4	5	18
184	5	5	5	15	5	5	3	13	4	4	5	4	5	22
185	5	5	5	15	4	4	4	12	4	5	4	4	5	22
186	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
187	4	3	4	11	4	5	4	13	4	4	4	4	4	20
188	4	3	4	11	5	4	3	12	3	3	4	3	3	16
189	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	5	4	5	22
190	5	5	4	14	5	5	5	15	4	4	5	5	5	23
191	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
192	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
193	5	5	5	15	4	4	3	11	4	4	4	4	4	20
194	3	3	5	11	5	4	5	14	5	5	5	5	5	25
195	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	4	4	20
196	5	4	5	14	4	3	4	11	5	4	4	4	4	21
197	4	4	4	12	5	5	2	12	4	3	5	5	5	22
198	5	4	5	14	4	4	4	12	3	3	5	3	4	18
199	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
200	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	4	4	20
201	5	4	5	14	5	5	4	14	3	4	4	3	3	17
202	4	4	4	12	5	4	4	13	5	5	5	5	5	25
203	4	4	5	13	4	4	3	11	5	5	4	4	5	23
204	4	4	4	12	4	5	5	14	5	5	5	5	5	25
205	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
206	5	4	5	14	5	4	3	12	4	4	5	4	4	21
207	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	4	4	20
208	5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	3	5	5	22
209	3	4	4	11	5	5	5	15	4	4	4	3	4	19
210	4	3	4	11	5	3	4	12	4	4	4	4	3	19
211	3	3	4	10	5	5	4	14	4	4	5	5	5	23
212	5	4	4	13	5	5	5	15	4	4	4	4	4	20
213	5	4	5	14	4	4	3	11	5	5	4	5	5	24
214	4	3	4	11	3	5	4	12	4	4	4	4	4	20

215	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
216	4	4	4	12	4	3	4	11	5	4	4	4	4	21
217	5	5	5	15	5	5	2	12	3	3	4	3	5	18
218	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25
219	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	4	4	20
220	4	4	4	12	4	4	3	11	4	3	5	4	5	21
221	5	5	5	15	5	5	4	14	3	5	4	4	5	21
222	4	4	4	12	5	4	4	13	5	5	5	5	5	25
223	5	5	5	15	4	4	3	11	4	4	4	5	5	22
224	4	4	4	12	4	5	5	14	3	3	4	4	4	18
225	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	3	4	4	19
226	5	4	5	14	4	3	4	11	4	4	4	4	5	21
227	4	4	4	12	5	5	2	12	4	4	4	4	4	20
228	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	4	4	21
229	5	4	5	14	5	5	5	15	2	3	4	3	5	17
230	4	4	4	12	4	4	3	11	4	3	4	4	5	20
231	4	4	5	13	5	5	4	14	4	4	4	4	4	20
232	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	4	5	21
233	4	4	4	12	4	4	3	11	3	3	3	3	4	16
234	5	5	5	15	4	5	5	14	4	4	4	4	4	20
235	5	5	5	15	4	4	4	12	4	3	4	4	5	20
236	3	3	2	8	5	4	3	12	4	1	5	5	5	20
237	4	3	4	11	4	5	4	13	4	4	4	4	4	20
238	3	4	4	11	4	4	4	12	3	3	4	3	5	18
239	4	3	4	11	5	4	3	12	5	5	5	5	5	25
240	5	5	5	15	3	4	3	10	4	4	4	4	5	21
241	3	3	5	11	4	4	4	12	4	4	4	4	5	21
242	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25
243	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	5	5	5	25
244	5	4	5	14	5	5	5	15	4	4	4	4	3	19
245	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	5	5	5	23
246	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
247	3	4	4	11	5	4	5	14	5	5	4	5	5	24
248	4	3	4	11	5	5	5	15	4	4	4	4	4	20
249	3	3	4	10	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
250	4	4	4	12	5	5	5	15	5	4	4	4	4	21
251	4	4	4	12	5	4	4	13	3	3	4	3	5	18
252	3	3	3	9	4	4	3	11	5	5	5	5	5	25
253	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	4	4	20
254	4	4	4	12	4	5	4	13	4	3	5	4	5	21
255	5	4	5	14	5	5	5	15	3	5	4	4	5	21
256	4	4	4	12	5	4	3	12	5	5	5	5	5	25
257	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	5	5	22
258	4	4	4	12	5	4	3	12	3	3	4	4	4	18

259	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	3	4	4	19
260	5	5	5	15	4	4	3	11	4	4	4	4	5	21
261	3	3	2	8	4	3	4	11	4	4	4	4	4	20
262	4	3	4	11	5	5	5	15	5	4	4	4	4	21
263	3	4	4	11	4	4	4	12	2	3	4	3	5	17
264	4	3	4	11	4	4	3	11	4	4	4	4	3	19
265	5	5	5	15	4	5	5	14	4	4	5	5	5	23
266	3	3	5	11	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
267	4	4	4	12	5	4	3	12	5	5	4	5	5	24
268	5	4	5	14	4	5	4	13	4	4	4	4	4	20
269	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25
270	5	5	5	15	5	4	3	12	5	4	4	4	4	21
271	3	4	4	11	3	4	3	10	3	3	4	3	5	18
272	4	3	4	11	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25
273	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
274	5	4	4	13	5	5	4	14	4	3	5	4	5	21
275	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
276	4	3	4	11	5	4	1	10	5	5	4	5	5	24
277	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
278	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
279	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	4	4	21
280	4	3	4	11	4	4	3	11	3	3	4	3	5	18
281	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
282	4	4	5	13	5	5	3	13	4	4	4	4	4	20
283	5	5	5	15	5	5	2	12	4	3	5	4	5	21
284	4	4	4	12	5	5	4	14	3	3	4	4	5	19
285	3	4	4	11	4	5	4	13	5	5	5	5	5	25
286	4	4	4	12	5	5	5	15	3	4	4	5	4	20
287	4	5	5	14	5	4	5	14	4	5	4	4	5	22
288	3	3	3	9	5	3	4	12	4	4	3	4	4	19
289	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	4	5	21
290	3	4	4	11	5	5	5	15	4	4	4	4	4	20
291	4	4	4	12	4	4	3	11	5	4	4	4	4	21
292	4	4	5	13	3	5	4	12	2	3	4	3	5	17
293	4	3	3	10	5	5	5	15	5	4	4	4	4	21
294	4	4	3	11	4	4	4	12	5	4	4	4	4	21
295	5	5	5	15	3	3	4	10	5	5	5	5	5	25
296	5	4	5	14	5	4	4	13	4	5	4	4	3	20
297	5	4	4	13	4	5	5	14	4	4	5	5	5	23
298	5	4	5	14	4	5	4	13	4	4	4	4	4	20
299	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	4	5	5	24
300	5	5	5	15	3	3	4	10	4	4	4	5	4	21
301	3	4	4	11	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
302	4	3	4	11	4	4	4	12	5	4	5	4	5	23

303	3	3	4	10	5	5	4	14	3	3	4	3	5	18
304	5	4	4	13	4	3	4	11	5	5	5	5	5	25
305	3	3	3	9	5	5	2	12	4	4	4	5	4	21
306	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	5	4	5	21
307	4	4	4	12	5	5	5	15	3	5	4	4	5	21
308	5	4	5	14	4	4	3	11	5	5	5	5	5	25
309	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	5	5	22
310	4	4	4	12	5	4	4	13	3	3	4	4	4	18
311	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	4	4	19
312	5	5	5	15	4	5	5	14	4	4	4	4	5	21
313	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
314	3	3	2	8	5	4	3	12	5	4	4	4	4	21
315	4	3	4	11	4	5	4	13	2	3	4	3	5	17
316	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
317	4	4	5	13	5	5	5	15	5	4	4	4	4	21
318	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	4	3	5	18
319	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
320	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
321	5	5	5	15	4	4	3	11	4	3	5	4	5	21
322	3	3	2	8	5	5	5	15	3	5	4	4	5	21
323	4	3	4	11	5	5	3	13	5	5	5	5	5	25
324	3	4	4	11	5	5	2	12	4	4	4	5	5	22
325	4	3	4	11	5	5	4	14	3	3	4	4	4	18
326	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	3	4	4	19
327	3	3	5	11	5	5	5	15	4	4	4	4	5	21
328	4	3	4	11	5	5	5	15	4	4	4	4	4	20
329	3	3	4	10	5	3	4	12	4	4	4	4	4	20
330	5	4	4	13	5	5	4	14	3	3	4	3	5	18
331	3	3	3	9	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
332	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	4	5	21
333	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	4	5	21
334	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
335	4	4	5	13	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25
336	4	4	4	12	3	3	4	10	4	4	4	4	3	19
337	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	5	5	5	23
338	5	5	5	15	4	5	5	14	4	4	4	4	4	20
339	5	5	5	15	4	5	4	13	5	5	4	5	5	24
340	3	3	2	8	5	5	5	15	4	4	4	4	4	20
341	4	3	4	11	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
342	3	4	4	11	5	5	5	15	5	4	4	4	4	21
343	4	3	4	11	5	4	4	13	3	3	4	3	5	18
344	5	5	5	15	4	4	3	11	5	5	5	5	5	25
345	3	3	5	11	5	5	4	14	4	4	4	4	4	20
346	4	4	4	12	4	5	4	13	5	4	4	4	4	21

347	4	4	4	12	5	5	5	15	2	3	4	3	5	17
348	5	4	5	14	5	4	3	12	5	5	5	5	5	25
349	4	4	4	12	3	3	3	9	5	4	4	4	4	21
350	4	4	5	13	5	4	3	12	3	3	4	3	5	18
351	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
352	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	4	4	20
353	5	5	5	15	4	3	4	11	4	3	5	4	5	21
354	5	5	5	15	5	5	5	15	3	5	4	4	5	21
355	3	3	2	8	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25
356	4	3	4	11	4	4	3	11	4	4	4	5	5	22
357	3	4	4	11	4	5	5	14	3	3	4	4	4	18
358	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	3	4	4	19
359	4	4	4	12	5	4	3	12	4	4	4	4	5	21
360	4	5	5	14	4	5	4	13	4	4	4	4	4	20
361	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
362	4	4	4	12	5	5	4	14	3	3	4	3	5	18
363	3	4	4	11	5	4	4	13	5	5	5	5	5	25
364	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	4	5	21
365	4	4	5	13	4	5	5	14	4	4	4	4	5	21
366	4	4	3	11	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25
367	4	3	3	10	5	4	3	12	4	4	4	4	4	20
368	5	5	5	15	4	5	4	13	5	4	4	4	4	21
369	5	4	5	14	5	5	5	15	2	3	4	3	5	17
370	5	4	4	13	5	5	5	15	4	4	4	4	3	19
371	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	5	5	5	23
372	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	4	4	20
373	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	4	5	5	24
374	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	4	4	20
375	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
376	4	4	4	12	5	5	3	13	5	4	4	4	4	21
377	5	5	5	15	5	5	4	14	3	3	4	3	5	18
378	3	4	4	11	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25
379	4	3	4	11	5	5	5	15	4	4	4	4	4	20
380	3	3	4	10	5	5	5	15	4	3	5	4	5	21
381	4	4	4	12	5	3	4	12	4	4	4	4	4	20
382	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	4	5	5	24
383	3	3	3	9	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
384	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	5	5	22
385	4	4	4	12	3	2	4	9	3	3	4	4	4	18
386	4	3	3	10	5	5	5	15	4	4	3	4	4	19
387	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	4	5	21
388	5	4	5	14	3	3	4	10	4	4	4	4	4	20

No.	Budaya (X4)			X4	Promosi (X5)			X5	Keputusan Penggunaan (Y)				Y
	1	2	3		1	2	3		1	2	3	4	
1	4	4	4	12	4	3	3	10	5	4	4	5	18
2	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
3	4	4	4	12	4	3	2	9	4	4	4	5	17
4	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	5	5	4	14	2	4	4	10	5	3	5	4	17
6	2	3	3	8	4	3	3	10	4	4	5	3	16
7	5	5	5	15	5	3	3	11	5	5	5	5	20
8	3	4	1	8	4	3	3	10	4	4	4	4	16
9	4	4	5	13	3	3	4	10	4	4	5	5	18
10	4	4	4	12	2	4	4	10	4	4	3	1	12
11	4	4	5	13	4	4	4	12	5	4	4	4	17
12	3	4	4	11	4	2	2	8	4	4	4	4	16
13	4	3	4	11	2	4	4	10	4	2	4	2	12
14	3	3	3	9	3	4	4	11	4	4	4	4	16
15	5	5	5	15	4	4	4	12	5	4	5	5	19
16	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	4	17
17	5	5	5	15	2	3	3	8	3	3	5	3	14
18	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	5	4	18
19	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
20	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
21	3	5	4	12	4	5	4	13	4	5	5	3	17
22	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	4	16
23	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	4	4	16
24	4	4	4	12	3	3	4	10	4	4	4	3	15
25	3	5	5	13	4	4	4	12	4	4	4	4	16
26	4	4	4	12	3	4	4	11	4	3	3	4	14
27	3	4	4	11	3	3	3	9	4	3	4	4	15
28	3	3	3	9	4	4	3	11	4	4	4	4	16
29	3	3	3	9	4	3	4	11	4	4	4	5	17
30	4	4	3	11	3	3	3	9	3	3	3	3	12
31	3	4	3	10	3	4	3	10	4	3	3	3	13
32	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
33	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	5	20
34	5	5	5	15	5	4	4	13	5	5	5	3	18
35	5	5	4	14	5	3	3	11	5	5	5	4	19
36	4	5	5	14	4	3	4	11	4	4	4	5	17
37	5	3	4	12	4	4	5	13	3	5	5	3	16
38	3	4	4	11	5	3	3	11	5	5	5	3	18
39	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	3	15
40	5	5	5	15	5	2	2	9	5	5	5	3	18
41	5	5	5	15	5	1	5	11	5	5	5	5	20
42	3	4	4	11	3	3	3	9	3	3	3	3	12

43	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	5	4	19
44	4	4	4	12	4	1	4	9	5	5	5	4	19
45	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
46	4	4	4	12	4	3	3	10	4	5	5	4	18
47	3	4	4	11	3	3	3	9	3	3	3	3	12
48	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	5	4	17
49	3	5	5	13	5	3	3	11	4	4	3	3	14
50	4	3	3	10	4	4	4	12	5	4	5	5	19
51	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
52	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
53	4	5	4	13	3	5	3	11	5	5	4	4	18
54	5	5	5	15	5	4	4	13	5	5	5	5	20
55	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
56	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	5	19
57	5	4	4	13	5	3	3	11	5	5	5	5	20
58	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
59	5	5	5	15	5	5	3	13	5	5	5	5	20
60	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	5	20
61	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
62	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
63	5	5	5	15	5	3	3	11	5	4	5	5	19
64	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
65	1	5	5	11	5	5	5	15	5	5	5	5	20
66	2	3	3	8	3	4	4	11	3	2	3	3	11
67	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
68	2	4	4	10	3	3	3	9	4	4	4	3	15
69	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	4	18
70	5	5	4	14	5	3	3	11	5	5	5	5	20
71	3	4	4	11	3	3	3	9	4	3	3	3	13
72	3	4	4	11	4	5	5	14	4	3	5	4	16
73	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
74	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	5	20
75	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
76	4	5	4	13	4	3	4	11	5	5	4	4	18
77	3	4	4	11	3	4	4	11	3	3	4	4	14
78	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	3	3	14
79	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	5	4	17
80	5	4	3	12	2	4	3	9	4	3	3	4	14
81	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
82	3	5	3	11	4	3	3	10	4	4	3	3	14
83	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
84	4	5	5	14	4	3	4	11	4	4	4	3	15
85	3	5	5	13	5	5	5	15	5	3	5	5	18
86	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12

87	4	4	4	12	4	3	4	11	4	3	4	4	15
88	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	5	20
89	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	4	15
90	3	5	4	12	4	3	3	10	4	4	4	3	15
91	4	5	4	13	5	5	5	15	5	5	5	5	20
92	4	3	4	11	4	3	3	10	3	3	4	4	14
93	4	4	3	11	4	3	4	11	3	1	5	4	13
94	3	4	3	10	2	3	3	8	5	3	4	5	17
95	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	4	4	15
96	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	4	4	18
97	5	1	3	9	2	4	5	11	4	4	4	4	16
98	4	4	3	11	4	3	3	10	4	3	3	3	13
99	4	5	4	13	4	3	3	10	5	4	4	3	16
100	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
101	4	4	4	12	5	5	5	15	5	4	4	4	17
102	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	4	14
103	4	4	4	12	2	3	3	8	3	3	3	2	11
104	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
105	2	4	4	10	5	5	5	15	5	5	5	5	20
106	5	5	5	15	5	4	4	13	5	5	5	5	20
107	4	5	5	14	3	5	4	12	4	4	2	5	15
108	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
109	3	4	4	11	4	3	3	10	4	4	4	3	15
110	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
111	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	3	15
112	5	4	4	13	4	4	4	12	3	3	3	3	12
113	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	5	20
114	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
115	4	4	4	12	5	3	3	11	5	5	5	5	20
116	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
117	4	4	3	11	3	3	3	9	4	4	3	5	16
118	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
119	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
120	5	5	4	14	4	4	2	10	4	4	4	5	17
121	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	3	12
122	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
123	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
124	4	4	4	12	5	4	4	13	4	3	4	4	15
125	3	4	4	11	4	3	3	10	4	4	4	4	16
126	4	4	5	13	5	5	4	14	5	5	4	4	18
127	5	4	4	13	5	3	4	12	4	4	4	3	15
128	4	5	5	14	5	5	4	14	4	4	4	4	16
129	3	4	4	11	4	3	3	10	4	4	4	4	16
130	4	5	5	14	5	4	4	13	4	4	4	4	16

131	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
132	4	4	5	13	4	4	4	12	4	3	3	4	14
133	3	4	4	11	5	5	4	14	4	5	4	5	18
134	4	5	5	14	4	3	3	10	5	4	5	5	19
135	4	3	4	11	4	3	3	10	4	3	4	3	14
136	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
137	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	5	20
138	4	4	4	12	3	3	4	10	4	2	4	2	12
139	4	4	3	11	4	4	3	11	5	3	5	4	17
140	4	4	4	12	3	3	3	9	4	3	4	3	14
141	3	4	4	11	4	3	3	10	4	4	4	4	16
142	3	4	4	11	5	4	4	13	5	5	5	5	20
143	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	4	4	16
144	5	4	4	13	5	4	4	13	5	5	4	4	18
145	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
146	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	4	17
147	3	4	4	11	3	3	3	9	4	3	3	3	13
148	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
149	3	4	4	11	4	4	3	11	4	4	4	4	16
150	3	3	4	10	3	3	3	9	4	3	4	3	14
151	4	5	4	13	5	4	5	14	5	5	5	5	20
152	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	4	4	16
153	3	4	4	11	3	4	4	11	4	4	4	3	15
154	3	4	5	12	3	4	5	12	4	4	5	3	16
155	5	5	5	15	4	4	4	12	5	4	4	4	17
156	5	5	5	15	4	3	4	11	4	4	5	3	16
157	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	2	14
158	3	4	4	11	3	3	4	10	4	4	4	4	16
159	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	4	15
160	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	4	4	15
161	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
162	4	5	5	14	4	3	2	9	4	4	4	3	15
163	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
164	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
165	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	4	15
166	4	3	3	10	4	3	3	10	4	4	4	3	15
167	4	3	4	11	3	3	3	9	5	4	5	5	19
168	5	5	5	15	3	4	3	10	4	5	4	4	17
169	3	5	5	13	3	5	5	13	5	5	5	5	20
170	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	4	4	15
171	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	3	3	13
172	5	5	5	15	5	2	2	9	5	5	5	5	20
173	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	4	16
174	5	5	5	15	5	4	4	13	5	5	5	5	20

175	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
176	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	4	4	16
177	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
178	2	3	5	10	3	5	4	12	4	3	4	5	16
179	2	4	4	10	2	4	4	10	3	3	3	3	12
180	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
181	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	4	16
182	3	4	4	11	3	3	3	9	5	4	5	5	19
183	3	4	4	11	5	3	3	11	4	3	3	4	14
184	3	5	5	13	4	5	4	13	5	3	5	5	18
185	4	4	5	13	5	4	4	13	4	4	4	5	17
186	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
187	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	3	15
188	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	4	4	14
189	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	4	16
190	4	4	5	13	4	4	4	12	5	4	5	5	19
191	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
192	4	5	5	14	4	4	4	12	5	4	4	5	18
193	4	4	4	12	5	2	2	9	4	4	4	4	16
194	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	4	3	15
195	5	5	5	15	5	4	4	13	4	4	4	4	16
196	3	4	4	11	4	4	4	12	5	5	5	5	20
197	5	5	5	15	4	3	3	10	4	3	4	4	15
198	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	3	15
199	4	4	4	12	3	4	4	11	5	4	5	5	19
200	4	4	4	12	2	4	4	10	4	5	4	4	17
201	2	3	5	10	3	3	3	9	5	5	5	5	20
202	2	4	4	10	5	4	4	13	4	3	4	4	15
203	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	3	3	13
204	4	4	4	12	5	3	3	11	5	5	5	5	20
205	3	4	4	11	4	4	3	11	4	4	4	4	16
206	3	4	4	11	5	4	4	13	5	5	5	5	20
207	3	5	5	13	4	4	4	12	4	4	4	4	16
208	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	4	16
209	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
210	4	4	4	12	3	4	4	11	3	3	3	3	12
211	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	3	15
212	3	4	4	11	5	4	4	13	3	3	3	3	12
213	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	5	20
214	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	4	16
215	3	3	4	10	3	3	3	9	5	5	5	5	20
216	4	5	4	13	5	5	5	15	5	5	5	5	20
217	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	5	16
218	3	4	4	11	3	3	3	9	4	4	4	4	16

219	3	4	5	12	5	4	5	14	5	5	5	5	20
220	5	5	5	15	4	3	3	10	4	4	4	5	17
221	5	5	5	15	3	4	4	11	3	3	3	3	12
222	4	4	4	12	3	4	5	12	5	5	5	5	20
223	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	4	16
224	4	4	4	12	4	3	4	11	4	3	4	4	15
225	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
226	4	4	4	12	3	3	4	10	5	5	4	4	18
227	4	5	5	14	4	4	4	12	4	4	4	3	15
228	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	4	4	16
229	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	4	16
230	4	4	4	12	4	3	2	9	4	4	4	4	16
231	4	3	3	10	3	3	3	9	4	4	4	4	16
232	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	5	20
233	3	4	4	11	4	5	5	14	5	5	5	5	20
234	5	5	5	15	4	4	4	12	3	2	3	3	11
235	4	4	4	12	5	3	3	11	4	4	4	4	16
236	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	3	15
237	4	4	4	12	3	3	3	9	5	5	4	4	18
238	2	3	5	10	4	4	4	12	5	5	5	5	20
239	2	4	4	10	5	5	5	15	4	3	3	3	13
240	3	3	3	9	4	4	2	10	4	3	5	4	16
241	4	4	4	12	2	3	3	8	4	4	4	4	16
242	3	4	4	11	5	5	5	15	5	5	5	5	20
243	3	4	4	11	4	4	4	12	5	5	5	5	20
244	3	5	5	13	5	4	4	13	5	5	4	4	18
245	5	4	4	13	4	3	3	10	3	3	4	4	14
246	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	3	3	14
247	4	4	4	12	5	3	4	12	4	4	5	4	17
248	3	4	4	11	5	5	4	14	4	3	3	4	14
249	5	5	5	15	4	3	3	10	5	5	5	5	20
250	3	4	4	11	5	4	4	13	4	4	3	3	14
251	3	3	4	10	4	4	4	12	3	3	3	3	12
252	4	5	4	13	3	4	4	11	3	3	4	3	13
253	4	4	4	12	4	4	3	11	5	4	5	5	19
254	3	4	4	11	5	4	4	13	4	3	4	4	15
255	3	4	5	12	4	4	4	12	3	4	3	3	13
256	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	5	20
257	5	5	5	15	3	3	3	9	4	4	4	4	16
258	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	5	20
259	3	4	4	11	4	4	3	11	4	4	4	4	16
260	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	4	16
261	4	4	4	12	5	4	5	14	4	4	4	4	16
262	4	4	4	12	4	3	3	10	3	3	3	3	12

263	4	5	5	14	3	4	4	11	4	4	4	3	15
264	4	4	4	12	3	4	5	12	3	3	3	3	12
265	3	4	4	11	4	4	4	12	5	5	5	5	20
266	3	4	4	11	4	3	4	11	4	4	4	4	16
267	3	5	5	13	4	4	4	12	5	5	5	5	20
268	4	4	5	13	4	4	4	12	5	5	5	5	20
269	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	3	5	16
270	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	3	15
271	4	4	4	12	4	3	3	10	5	5	5	5	20
272	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	5	17
273	4	4	5	13	3	4	3	10	3	3	3	3	12
274	5	5	5	15	3	5	5	13	5	5	5	5	20
275	4	5	5	14	4	3	3	10	4	4	4	4	16
276	4	4	4	12	3	3	3	9	4	3	4	4	15
277	3	3	3	9	5	2	2	9	3	3	3	3	12
278	5	5	5	15	4	4	4	12	3	3	3	3	12
279	3	4	4	11	3	4	4	11	4	4	4	4	16
280	5	5	5	15	4	4	4	12	5	4	5	5	19
281	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	3	4	14
282	4	4	4	12	4	4	4	12	5	3	4	5	17
283	4	4	4	12	3	4	1	8	4	4	4	5	17
284	2	3	5	10	2	4	4	10	4	4	4	4	16
285	4	4	3	11	3	3	3	9	4	4	4	3	15
286	4	4	4	12	5	3	4	12	3	3	4	4	14
287	5	5	4	14	5	4	3	12	4	4	5	5	18
288	3	4	4	11	4	4	4	12	5	4	5	5	19
289	4	4	3	11	4	3	3	10	5	5	5	5	20
290	3	4	4	11	3	3	3	9	5	4	4	5	18
291	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	5	17
292	4	4	4	12	3	5	5	13	4	4	4	3	15
293	5	4	4	13	4	3	3	10	3	4	3	3	13
294	3	4	4	11	3	4	4	11	4	4	4	4	16
295	3	4	4	11	5	2	2	9	4	5	4	4	17
296	3	3	4	10	4	4	4	12	5	5	5	5	20
297	4	5	4	13	5	4	4	13	4	4	5	4	17
298	4	4	5	13	4	4	3	11	4	4	4	5	17
299	3	4	4	11	4	3	3	10	4	4	4	4	16
300	3	4	5	12	4	4	4	12	3	3	3	3	12
301	5	5	5	15	3	4	4	11	4	4	4	3	15
302	3	4	4	11	2	4	4	10	3	3	3	3	12
303	3	5	5	13	3	3	3	9	5	5	5	5	20
304	4	4	5	13	5	4	4	13	4	4	4	4	16
305	4	4	4	12	3	3	3	9	5	5	5	5	20
306	4	4	4	12	5	3	3	11	5	5	5	5	20

307	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	3	5	16
308	3	4	4	11	5	4	4	13	4	4	4	4	16
309	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	5	20
310	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	5	17
311	3	3	4	10	4	4	4	12	3	3	3	3	12
312	4	5	4	13	3	4	4	11	3	3	3	3	12
313	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
314	3	4	4	11	3	4	4	11	5	4	5	5	19
315	3	4	5	12	3	4	5	12	4	3	3	4	14
316	5	5	5	15	4	4	4	12	5	3	5	5	18
317	5	5	5	15	4	3	4	11	4	4	4	5	17
318	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
319	3	4	4	11	3	3	4	10	4	4	4	3	15
320	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	4	4	14
321	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	4	4	16
322	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	5	4	18
323	4	5	5	14	4	3	2	9	5	5	5	5	20
324	4	4	4	12	3	3	3	9	5	4	4	5	18
325	5	5	5	15	4	2	5	11	4	4	4	4	16
326	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	4	3	15
327	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	4	16
328	5	5	5	15	5	3	3	11	5	5	5	5	20
329	4	4	4	12	3	5	5	13	4	3	4	4	15
330	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	4	3	15
331	4	4	4	12	3	3	3	9	5	4	5	5	19
332	2	3	5	10	5	2	2	9	4	5	4	4	17
333	2	4	4	10	4	4	4	12	5	5	5	5	20
334	3	3	3	9	5	4	4	13	3	3	3	3	12
335	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
336	3	4	4	11	4	3	3	10	5	4	5	5	19
337	3	4	4	11	4	4	4	12	4	3	3	4	14
338	3	5	5	13	4	1	4	9	5	3	5	5	18
339	5	4	4	13	2	4	4	10	4	4	4	5	17
340	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	4	16
341	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	3	15
342	3	4	4	11	3	3	3	9	3	3	4	4	14
343	5	5	5	15	5	3	3	11	4	4	4	4	16
344	3	4	4	11	4	1	4	9	5	4	5	5	19
345	3	3	4	10	5	4	4	13	5	5	5	5	20
346	4	5	4	13	4	4	4	12	5	4	4	5	18
347	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
348	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	3	15
349	3	4	5	12	3	4	4	11	3	4	3	3	13
350	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	5	20

351	5	5	5	15	3	3	3	9	4	4	4	4	16
352	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	5	20
353	3	4	4	11	4	4	3	11	4	4	4	4	16
354	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	4	16
355	4	4	4	12	5	4	5	14	4	4	4	4	16
356	4	4	4	12	4	3	3	10	3	3	3	3	12
357	4	5	5	14	3	4	4	11	4	4	4	3	15
358	4	4	4	12	3	4	5	12	3	3	3	3	12
359	3	4	4	11	4	4	4	12	5	5	5	5	20
360	3	4	4	11	4	3	4	11	4	4	4	4	16
361	3	5	5	13	4	4	4	12	5	5	5	5	20
362	4	4	5	13	4	4	4	12	5	5	5	5	20
363	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	3	5	16
364	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	4	16
365	4	4	4	12	4	3	3	10	5	5	5	5	20
366	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	5	17
367	4	4	5	13	3	4	3	10	3	3	3	3	12
368	5	5	5	15	4	3	4	11	3	3	3	3	12
369	4	5	5	14	4	4	4	12	4	4	4	4	16
370	4	4	4	12	3	3	4	10	5	5	4	4	18
371	3	3	3	9	4	4	4	12	5	5	5	5	20
372	5	5	5	15	4	3	3	10	4	3	3	3	13
373	3	4	4	11	4	4	4	12	4	3	5	4	16
374	5	5	5	15	4	3	2	9	4	4	4	4	16
375	4	4	4	12	3	3	3	9	5	5	5	5	20
376	4	4	4	12	2	4	3	9	5	5	5	5	20
377	4	4	4	12	4	5	5	14	5	5	4	4	18
378	2	3	5	10	4	5	4	13	3	3	4	4	14
379	4	4	3	11	5	4	4	13	4	4	3	3	14
380	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	4	17
381	3	4	4	11	4	4	4	12	4	3	3	4	14
382	3	4	4	11	4	4	4	12	5	5	5	5	20
383	4	4	3	11	3	4	4	11	4	4	3	3	14
384	5	4	4	13	4	4	4	12	3	3	3	3	12
385	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	4	3	13
386	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	5	20
387	3	4	4	11	4	4	3	11	5	4	4	5	18
388	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	4	16

### Lampiran 3

## Hasil Uji Validitas

### 1. Kepercayaan (X1)

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	,670**	,596**	,876**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	388	388	388	388
X1.2	Pearson Correlation	,670**	1	,606**	,870**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	388	388	388	388
X1.3	Pearson Correlation	,596**	,606**	1	,851**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	388	388	388	388
TOTAL	Pearson Correlation	,876**	,870**	,851**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	388	388	388	388

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

### 2. Efisiensi (X2)

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	,544**	,307**	,753**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	388	388	388	388
X2.2	Pearson Correlation	,544**	1	,378**	,808**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	388	388	388	388
X2.3	Pearson Correlation	,307**	,378**	1	,769**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	388	388	388	388
TOTAL	Pearson Correlation	,753**	,808**	,769**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	388	388	388	388

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

### 3. Keamanan (X3)

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	,698**	,526**	,639**	,307**	,840**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	388	388	388	388	388	388
X3.2	Pearson Correlation	,698**	1	,389**	,613**	,289**	,797**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	388	388	388	388	388	388
X3.3	Pearson Correlation	,526**	,389**	1	,538**	,499**	,748**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	388	388	388	388	388	388
X3.4	Pearson Correlation	,639**	,613**	,538**	1	,418**	,833**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	388	388	388	388	388	388
X3.5	Pearson Correlation	,307**	,289**	,499**	,418**	1	,630**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	388	388	388	388	388	388
TOTAL	Pearson Correlation	,840**	,797**	,748**	,833**	,630**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	388	388	388	388	388	388

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

#### 4. Budaya (X4)

**Correlations**

		X4.1	X4.2	X4.3	TOTAL
X4.1	Pearson Correlation	1	,510**	,370**	,805**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	388	388	388	388
X4.2	Pearson Correlation	,510**	1	,652**	,859**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	388	388	388	388
X4.3	Pearson Correlation	,370**	,652**	1	,792**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	388	388	388	388
TOTAL	Pearson Correlation	,805**	,859**	,792**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	388	388	388	388

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

#### 5. Promosi (X5)

**Correlations**

		X5.1	X5.2	X5.3	TOTAL
X5.1	Pearson Correlation	1	,256**	,279**	,667**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	388	388	388	388
X5.2	Pearson Correlation	,256**	1	,681**	,827**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	388	388	388	388
X5.3	Pearson Correlation	,279**	,681**	1	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	388	388	388	388
TOTAL	Pearson Correlation	,667**	,827**	,837**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	388	388	388	388

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

#### 6. Keputusan Penggunaan QRIS (Y)

**Correlations**

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	,719**	,737**	,692**	,907**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	388	388	388	388	388
Y.2	Pearson Correlation	,719**	1	,621**	,548**	,838**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	388	388	388	388	388
Y.3	Pearson Correlation	,737**	,621**	1	,631**	,862**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	388	388	388	388	388
Y.4	Pearson Correlation	,692**	,548**	,631**	1	,843**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	388	388	388	388	388
TOTAL	Pearson Correlation	,907**	,838**	,862**	,843**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	388	388	388	388	388

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

*Lampiran 4*

**Hasil Uji Reliabilitas**

1. Kepercayaan (X1)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,832	3

2. Efisiensi (X2)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,660	3

3. Keamanan (X3)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,829	5

4. Budaya (X4)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,741	3

5. Promosi (X5)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,669	3

6. Keputusan Penggunaan QRIS (Y)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,881	4

**Lampiran 5**

**Hasil uji Rank Spearman**

**Correlations**

			KEPERCAYAAN	EFISIENSI	KEAMANAN	BUDAYA	PROMOSI	KEPUTUSAN PENGGUNAAN QRIS
Spearman's rho	KEPERCAYAAN	Correlation Coefficient	1,000	,303**	,388**	,311**	,306**	,361**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,000	,000
		N	388	388	388	388	388	388
	EFISIENSI	Correlation Coefficient	,303**	1,000	,412**	,357**	,303**	,365**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,000	,000
		N	388	388	388	388	388	388
	KEAMANAN	Correlation Coefficient	,388**	,412**	1,000	,280**	,258**	,425**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000	,000	,000
		N	388	388	388	388	388	388
	BUDAYA	Correlation Coefficient	,311**	,357**	,280**	1,000	,288**	,335**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,000	,000
		N	388	388	388	388	388	388
	PROMOSI	Correlation Coefficient	,306**	,303**	,258**	,288**	1,000	,325**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	.	,000
		N	388	388	388	388	388	388
	KEPUTUSAN PENGGUNAAN QRIS	Correlation Coefficient	,361**	,365**	,425**	,335**	,325**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	.
		N	388	388	388	388	388	388

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

*Lampiran 6*

**Hasil Uji Kendall's W**

**Ranks**

	Mean Rank
KEPERCAYAAN	2,70
EFISIENSI	3,00
KEAMANAN	5,95
BUDAYA	2,54
PROMOSI	1,95
KEPUTUSAN PENGUNAAN	4,86

**Test Statistics**

N	388
Kendall's W <sup>a</sup>	,742
Chi-Square	1 440,340
df	5
Asymp. Sig.	,000

a. Kendall's  
Coefficient of  
Concordance

*Lampiran 7*

**Hasil Uji Regresi Ordinal**

**Case Processing Summary**

		N	Marginal Percentage
KEPUTUSAN PENGGUNAAN	ragu-ragu	51	13,1%
	setuju	205	52,8%
	sangat setuju	132	34,0%
KEPERCAYAAN	ragu-ragu	46	11,9%
	setuju	226	58,2%
	sangat setuju	116	29,9%
EFISIENSI	ragu-ragu	32	8,2%
	setuju	204	52,6%
	sangat setuju	152	39,2%
KEAMANAN	ragu-ragu	30	7,7%
	setuju	235	60,6%
	sangat setuju	123	31,7%
BUDAYA	ragu-ragu	45	11,6%
	setuju	256	66,0%
	sangat setuju	87	22,4%
PROMOSI	ragu-ragu	131	33,8%
	setuju	203	52,3%
	sangat setuju	54	13,9%
Valid		388	100,0%
Missing		0	
Total		388	

### Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	462,109			
Final	318,307	143,802	10	,000

Link function: Logit.

### Goodness-of-Fit

	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	325,157	194	,000
Deviance	218,980	194	,105

Link function: Logit.

### Pseudo R-Square

Cox and Snell	,310
Nagelkerke	,362
McFadden	,191

Link function: Logit.

### Parameter Estimates

		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y = 3]	-6,017	,526	130,994	1	,000	-7,048	-4,987
	[Y = 4]	-2,749	,450	37,373	1	,000	-3,630	-1,867
Location	[X1=3]	-1,247	,395	9,949	1	,002	-2,022	-,472
	[X1=4]	-,721	,259	7,751	1	,005	-1,228	-,213
	[X1=5]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	[X2=3]	-1,418	,461	9,454	1	,002	-2,322	-,514
	[X2=4]	-,722	,247	8,569	1	,003	-1,206	-,239
	[X2=5]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	[X3=3]	-1,462	,480	9,299	1	,002	-2,402	-,522
	[X3=4]	-,678	,259	6,869	1	,009	-1,184	-,171
	[X3=5]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	[X4=3]	-1,140	,420	7,375	1	,007	-1,963	-,317
	[X4=4]	-,700	,292	5,733	1	,017	-1,273	-,127
	[X4=5]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	[X5=3]	-1,820	,418	18,964	1	,000	-2,640	-1,001
	[X5=4]	-1,462	,395	13,677	1	,000	-2,237	-,687
	[X5=5]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.



## Lampiran 8

### Dokumentasi dan Bukti Penyebaran Kuesioner

The top row contains three screenshots. The left screenshot shows a Google Docs form titled "Formulir tanpa judul" with a list of names: Trio Rian Purnomo, hafiz febriansyah, Albila Tiara, Hannah fitriya afza, Maulana, Faizal Syahputra Nasution, DZAKI ALIF AZIZ, Puput Tri Aleyah, and Fadillah Imfandani. The middle screenshot is a WhatsApp chat from "ESDE'19" with a survey link: <https://bit.ly/keputusanpenggunaanqris>. The right screenshot shows the same form with a question: "Fasilitas layanan QRIS memenuhi tanggung jawabnya kepada penggunaannya." with a Likert scale from "Sangat Tidak Setuju (STS)" to "Sangat Setuju (SS)".



*Lampiran 9*

**Surat Izin Riset Penelitian**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 1489/Un.19/FEBLJ.ES/PP.009/4/2023

Purwokerto, 05 April 2023

Lamp. : -

Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Kepada Yth.  
Kabag Umum dan Akademik UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Di  
Purwokerto

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Qonitat Nur Fadhillah
2. NIM : 1917201067
3. Semester / Program Studi : 8 / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2022 / 2023
5. Alamat : Desa Karanglo 03/02, Kec Cilongok, Kab Banyumas
6. Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Efisiensi, Keamanan, Budaya Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Elektronik QRIS Pada Mahasiswa UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek : Pengaruh Keputusan Penggunaan
2. Tempat/ Lokasi : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Waktu Penelitian : 06 April s/d 05 Mei 2023
4. Metode Penelitian : Observasi, Wawancara, Pengumpulan Data

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*



Coord. Prodi Ekonomi Syariah

**Devi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I**  
NIP. 19851112200912207

- Tembusan Yth.
1. Wakil Dekan I
  2. Kasubbag Akademik
  3. Arsip

*Lampiran 10*

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Qonitat Nur Fadhillah
2. NIM : 1917201067
3. Tempat/Tgl. Lahir : Banyumas, 15 Juni 2000
4. Alamat Rumah : Karanglo RT 03/02, Cilongok, Banyumas
5. Nama Orang Tua  
Nama Ayah : Kasroni  
Nama Ibu : Warsiti

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. TK/PAUD : TK Aisyiyah Karanglo
  - b. SD/MI : MI Muhammadiyah Karanglo
  - c. SMP/MTs : SMP Muhammadiyah Ajibarang
  - d. SMA/MA : SMK Muhammadiyah 1 Ajibarang
  - e. SI : UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Pendidikan Non Formal
  - a. Pondok Pesantren Modern Zam-Zam Purwokerto (2019-2020)

C. Pengalaman Organisasi

1. Sekretaris Umum KSPM FEBI UIN SAIZU (2021/2022)
2. Kepala Bidang Organisasi IMM FEBI UIN SAIZU (2021/2022)
3. Presiden Direktur KSPM FEBI UIN SAIZU (2022/2023)
4. Kepala Departemen Ekonomi GenBI Purwokerto (2022/2023)

Purwokerto, 2023



Qonitat Nur Fadhillah  
NIM. 1917201067