

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT
MAHASISWA SOLO RAYA MENGGUNAKAN
QRIS BSI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

KHARISMA NURSAWITRI

NIM 18.52.31.086

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID
SURAKARTA**

2023

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT
MAHASISWA SOLO RAYA MENGGUNAKAN QRIS BSI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

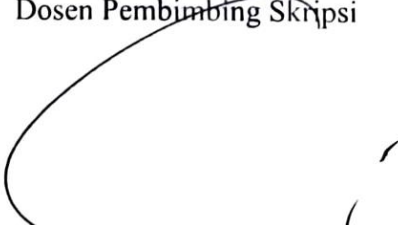
KHARISMA NURSAWITRI

NIM 18.52.31.086

Sukoharjo, 24 Maret 2023

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



Fuad Hasyim, S. E. I., M. E. K.

NIP. 19890316 201801 1 003

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kharisma Nursawitri

NIM : 185231086

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi berjudul “Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Solo Raya Menggunakan QRIS BSI”.

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti / dilakukan sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 24 Maret 2023



Kharisma Nursawitri

Fuad Hasyim, S. E. I., M. E. K.
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Kharisma Nursawitri

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Kharisma Nursawitri NIM: 185231086 yang berjudul: "Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Solo Raya Menggunakan QRIS BSI".

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 24 Maret 2023
Dosen Pembimbing Skripsi


Fuad Hasyim, S. E. I., M. E. K.

NIP. 19890316 201801 1 003

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kharisma Nursawitri

NIM : 185231086

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul "Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Solo Raya Menggunakan QRIS BSI".

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dari penyebaran kuesioner. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 24 Maret 2023



Kharisma Nursawitri

PENGESAHAN

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT MAHASISWA
SOLO RAYA MENGGUNAKAN QRIS BSI**

Oleh:

KHARISMA NURSAWITRI
NIM 18.52.31.086

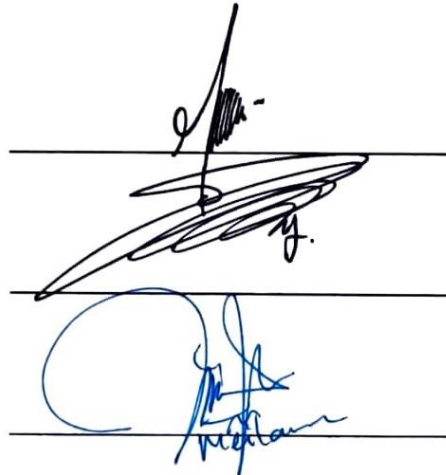
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Senin tanggal 03 April 2023 M/ 12 Ramadhan 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dosen Penguji:

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Rais Sani Muharrami, S. E. I., M. E. I.
NIP. 19870828 201403 1 002

Penguji II
Mufti Arief Arfiansyah, M. Ak.
NIP. 19890615 202012 1 006

Penguji III
Meilana Widyaningsih, M. E. Sy.
NIP. 19920518 202012 2 013



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta




Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO



“Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.”

(Q.S. *Ali Imran*: 159)

“Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman.”

(Q.S. *Ali Imran*: 139)

“Tataplah ke depan. Anda akan melihat cahaya dari orang tercinta di kedalaman surga.” (Victor Hugo – *Les Misérables*)



PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan penuh rasa terima kasih,

karya yang sederhana ini untuk:

Kedua orang tua, yang selalu memberikan doa dan kasih sayang
yang tulus dan tiada ternilai besarnya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Solo Raya Menggunakan QRIS BSI”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudofir, S. Ag., M. Pd., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Bapak Dr. M. Rahmawan Arifin, S. E., M. Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Budi Sukardi, S. E. I., M. Si., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Rais Sani Muharrami, S. E. I., M. E. I., selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Bapak Fuad Hasyim, S. E. I., M. E. K., selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Kedua orang tua, terimakasih atas doa, cinta, dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak akan pernah kulupakan.
8. Elma Nazlah Khairani dan Julia Larasati, teman terbaikku yang selalu ada saat aku butuh tempat untuk berkeluh kesah.
9. Teman-temanku angkatan 2018, khususnya PBS C yang telah memberikan keceriaan dan semangat selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
10. Orang-orang yang telah meluangkan waktunya untuk membantu, yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas kebaikan kalian.
11. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for, for never quitting. I wanna thank me for*

always being a giver and tryna give more than I receive. I wanna thank me for tryna do more right than wrong. I wanna thank me for just being me at all times.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga diberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 24 Maret 2023



Kharisma Nursawitri

ABSTRACT

As technology develops, people should have switched to non-cash payments. This can be seen from the low BSI's QRIS users, namely 2.7 million transactions. This study aims to understand individual behavior in accepting technological innovations using TAM and the Theory of Innovation Diffusion. Therefore, this study aims to determine what factors influence Solo Raya students' interest in using the BSI's QRIS. The population of this study was FEB and FEBI students from UMS, UIN SAID, and UNS. Students are the most competent target in the context of acceptance of technological innovation. The sample used was 100 respondents consisting of 45 UMS students, 32 FEBI UIN SAID students, and 23 UNS students, based on quota sampling and random sampling techniques. This study uses multiple linear regression analysis methods. The results of this study indicate that there is a significant influence between perceived usefulness, perceived ease of use, perceived compatibility, and perceived relative advantage on the interest of Solo Raya students in using the BSI's QRIS.

Keywords: perceived usefulness, perceived ease of use, TAM, Diffusion of Innovation

ABSTRAK

Seiring berkembangnya teknologi, masyarakat seharusnya sudah beralih ke pembayaran non tunai. Hal ini dapat terlihat dari pengguna QRIS BSI yang masih rendah, yaitu sejumlah 2,7 juta transaksi. Penelitian ini bertujuan untuk memahami perilaku individu dalam menerima inovasi teknologi menggunakan TAM dan Teori Difusi Inovasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI. Populasi penelitian ini yaitu mahasiswa FEB dan FEBI dari UMS, UIN SAID, dan UNS. Mahasiswa merupakan sasaran paling kompeten dalam konteks penerimaan inovasi teknologi. Sampel yang digunakan adalah 100 responden yang terdiri dari 45 mahasiswa UMS, 32 mahasiswa FEBI UIN SAID, dan 23 mahasiswa UNS, berdasarkan teknik *quota sampling* dan *random sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kompatibilitas, dan persepsi keunggulan relatif terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI.

Kata kunci: persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, TAM, Difusi Inovasi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
NOTA DINAS	iv
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
<i>ABSTRACT</i>	xi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	15
1.3 Batasan Masalah	16
1.4 Rumusan Masalah.....	17
1.5 Tujuan Penelitian	17
1.6 Manfaat Penelitian	18
1.7 Jadwal Penelitian	18
1.8 Sistematika Penulisan	19
BAB II LANDASAN TEORI	20
2.1 Kajian Teori	20
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	20
2.1.2 <i>Innovation Diffusion Theory (IDT)</i>	22
2.1.3 <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i>	24
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran	34
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	34

2.4.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Menggunakan QRIS BSI	35
2.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan QRIS BSI.....	36
2.4.3 Pengaruh Persepsi Kompatibilitas terhadap Minat Menggunakan QRIS BSI.....	37
2.4.4 Pengaruh Persepsi Keunggulan Relatif terhadap Minat Menggunakan QRIS BSI.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian	39
3.2 Jenis Penelitian	39
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.3.1 Populasi	40
3.3.2 Sampel.....	41
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.4 Data dan Sumber Data	43
3.4.1 Data Primer	43
3.4.2 Data Sekunder	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6 Variabel Penelitian.....	44
3.6.1 Variabel Bergantung (<i>Dependent Variable</i>)	44
3.6.2 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	44
3.7 Definisi Operasional	45
3.8 Teknik Analisis Data	47
3.8.1 Uji Kualitas Data.....	47
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	48
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Demografi Responden	53
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	54
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kampus.....	55
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Aktivitas Mahasiswa.....	56
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Uang Saku	56

4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan	57
4.1.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Ayah	58
4.1.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Ibu	59
4.2	Hasil	60
4.2.1	Uji Kualitas Data	60
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	68
4.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda	73
4.4	Pembahasan	79
4.4.1	Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Menggunakan QRIS BSI	79
4.4.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan QRIS BSI.....	81
4.4.3	Pengaruh Persepsi Kompatibilitas terhadap Minat Menggunakan\ QRIS BSI.....	82
4.4.4	Pengaruh Persepsi Keunggulan Relatif terhadap Minat Menggunakan QRIS BSI.....	84
BAB V PENUTUP		86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran	86
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN		93

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1	
Peningkatan Presentase Penetrasi Internet Indonesia 2018-2022(Q1).....	3
Gambar I. 2	
Volume Transaksi <i>Channel Digital Banking</i> BSI Tahun 2021.....	5
Gambar I. 3	
Pangsa <i>Merchant QRIS</i> di Solo Raya Tahun 2021	8
Gambar II. 1	
<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	20
Gambar II. 2	
Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar IV. 1	
Uji Normalitas dengan P-Plot	68
Gambar IV. 2	
Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)	72

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1	
Daftar Jumlah Mahasiswa Universitas se-Soloraya.....	9
Tabel II. 1	
Penelitian Terdahulu	26
Tabel IV. 1	
Jenis Kelamin Responden	53
Tabel IV. 2	
Usia Responden.....	54
Tabel IV. 3	
Domisili Responden	54
Tabel IV. 4	
Asal Kampus Responden	55
Tabel IV. 5	
Aktivitas Responden	56
Tabel IV. 6	
Sumber Uang Saku Responden.....	57
Tabel IV. 7	
Uang Saku per Bulan Responden.....	57
Tabel IV. 8	
Pekerjaan Ayah Responden.....	58
Tabel IV. 9	
Pekerjaan Ibu Responden.....	59
Tabel IV. 10	
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kegunaan	60
Tabel IV. 11	
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	61
Tabel IV. 12	
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kompatibilitas	62
Tabel IV. 13	
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Keunggulan Relatif	64
Tabel IV. 14	
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menggunakan.....	65
Tabel IV. 15	
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kegunaan.....	66
Tabel IV. 16	
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan	66
Tabel IV. 17	
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kompatibilitas	67
Tabel IV. 18	
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Keunggulan Relatif	67

Tabel IV. 19	
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Menggunakan.....	67
Tabel IV. 20	
Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov.....	69
Tabel IV. 21	
Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel IV. 22	
Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser)	73
Tabel IV. 23	
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
Tabel IV. 24	
Hasil Uji Determinasi (R^2).....	76
Tabel IV. 25	
Hasil Uji F.....	77
Tabel IV. 26	
Tabel Hasil Uji T.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian	93
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran 3 Kuesioner Google Form	100
Lampiran 4 Plagiarisme Turnitin	104

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di era modern, membawa dampak yang cukup besar bagi sektor kehidupan manusia, salah satunya teknologi internet. Kehidupan sehari-hari manusia, sudah tidak dapat dipisahkan dari keberadaan teknologi. Peran penting teknologi yaitu memberikan kenyamanan juga kemudahan bagi manusia untuk melakukan berbagai aktivitas. Teknologi internet mampu mendukung terjadinya pertukaran informasi yang cepat ke seluruh dunia. Internet dikembangkan untuk beberapa bidang, yaitu politik, sosial, budaya, ekonomi, maupun di bidang bisnis (Indriyati & Aisyah, 2019).

Perkembangan teknologi menjangkau dunia ekonomi dan bisnis. Salah satunya adalah kemunculan sebuah model transaksi bisnis inovatif yang menggabungkan teknologi di bidang telekomunikasi dan informasi. Model transaksi tersebut dapat dilakukan melalui aplikasi yang berbasis internet, yaitu *financial technology (fintech)*. Kehadiran *fintech* merupakan sebuah bukti bahwa sektor keuangan menjadi pemicu pertumbuhan perekonomian negara. *Fintech* dimanfaatkan dalam peningkatan layanan keuangan, sehingga menjadi jalan keluar dari pertumbuhan industri berbasis elektronik (Wiratno, 2019).

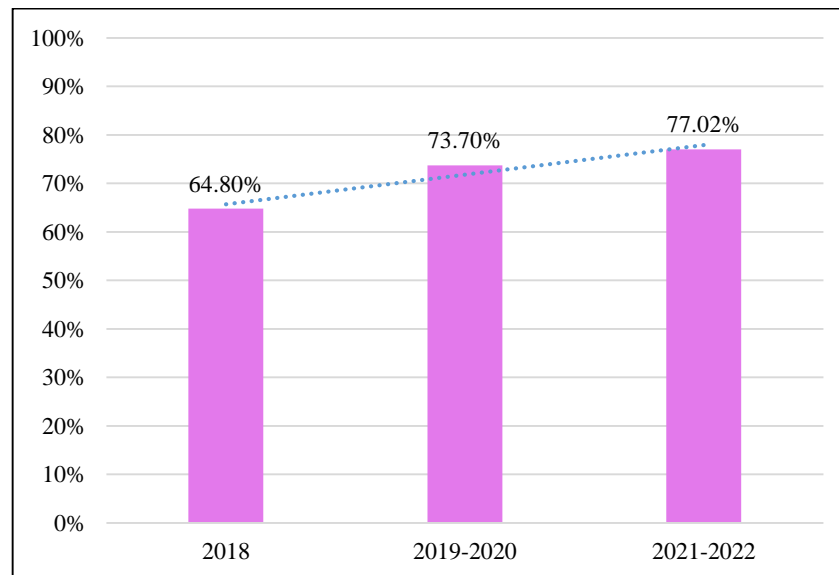
Fintech menjadi inovasi pada bidang jasa keuangan yang tidak lagi memerlukan transaksi memakai uang kertas. Kehadiran *fintech* mampu menggeser mata uang menjadi digital supaya lebih efisien. *Fintech* didefinisikan sebagai industri perusahaan yang telah menerapkan teknologi pada perangkat keuangan

dan penyebaran layanan jasa keuangan yang lebih efisien. *Fintech* juga diartikan sebagai inovasi atau pembaruan teknologi di bidang layanan keuangan berbentuk model bisnis, aplikasi, atau produk-produk yang mampu memberikan pengaruh dalam kegiatan bisnis yang berkaitan pengadaan layanan keuangan (Hiyanti et al., 2019).

Perbankan membuat produk-produk layanan keuangan yang mereka miliki menjadi digital. Hal ini karena kebiasaan nasabah yang telah beralih, semenjak kemajuan teknologi dan persaingan di dunia perbankan. Pengadopsian bank digital bermanfaat bagi pihak bank, khususnya pelayanan efisien dan efektif terhadap nasabahnya. Pemakaian bank digital berguna menambah kepuasan nasabah dalam layanan perbankan. Digitalisasi produk-produk perbankan yang ada di Indonesia, salah satunya dirangsang dengan meningkatnya penetrasi internet yang ada di kalangan masyarakat (Pratiwi, Affandy, & Rosalina, 2020).

Tercatat tingkat penetrasi internet masyarakat Indonesia adalah sebesar 77,02%, berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022. Jumlah penduduk Indonesia yang terkoneksi dengan internet yaitu sebanyak 210.026.769 jiwa, dari total populasi penduduk Indonesia pada tahun 2022, yaitu sebanyak 272.682.600 jiwa. Survei tersebut membagi tingkat penetrasi internet berdasarkan wilayah di Indonesia, di mana tingkat penetrasi internet terbesar adalah Pulau Jawa. Tingkat penetrasi internet di Pulau Jawa yaitu sebesar 43,92%. Peningkatan presentase penetrasi internet di Indonesia periode tahun 2018-2022 (Q1 atau kuartal 1) tertera pada Gambar I.1 (APJII, 2022).

Gambar I. 1
Peningkatan Presentase Penetrasi Internet Indonesia 2018-2022(Q1)



Sumber: (APJII, 2022)

Hasil dari survei penetrasi internet di Indonesia berdasarkan usia, besar tingkat penetrasi dan kontribusi internet pada usia 19-34 tahun adalah masing-masing 98,64% dan 25,68%. Artinya, mahasiswa termasuk ke dalam kategori usia pengguna internet terbanyak di Indonesia. Masyarakat umumnya menggunakan internet untuk mengakses media sosial, bekerja atau bersekolah dari rumah, mengakses informasi, bertransaksi online, dan untuk mengakses layanan keuangan. Hasil survei menunjukkan bahwa masyarakat yang menggunakan internet untuk mengakses layanan keuangan adalah sebanyak 72,32% dari total pengguna layanan internet di Indonesia (APJII, 2022).

Layanan keuangan khususnya perbankan, kini dapat diakses melalui *smartphone* yang tersambung dengan jaringan internet. Bank melakukan sebuah inovasi dengan mengadakan media layanan perbankan yang berbasis teknologi

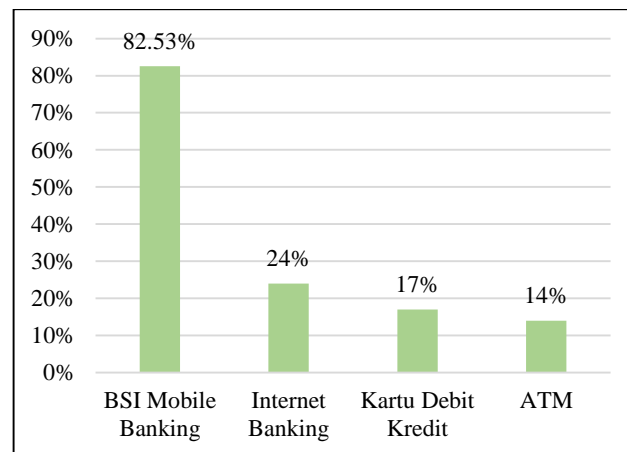
informasi, yang disebut *mobile banking (m-banking)*. *Mobile banking* adalah fasilitas layanan guna memudahkan akses dan mempercepat untuk mendapatkan informasi terbaru serta transaksi keuangan yang *real time*. Produk dari *mobile banking* yaitu media distribusi bank guna membuka rekening para nasabah dengan teknologi GPRS ponsel (Maulana, Iskandar, & Mailany, 2018).

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah salah satu perusahaan bidang perbankan yang menggunakan sistem *mobile banking*. Hal tersebut merupakan penyesuaian diri dengan keadaan saat ini, tujuannya agar mampu memaksimalkan pemanfaatan teknologi yang ada. BSI menciptakan aplikasi layanan *online* yang bernama *BSI Mobile Banking*, aplikasi yang terintegrasi oleh basis data nasabahnya agar dapat diakses sendiri dan dari pihak bank sebagai penanggung jawab. Basis data ini terkoneksi otomatis dengan beragam transaksi para nasabah. BSI sadar dengan kebutuhan nasabah-nasabahnya, sehingga terus mengupayakan pengembangan fitur-fitur aplikasi serta pelayanan perbankan berbasis syariah, terutama di bagian pelayanan aplikasi *mobile banking* (Febrianti, Hidayah, Abdullah, & Lawita, 2021).

Penggunaan *BSI Mobile Banking* menunjukkan adanya peningkatan tahun 2021. *BSI Mobile Banking* tidak hanya menyediakan layanan perbankan dan transaksi keuangan saja, melainkan aktivitas lain yang berkaitan erat dalam keseharian nasabah. Nasabah BSI yang akan bertransaksi dipermudah melalui fasilitas *wire transfer*, belanja *online*, transaksi QRIS, isi ulang pulsa, pembelian token listrik, isi ulang *e-wallet*, dan pembayaran biaya sekolah. *BSI Mobile Banking* juga menyediakan produk tabungan BSI E-Mas dan Gadai Emas secara

online. peningkatan penggunaan *BSI Mobile Banking* tahun 2021 tertera pada Grafik 1.3 (Ningsih & Nasution, 2023).

Gambar I. 2
Volume Transaksi *Channel Digital Banking* BSI Tahun 2021



Sumber: (Ningsih & Nasution, 2023)

BSI menjadi salah satu lembaga perbankan yang sedang giat melakukan peningkatan untuk pelayanannya. Salah satu peningkatan layanannya adalah implementasi *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. QRIS adalah inovasi fitur pembayaran terbaru di *BSI Mobile Banking*. QRIS berupa kode QR atau *QR Code* yang diterbitkan Bank Indonesia (BI) dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) untuk transaksi pembayaran. Kode QR mampu membuat pembayaran yang dilakukan oleh nasabah sehingga lebih efektif. Para pedagang dan bank digital telah mengadopsi layanan jasa ini, agar terciptanya masyarakat non tunai atau *cashless society* (Febrianti et al., 2021).

QRIS perdana diluncurkan di Kantor Pusat Bank Indonesia dan secara bersamaan di Kantor Perwakilan Bank Indonesia di setiap daerah pada 17

Agustus 2019, yang bertepatan dengan HUT RI yang ke-74. Penerapan QRIS sudah wajib dilaksanakan sejak 1 Januari 2020 pada seluruh pembayaran digital di seluruh wilayah Indonesia dengan fasilitas kode QR (Kosadi, Jaya, & Hamdani, 2021). Kini QRIS dapat digunakan di semua daerah yang sudah menyediakan *merchant*. Perkembangan QRIS merupakan kolaborasi otoritas di daerah, pusat, industri, dan masyarakat guna mempercepat digitalisasi bidang ekonomi khususnya di sektor layanan keuangan (Saputri, 2020).

Sistem pembayaran non tunai QRIS diluncurkan di Kota Solo pada tanggal 3 September 2021 oleh Bank Indonesia. Artinya, QRIS baru diresmikan di Kota Solo setahun setelah diterbitkan ketentuan pelaksanaan QRIS di Indonesia. Peluncuran ini dipimpin oleh Walikota Solo Gibran Rakabuming Raka yang berlangsung di Pasar Gede Harjonagoro Solo. Masyarakat baik pedagang juga pembeli, diharapkan bisa melakukan transaksi secara non tunai. Gibran menyampaikan dengan adanya QRIS dapat mempermudah kegiatan jual beli serta memberikan rasa aman (Burhani, 2021).

Pembentukan kelompok masyarakat non tunai masih terbatas akibat demografi penduduk di Indonesia yang sangat beragam. Masyarakat masih banyak yang menggunakan uang tunai. Perilaku tersebut tercermin dari maraknya transaksi yang dilakukan berbasis elektronik, namun tujuan penggunaannya mencairkan uang elektronik ke bentuk tunai. Pihak penyelenggara keuangan digital diimbau dapat menjaga sistemnya dari ancaman kecurangan dan penipuan. Faktanya, transaksi yang dilakukan secara tunai oleh masyarakat mulai menurun, tetapi masih cukup besar. Tahun 2019, transaksi tunai sebanyak 60%, kemudian

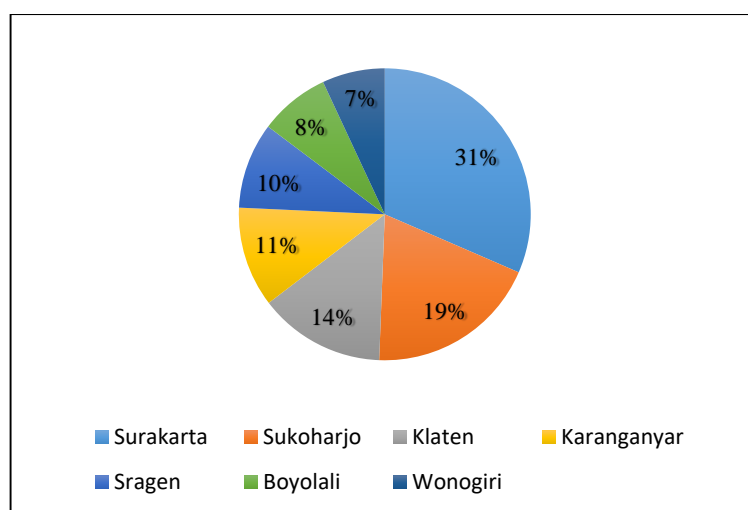
menjadi 59% pada tahun 2021. Sedangkan transaksi non tunai hanya naik dari 18% ke 20% (Ardianto, 2022).

BSI terus meningkatkan layanan non tunai pada nasabah. Selain itu, BSI juga menawarkan *reward* menarik kepada nasabah setianya. Demi kenyamanan nasabah, BSI terus mengupayakan pengoptimalan layanan QRIS melalui aplikasi BSI *Mobile Banking* (Diana, Hadining, & Fitriani, 2020). Periode Januari-Juni 2022, QRIS BSI mencapai total transaksi sebanyak 2,7 juta transaksi atau senilai Rp 524 miliar. Jumlah yang jauh lebih tinggi jika dibandingkan periode sama pada tahun sebelumnya, yang berjumlah 459.000 transaksi atau senilai dengan Rp 37 miliar. Periode Juni 2022, jumlah pengguna BSI *Mobile Banking* telah mencapai 4,07 juta. Presentase pengguna BSI *Mobile Banking* naik sebesar 81% per tahun, dengan transaksi kumulatif per Juni 2022 sebanyak 117,72 juta transaksi, sehingga memberikan kontribusi keuntungan (*fee based income*) senilai Rp 119 miliar (Walfajri, 2022).

Pertumbuhan QRIS dapat mendorong perubahan ekonomi digital dan keuangan yang inklusi dan efisien untuk perekonomian Indonesia. Salah satu bentuk upaya dalam mendorong digitalisasi ekonomi, BI Solo menggelar *roadshow* sosialisasi QRIS di tujuh kabupaten yang ada di Solo Raya, yaitu Surakarta Sukoharjo, Klaten, Karanganyar, Boyolali, Wonogiri, dan Sragen. Pangsa *merchant* QRIS paling besar adalah Kota Surakarta sebesar 31,65%, disusul Sukoharjo 19,19%, Klaten 14,07%, Karanganyar 11,16%, Sragen 9,57%, Boyolali 7,83%, dan Wonogiri 6,98%. Presentase pangsa *merchant* QRIS tersebut dapat dilihat pada Gambar I. 4. Pemakaian QRIS ini telah menargetkan

sejumlah sektor, yaitu warung makan atau restoran, toko oleh-oleh, swalayan, pasar tradisional, rumah sakit, pondok pesantren, perguruan tinggi, dan tempat ibadah di seluruh daerah (Trisnaningtyas, 2021).

Gambar I. 3
Pangsa *Merchant* QRIS di Solo Raya Tahun 2021



Sumber: (Trisnaningtyas, 2021)

Tersedianya *merchant* QRIS yang semakin menyebar ke wilayah-wilayah kabupaten di Solo Raya, dapat memudahkan para mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi yang terletak di Solo Raya. Mahasiswa di perguruan tinggi adalah sasaran yang paling kompeten dalam konteks penerimaan inovasi teknologi, serta memiliki peran yang penting dalam peningkatan digitalisasi keuangan tersebut. Oleh karena itu, terdapat kemungkinan besar bahwa para mahasiswa di Solo Raya banyak yang memilih untuk menjadi pengguna BSI *Mobile Banking* (APJII, 2022).

Tabel I. 1
Daftar Jumlah Mahasiswa Universitas se-Soloraya

Nama Universitas	Jumlah Mahasiswa
Perguruan Tinggi Negeri Umum	
Universitas Sebelas Maret (UNS)	36.306
Perguruan Tinggi Islam Negeri	
UIN Raden Mas Said Surakarta (UIN SAID)	20.077
Perguruan Tinggi Swasta	
Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS)	32.909
Universitas Slamet Riyadi (UNISRI)	4.875
Universitas Veteran Bangun Nusantara	4.579
Universitas Duta Bangsa (UDB)	4.487
Universitas Setia Budi Surakarta (USB)	3.121
Universitas Kusuma Husada Surakarta (UKH)	2.726
Universitas Tunas Pembangunan (UTP)	2.691
Universitas Widya Dharma Klaten	2.154
Universitas Nahdlatul Ulama (UNU)	2.095
Universitas Islam Batik (UNIBA)	1.897
Universitas Aisyiyah Surakarta (UAS)	1.894
Universitas Sahid Surakarta (USAHID)	1.494
Universitas Boyolali (UNBOY)	705
Universitas Kristen Surakarta (UKS)	175

Sumber: (PDDikti, 2022)

Tabel I.1 menyajikan data jumlah mahasiswa dari Universitas di Solo Raya. Perguruan Tinggi Negeri Umum ada Universitas Sebelas Maret (UNS) dengan jumlah mahasiswa sebanyak 36.306. Perguruan Tinggi Islam Negeri terdapat Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta (UIN SAID) dengan mahasiswa yang berjumlah 20.077. Selanjutnya, Perguruan Tinggi Swasta di Solo Raya terdapat beberapa universitas, tetapi yang memiliki jumlah mahasiswa terbanyak adalah Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) dengan jumlah mahasiswa sebanyak 32.909. Penelitian dapat dilakukan dengan menguji persepsi

mahasiswa dari beberapa universitas yang berbeda dalam menggunakan QRIS BSI (PDDikti, 2022).

Masyarakat dalam menggunakan QRIS memiliki preferensi untuk setiap transaksi-transaksinya berdasarkan karakteristik atau persepsi yang mendorong minat dalam bertransaksi menggunakan QRIS. Penggunaan uang elektronik atau QRIS terdapat beberapa persepsi atau karakteristik yang digunakan untuk mengukur minat dan preferensi konsumen dalam menggunakannya. Masyarakat mempertimbangkan banyak faktor sebelum menggunakan media transaksi perbankan berbasis elektronik atau *mobile banking*. Semakin berguna dan semakin mudah penggunaannya, maka semakin besar tingkat penerimaan pengguna terhadap pemakaian teknologi sistem informasi. Perilaku penerimaan tersebut dapat ditaksir melalui teori *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan tujuan dapat melihat tingkat penerimaan oleh para pengguna terhadap teknologi tersebut (Fadlan & Dewantara, 2018).

TAM dibuat khusus sebagai landasan penerimaan teknologi yang merupakan adaptasi dari *Theory Reasoned Action (TRA)* yang diprakarsai oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Konsep TAM dicetuskan oleh Davis tahun 1989 sebagai suatu teori dasar guna memahami tingkah laku pengguna atau konsumen dalam menerima atau menggunakan suatu sistem informasi. TAM menjadi model yang sering digunakan berbagai penelitian terkait pengadopsian inovasi teknologi informasi yang baru. TAM merupakan gambaran mengenai hal-hal berkaitan dengan penerimaan teknologi sehingga mampu memperjelas perilaku para pengguna teknologi (Elhajjar & Ouaida, 2019).

Konsep TAM menjadi dasar dalam mempelajari perilaku pengguna teknologi untuk menerima dan memakai sistem informasi. Keinginan mengadopsi sistem teknologi tertentu dipengaruhi oleh faktor kemudahan penggunaan dan kegunaan. Rasa percaya pada diri individu dapat dijadikan dasar inti guna mengetahui tingkat kemudahan dan manfaat inovasi teknologi yang dirasakan. Rasa percaya tersebut merupakan bentuk sikap yang akan tercermin dalam pemakaian, kemudian menuju niat atau minat untuk menggunakan suatu inovasi teknologi (Almaiah & Mulhem, 2019).

Penulis menggunakan TAM yang diperluas oleh penggabungan konstruksi tambahan dari Teori Difusi Inovasi atau *Innovation Diffusion Theory* (IDT). Konstruksi tambahan ini, mencakup persepsi keunggulan relatif dan persepsi kompatibilitas yang dirasakan (Anjelina, 2018). IDT meneliti minat individu dari segi faktor-faktor yang diduga memengaruhi penggunaan QRIS BSI. Rogers menciptakan buku *Diffusion of Innovation* (1983) yang berisi tentang Teori Difusi Inovasi. Karakteristik dapat mengurangi ketidakpastian tentang inovasi yang mampu memengaruhi adopsi individu pada produk-produk teknologi terbaru (Purwantini & Anisa, 2018).

Individu mengadopsi inovasi dari suatu teknologi dengan mempertimbangkan beberapa faktor. Kepercayaan muncul dari individu bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi dapat meningkatkan kinerja individu tersebut (Wandira, Fauzi, Azim, & Annas, 2022). Menurut Caroline dan Hastuti (2021), persepsi kegunaan adalah rasa percaya seseorang bahwa dalam penggunaan teknologi akan menaikkan kemampuan kerja dan aktivitas mereka.

Ketika seseorang merasakan manfaat atau kegunaan dari pemanfaatan teknologi tertentu, maka akan terbangun hubungan positif dari persepsi kegunaan. Hal tersebut dibuktikan dalam penelitian (Wandira, et al., 2022; Rampen & Sihotang, 2021; Caroline & Hastuti, 2021; Kurniawati, 2018), yang menyimpulkan bahwa persepsi kegunaan memberi pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Seseorang akan mengadopsi sebuah teknologi jika ia merasa terbantu dengan adanya teknologi tersebut. Akan tetapi, penelitian (Budiatin & Rustiyaningsih, 2021; Budiastuti & Muid, 2020; Aulia & Suryanawa, 2019; Anjelina 2018) menyimpulkan bahwa minat menggunakan *e-money* tidak dipengaruhi oleh persepsi kegunaan. Artinya, konsumen di Indonesia belum merasakan adanya kegunaan pada penggunaan *e-money* atau penyebarannya belum merata.

Faktor lainnya yang menjadi pertimbangan sebelum menggunakan suatu teknologi yaitu persepsi kemudahan penggunaan. Menurut Rizky, persepsi kemudahan penggunaan merupakan rasa kepercayaan individu bahwa mengadopsi sistem bisa sedikit bebas dari usaha (Rizky, Yasa, & Wahyuni, 2018). Sistem yang penggunaannya mudah, akan meningkatkan minat bagi calon penggunanya. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Owusu, Bekoe, Yobo, & Otiaku, 2020; Abbas et al., 2018; Rizky et al., 2018; Kurniawati, 2018), yang menghasilkan bahwa minat menggunakan *e-banking* pada UMKM dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan secara signifikan. Layanan yang disediakan dalam *e-banking* dianggap mudah untuk digunakan para pelaku UMKM, sehingga mereka memiliki minat menggunakan *e-banking*. Pelaku UMKM diuntungkan

menjadi lebih fokus dalam pengembangan usahanya, karena tidak membutuhkan waktu yang lama saat bertransaksi. Akan tetapi, penelitian (Gunawan & Mujilan, 2021; Budiatin & Rustiyarningsih, 2021; Saputri, 2020; Thaker, Pitchay, Thaker, & Amin, 2019) menghasilkan bahwa minat menggunakan layanan *mobile banking* syariah tidak dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan. Usia responden berkaitan dengan penggunaan komputer, sebab semakin bertambahnya usia dapat menurunkan kemampuan responden untuk mengoperasikan teknologi yang lambat.

Perubahan yang terjadi terus-menerus pada teknologi, harus mengimbangi kesesuaian terhadap penggunaannya. Persepsi kesesuaian atau persepsi kompatibilitas diartikan sebagai tingkat keserasian inovasi tertentu, akankah dianggap sesuai atau konsisten dengan adanya nilai-nilai, pengalaman, dan kebutuhan (Nuraini & Andriani, 2020). Persepsi kompatibilitas sangat penting saat memutuskan niat dalam rangka mengadopsi suatu pembaruan. Layanan *fintech* yang tidak berlawanan dengan nilai-nilai masyarakat dan berfaedah bagi penggunaannya dapat diterapkan untuk sehari-hari. Adanya pengaruh signifikan persepsi kompatibilitas terhadap minat menggunakan, dibuktikan dalam penelitian (Nuraini & Andriani, 2020; Akmalia & Rikumahu, 2020; Indriyati & Aisyah, 2019; Siregar & Baridwan, 2019). Kesesuaian dengan pengalaman individu memengaruhi dalam rangka mengadopsi layanan *fintech*. Apabila layanan *fintech* lebih mudah digunakan dibandingkan sistem yang sebelumnya, maka individu akan lebih cepat dalam mengadopsi layanan tersebut. Akan tetapi, penelitian (Elhajjar & Ouaida, 2019; Almaiah & Mulhem, 2019; Anjelina, 2018; Purwantini

& Anisa, 2018) berbanding terbalik, yang menghasilkan bahwa persepsi kompatibilitas tidak memengaruhi minat menggunakan media sosial. Sebagian pemilik UMKM memilih untuk menyerahkan media sosialnya kepada tenaga ahli di bidangnya. Suatu inovasi jika tidak sesuai dengan nilai, norma, pengalaman, dan kebutuhan para calon penggunanya, maka inovasi tersebut akan menjadi sulit untuk diterima oleh masyarakat sebagai calon penggunanya.

Kelebihan yang dapat ditemukan pada inovasi merupakan daya tarik bagi konsumen *fintech* dalam mengadopsi inovasi tersebut. Menurut Roger, persepsi keunggulan relatif yaitu tingkat kelebihan dari suatu pembaruan teknologi, apakah inovasi tersebut dianggap lebih unggul daripada produk yang dikembangkannya (Owusu, Bekoe, Yobo, & Otioku, 2020). Kinerja dari suatu inovasi yang memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan produk penggantinya, maka muncul motivasi untuk beralih ke inovasi tersebut. Pengguna akan cenderung berminat mengadopsi teknologi baru, jika mereka merasa teknologi tersebut menawarkan keunggulan dibandingkan yang sudah ada. Sesuai penelitian (Owusu et al., 2020; Indriyati & Aisyah, 2019; Thaker et al., 2019; Abbas et al., 2018), yang menghasilkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada hubungan persepsi keunggulan relatif terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini memberikan indikasi bahwa ketika nasabah menganggap *mobile banking* lebih menguntungkan, mereka akan memiliki niat yang lebih besar untuk mengadopsi *mobile banking*. Akan tetapi, pernyataan tersebut tidak didukung penelitian (Kosadi et al., 2021; Diana, Hadining, & Fitriani, 2020; Wiratno, 2019; Yuniarti, 2019), bahwa persepsi keunggulan relatif tidak memengaruhi minat menggunakan

uang elektronik. Suatu inovasi akan diadopsi oleh masyarakat apabila memiliki sebuah keunggulan dibandingkan yang lainnya. Namun, kini semakin banyak masyarakat beralih ke inovasi, maka keunggulan yang ditawarkan akan semakin berkurang. Oleh karena itu, masyarakat tidak mudah tergiur dengan persepsi keunggulan relatif yang ditawarkan dari sebuah pembaruan teknologi.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik melakukan penelitian ini karena untuk memahami faktor apa saja yang akan memengaruhi minat menggunakan fitur pembayaran QRIS BSI pada mahasiswa Solo Raya. Berbagai inovasi dari fitur layanan akan memengaruhi penerimaan oleh para penggunanya sebagai bentuk kepercayaan terhadap fitur layanan tersebut. Fitur layanan yang bermanfaat dan mudah dalam penggunaannya mampu mendorong konsumen yang mengarah ke peningkatan jumlah pengguna. Persepsi kompatibilitas dan persepsi keunggulan relatif menjadi pertimbangan dalam mengetahui kesesuaian dan keunggulan dari QRIS BSI. Hal tersebut yang menjadi dasar pada penelitian ini. Penulis tertarik melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Solo Raya Menggunakan QRIS BSI”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Bedasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan, maka masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Periode Januari-Juni 2022, jumlah pengguna BSI *Mobile Banking* telah mencapai 4,07 juta. Sedangkan total transaksi QRIS BSI periode Januari-Juni 2022, hanya sebanyak 2,7 juta transaksi atau senilai Rp 524 miliar. Total

transaksi tersebut masih sedikit dibandingkan dengan jumlah pengguna BSI *Mobile Banking*.

2. Bank menghadirkan fitur pembayaran baru yang dapat dilakukan secara elektronik. QRIS pertama kali diluncurkan Bank Indonesia tahun 2019. Sedangkan di Kota Solo, baru dilakukan peluncuran QRIS oleh Walikota Gibran Rakabuming Raka pada tahun 2021. Pemerataan sistem pembayaran elektronik di Indonesia sedikit terhambat karena demografi penduduk yang cukup beragam.
3. Uang tunai masih banyak digunakan oleh masyarakat, mungkin karena sebagian masyarakat belum sepenuhnya percaya terhadap digitalisasi. Transaksi di tengah masyarakat secara tunai bergerak turun, tetapi masih relatif besar. Tahun 2019, transaksi tunai sebanyak 60%, kemudian menjadi 59% pada tahun 2021. Sedangkan transaksi non tunai hanya naik dari 18% ke 20%, mengalami kenaikan tetapi tergolong kecil.

1.3 Batasan Masalah

Penulis memfokuskan bahasan masalah agar tidak menyimpang dari apa yang diinginkan penulis. Batasan penelitian ini adalah hanya meneliti mahasiswa perguruan tinggi di Solo Raya, yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Mas Said Surakarta, dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Sebelas Maret (UNS) pengguna BSI *Mobile Banking*. Penulis hanya fokus pada Teori Model Penerimaan Teknologi atau *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan variabel persepsi kegunaan

dan persepsi kemudahan penggunaan, serta Teori Difusi Inovasi atau *Innovation Diffusion Theory* (IDT) dengan variabel persepsi kompatibilitas dan persepsi keunggulan relatif terhadap minat menggunakan QRIS BSI.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan QRIS BSI?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan QRIS BSI?
3. Apakah persepsi kompatibilitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan QRIS BSI?
4. Apakah persepsi keunggulan relatif berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan QRIS BSI?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat mahasiswa menggunakan QRIS BSI.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa menggunakan QRIS BSI.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kompatibilitas terhadap minat mahasiswa menggunakan QRIS BSI.

4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi keunggulan relatif terhadap minat mahasiswa menggunakan QRIS BSI.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian sederhana ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat menjadi pengembangan ilmu, tambahan wawasan, dan kematangan ilmu yang kedepannya menjadi bekal dalam menghadapi perkembangan dan kemajuan teknologi.
2. Secara praktis, bagi pembuat kebijakan diharapkan penelitian sederhana ini dapat dijadikan tambahan pertimbangan untuk memutuskan kebijakan dalam pengembangan di bidang layanan jasa bank syariah di masa mendatang. Bagi masyarakat umum, diharapkan penelitian sederhana ini dijadikan informasi tambahan mengenai layanan lembaga keuangan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan panduan dan referensi ilmu pengetahuan dalam penelitian di masa mendatang mengenai penerimaan teknologi informasi.

1.7 Jadwal Penelitian

(Terlampir)

1.8 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan penelitian yang diangkat oleh penulis. Teori-teori yang digunakan berkaitan erat dengan penelitian. Selain itu, pada bab ini juga memuat penelitian-penelitian terdahulu, baik penelitian serupa maupun yang berhubungan erat dengan tema penelitian yang diangkat penulis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan waktu dan wilayah, jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan mengenai pengujian dan hasil analisis data, serta pembahasan hasil analisis data (pembuktian hipotesis).

BAB V PENUTUP

Bab ini memaparkan mengenai informasi yang diperoleh penulis dari penelitian yang tergabung dalam kesimpulan. Sementara, mengenai keterbatasan pada penelitian ini dapat ditutup dengan saran yang dapat dipertimbangkan terhadap hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

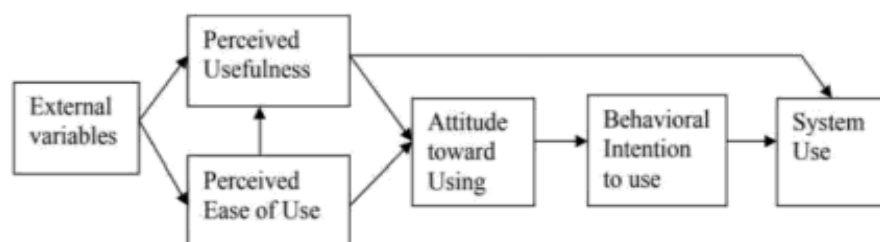
2.1 Kajian Teori

2.1.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Teori TAM pertama kali dikenalkan oleh Davis tahun 1986. Rancangan teori TAM adalah penyempurnaan dari *Theory Reasoned Action (TRA)* yang dimodelkan untuk penerimaan suatu sistem informasi oleh pengguna. Teori TAM dapat menjelaskan sikap atau perilaku pengguna di berbagai teknologi komputasi, model ini tidak untuk memprediksi saja, tetapi juga dapat mendeskripsikan dan mengidentifikasi alasan sistem tertentu diterima oleh pengguna. Tujuan utama TAM yaitu menjadi dasar untuk mengidentifikasi dampak dari faktor eksternal terhadap keyakinan, sikap, dan niat (Davis, 1986).

Gambar II. 1

Technology Acceptance Model (TAM)



Sumber: (Davis, 1986)

Teori TAM terdapat dua keyakinan yaitu persepsi kegunaan atau *Perceived Usefulness (PU)* dan persepsi kemudahan penggunaan atau *Perceived Ease of Use (PEOU)*. Beberapa penelitian telah menemukan beberapa variabel terkait dengan

sikap dan penggunaan, lalu TAM mendalilkan bahwa penggunaan suatu sistem informasi ditentukan oleh minat penggunaan atau *Intention to Use* (ITU) (Davis, 1986).

a. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kegunaan merupakan seberapa jauh seseorang percaya terhadap sistem tertentu untuk meningkatkan kinerjanya. Definisi menurut Phonthanukitithaworn, yaitu seberapa jauh seseorang menaruh percaya terhadap penggunaan layanan *mobile payment* dapat meningkatkan tingkat produktivitas saat bertransaksi pembayaran. Misalnya konsumen percaya terhadap layanan *mobile payment* mampu menyelesaikan pekerjaan secara efektif dan efisien. Konsumen akan merasa nyaman untuk memakai layanan ini tanpa perlu mengeluarkan uang tunai saat bertransaksi pembayaran di manapun dan kapanpun (Anjelina, 2018).

b. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Kemudahan penggunaan teknologi menjadi faktor yang memiliki kaitan terhadap sikap seseorang untuk menggunakan teknologi baru. Persepsi ini merupakan dampak sudut pandang individu yang berbeda tentang kemudahan penggunaan. Persepsi kemudahan penggunaan dianggap sebagai tolok ukur kepercayaan para pengguna untuk memandang inovasi teknologi merupakan hal yang tidak membutuhkan banyak usaha. Persepsi kemudahan penggunaan sebagai bagian terpadu TAM yang berguna mengukur tingkat penerimaan teknologi pengguna (Musyaffi & Kayati, 2019).

c. Minat Menggunakan (*Intention to Use*)

Minat menggunakan merupakan tingkah laku atau perilaku individu untuk melakukan hal tertentu secara spontan. Menurut Davis minat menggunakan merupakan sebuah kecenderungan tingkah laku untuk selalu menggunakan teknologi tertentu. Ketika konsumen puas terhadap sistem teknologi informasi yang digunakan, maka muncul kecenderungan untuk selalu menggunakan sistem tersebut. Hal ini dikarenakan, tingkat pengadopsian sistem teknologi informasi akan memberikan manfaat untuk penggunanya. Penggunaan tersebut menambah pengalaman penggunanya (Musyaffi & Kayati, 2019).

2.1.2 Innovation Diffusion Theory (IDT)

Teori Difusi Inovasi merupakan teori yang pertama kali diperkenalkan oleh Everett M. Rogers dalam bukunya (1983) *Diffusion of Innovation*. Rogers mendefinisikan difusi sebagai suatu proses di mana suatu inovasi diteruskan melalui perantara khusus selama periode waktu tertentu, dimulai dengan anggota sistem sosial. Rogers juga mengatakan bahwa inovasi adalah ide, praktik, atau konsep yang dianggap baru oleh individu dan kemudian diterima oleh individu (Khoirina, Alfina, & Setyo, 2021).

Proses difusi inovasi merupakan atribut inovasi yang mampu menurunkan ketidakpastian dari sebuah inovasi. Karakteristik inovasi meliputi: persepsi keunggulan relatif (*perceived relative advantage*), persepsi kompatibilitas (*perceived compatibility*), kerumitan (*complexity*), dapat diuji (*trialability*), dan dapat dilihat (*observability*). Penulis menggunakan dua variabel dari Teori Difusi Inovasi, antara lain (Anjelina, 2018):

a. Persepsi Kompatibilitas (*Perceived Compatibility*)

Menurut Kotler dan Keller, persepsi kompatibilitas merupakan korelasi inovasi teknologi dengan nilai, norma, dan pengalaman individu. Tingkat kesesuaian atau keserasian suatu inovasi, yaitu keselarasan dengan nilai, pengalaman, dan kebutuhan yang ada. Jika sebuah inovasi tidak sesuai nilai dan standar yang dianut oleh pengguna atau bertentangan dengannya, maka sulit bagi pengguna untuk menerima inovasi tersebut. Persepsi kompatibilitas menurut ahli lainnya, yaitu sejauh mana inovasi harus sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman, dan kebutuhan pengguna potensial (Wulandari, Bangsawan, & Bursan, 2018).

b. Persepsi Keunggulan Relatif (*Perceived Relative Advantage*)

Menurut Kotler dan Keller, persepsi keunggulan relatif merupakan tingkat inovasi terlihat lebih bagus dibandingkan dengan produk lama. Pengukuran dilakukan berdasarkan segi ekonomi, prestasi sosial, kenyamanan, dan kepuasan. Semakin baik pengguna merasakan keunggulan relatif, semakin mudah mengadopsi inovasi. Persepsi keunggulan relatif yang dirasakan adalah sejauh mana pengguna menerima inovasi untuk menginterpretasikan peningkatan, baik efektivitas atau efisiensi, dibandingkan dengan metode yang ada (Wulandari et al., 2018).

Persepsi keunggulan relatif merupakan seberapa banyak suatu inovasi teknologi dipandang sebagai lebih disukai atau lebih baik daripada teknologi sebelumnya. Persepsi keunggulan diperkirakan dari beberapa perspektif, yaitu keuangan, perbedaan sosial, dan pemenuhan kebutuhan. Semakin terlihat manfaat

keseluruhan yang dirasakan oleh pengguna, semakin cepat inovasi dapat diterima oleh penggunanya (Owusu et al., 2020).

2.1.3 Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) adalah standarisasi pembayaran kode QR nasional yang telah dipatenkan oleh Bank Indonesia (BI) guna memfasilitasi transaksi pembayaran di Indonesia. QRIS merupakan pembayaran digital yang dimanfaatkan sebagai fasilitas pembayaran melalui aplikasi elektronik seperti dompet digital. QRIS menjadi sebuah gagasan yang dibuat oleh BI bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) untuk menghadapi keberagaman kode QR yang dimiliki setiap dompet digital. Oleh karena itu, perlu standarisasi sebagai upaya efektivitas guna mempermudah para pedagang dalam penyesuaian pembayaran tanpa banyak kode batang (*barcode*) pembayaran dompet digital (Widayati, 2018).

QR Code pada QRIS berbentuk kode batang (*barcode*) dengan algoritma tertentu yang hanya terbaca oleh *barcode reader* atau kamera *smartphone*. Sumber dana dalam transaksi QRIS berupa tabungan atau bentuk instrumen pembayaran kartu kredit, kartu debit, dan uang elektronik dengan media penyimpanan *server based* pada lembaga yang disetujui oleh BI. Nominal transaksi QRIS maksimal sebesar Rp 10.000.000,00 per transaksi atau sesuai dengan ketentuan dari penyelenggara atau penerbit (Bank Indonesia, 2020).

Kode QR pada ketentuan Bank Indonesia No.21/18/PADG/2019 merupakan kode dua dimensi yang terdiri dari penanda tiga pola persegi di sudut kiri bagian

bawah, sudut kiri bagian atas, dan sudut kanan bagian atas. Kode QR memiliki modul hitam, yang merupakan titik persegi atau piksel, dan dapat menyimpan informasi alfanumerik, karakter, dan simbolik untuk mendukung transaksi pembayaran nirsentuh dengan pemindaian. BI sebagai pengatur sistem pembayaran, mendorong pelaksanaan dan peredaran uang elektronik. Tujuannya adalah untuk meminimalkan jumlah uang kartal yang beredar di masyarakat Indonesia (Saputri, 2020).

E-payment merupakan sistem pembayaran berbasis digital melalui perangkat seluler yang menerapkan teknologi komunikasi tanpa kabel dan komponen teknologi komunikasi lain. Pengguna *e-payment* melakukan pembayaran hanya dengan mengoperasikan perangkat seluler. BI sebagai gerbang pembayaran nasional (GPN) menetapkan standar kode QR untuk pembayaran untuk memfasilitasi pembayaran digital di Indonesia (QRIS) dengan mengintegrasikan berbagai instrumen dan saluran pembayaran di seluruh negeri (Saputri, 2020).

Manfaat QRIS bagi pengguna adalah transaksi pembayaran menjadi lebih cepat dan terlindungi, karena penyelenggara QRIS atau *merchant* yang menggunakan QRIS sudah pasti mendapatkan izin dan diawasi oleh BI. Proses pembayaran harus melalui tahapan-tahapan sederhana agar transaksi berjalan lancar. Bukti transaksi sudah otomatis tercatat di riwayat transaksi akun pengguna (Bank Indonesia, 2020). Cara pembayaran digital yaitu (Saputri, 2020):

1. Pihak penjual atau *merchant* cukup menyediakan kode QR.

2. Konsumen melakukan *scan* atau pengunduhan kode QR melalui perangkat atau akun pengguna.
3. Tunggu beberapa saat hingga transaksi pembayaran berhasil. Perhatikan saldo yang tersedia pada aplikasi *e-wallet* dan perhatikan kestabilan koneksi jaringan internet.
4. Transaksi berhasil dan bukti transaksi sudah otomatis tercatat di riwayat transaksi akun pengguna.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada penelitian-penelitian terdahulu. Beberapa hasil penelitian dalam bentuk jurnal yang digunakan sebagai acuan, yaitu:

Tabel II. 1
Penelitian Terdahulu

No.	Judul, Peneliti, Tahun	Variabel	Metode	Hasil
1.	<i>Customer Acceptance Analysis of Islamic Bank of Indonesia Mobile Banking Using Technology Acceptance Model (TAM)</i> (Wandira et al., 2022)	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi kegunaan • Persepi kemudahan penggunaan • Keamanan • Pengaruh manusia • Minat menggunakan • Sikap menggunakan 	<i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	Pengaruh manusia berpengaruh positif terhadap kemudahan penggunaan. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap persepsi kegunaan dan sikap penggunaan.

				Persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan. Keamanan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan.
2.	Analisis Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i> terhadap Transaksi Pembayaran Menggunakan Metode <i>Extended TAM</i> (Rampen & Sihotang, 2021)	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi kemudahan penggunaan • Persepsi kegunaan • Sikap penggunaan • Minat menggunakan • Perilaku penggunaan • Pengalaman 	<i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	Pengalaman berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap persepsi kegunaan dan sikap penggunaan. Persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap penggunaan dan perilaku penggunaan. Persepsi kegunaan berpengaruh positif tidak signifikan

				terhadap persepsi kegunaan dan sikap penggunaan. Persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap penggunaan dan perilaku penggunaan. Persepsi kegunaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menggunakan.
3.	Penerimaan Teori TAM terhadap Penggunaan <i>Mobile Payment</i> dengan Kompatibilitas sebagai Variabel Eksternal (Wahyudi & Yanthi, 2021)	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi kegunaan • Persepsi kemudahan penggunaan • Kompatibilitas • Sikap penggunaan • Minat menggunakan 	<i>Structural Equation Modelling -Partial Least Square (SEM-PLS)</i>	Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kompatibilitas berpengaruh signifikan positif terhadap sikap penggunaan. Sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan.
4.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan <i>Fintech Syariah</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi kegunaan • Persepsi kemudahan penggunaan • Kepercayaan • Risiko 	<i>Structure Equation Model Partial Least Square</i>	Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, risiko, dan

	(Misissaifi & Sriyana, 2021)	<ul style="list-style-type: none"> • Sikap • Minat menggunakan 	(SEM-PLS)	sikap berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap sikap dalam menggunakan.
5.	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Kepercayaan, dan <i>Computer Self Efficacy</i> terhadap Minat Penggunaan e-SPT pada Pemilik Usaha Mikro dan Kecil di Kota Madiun (Gunawan & Mujilan, 2021)	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi kegunaan • Kemudahan penggunaan • Kepercayaan • <i>Computer self efficacy</i> • Minat menggunakan 	Analisis regresi linier berganda	Variabel persepsi kegunaan, kepercayaan, dan <i>computer self efficacy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-SPT. Sedangkan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan e-SPT.
6.	Intensi Adopsi <i>E-Commerce</i> dan Aplikasi Sistem Akuntansi (Kosadi et al., 2021)	<ul style="list-style-type: none"> • Kompatibilitas • Keunggulan relatif • Kompleksitas • <i>Trialability</i> • <i>Observability</i> • <i>Online sales</i> • Minat menggunakan 	<i>Structure Equation Model Partial Least Square</i> (SEM-PLS)	Kompatibilitas dan <i>observability</i> berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. <i>Trialability</i> , kompleksitas, keunggulan relatif, dan <i>online sales</i> tidak berpengaruh

				signifikan terhadap minat menggunakan. Minat menggunakan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aktual (<i>actual usage</i>).
7.	<i>Factors Affecting the Behavioral Intention to Adopt Mobile Banking an International Comparison</i> (Ho, Wu, Lee, & Pham, 2020)	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi kegunaan • Persepsi kemudahan penggunaan • Kompatibilitas • <i>Trialability</i> • Minat menggunakan 	<i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kompatibilitas, dan <i>trialability</i> berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan.
8.	<i>Mobile Banking Adoption among the Ghanaian Youth</i> (Owusu et al., 2020)	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi kegunaan • Persepsi kemudahan penggunaan • Kompleksitas • Keunggulan relatif • Persepsi risiko • Persepsi biaya • Minat menggunakan 	<i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	Keunggulan relatif berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Kompleksitas, persepsi risiko, dan persepsi biaya tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan. Kompleksitas berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Keunggulan relatif berpengaruh terhadap persepsi

				kegunaan.
9.	Analisis Faktor yang Memengaruhi Adopsi Rumah Belajar di Kabupaten Karawang (Diana et al., 2020)	<ul style="list-style-type: none"> • Keunggulan Relatif • Kompatibilitas • Kompleksitas • <i>Trialability</i> • <i>Observability</i> • Adopsi 	Analisis regresi linier berganda	Kompatibilitas, <i>trialability</i> , dan <i>observability</i> berpengaruh signifikan terhadap adopsi. Sedangkan keunggulan relatif dan kompleksitas tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi.
10.	Determinan Minat Individu Menggunakan Layanan <i>Financial Technology</i> dengan Kerangka <i>Innovation Diffusion Theory</i> (Indriyati & Aisyah, 2019)	<ul style="list-style-type: none"> • Keunggulan relatif (<i>relative advantage</i>) • Kompatibilitas • <i>Trialability</i> • <i>Observability</i> • Kompleksitas (<i>Complexity</i>) • Minat menggunakan 	<i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	Secara parsial, <i>relative advantage</i> , <i>compatibility</i> , <i>trialability</i> , dan <i>observability</i> berpengaruh positif terhadap minat menggunakan. Sedangkan kompleksitas tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan.
11.	<i>Factors Influencing Consumers' Adoption of Islamic Mobile Banking Services in Malaysia</i> (Thaker, Pitchay, Thaker, & Amin, 2019)	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi kemudahan penggunaan • Persepsi kegunaan • Keunggulan relatif • Persepsi risiko • Norma sosial • Minat menggunakan 	<i>Partial Least Square</i> (PLS)	Persepsi kegunaan dan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keunggulan relatif, dan norma sosial tidak

				berpengaruh terhadap minat menggunakan.
12.	Persepsi Konsumen pada Penggunaan <i>E-Money</i> (Anjelina, 2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi kegunaan • Persepsi kemudahan penggunaan • Kompatibilitas • Persepsi risiko • Minat menggunakan 	<i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kompatibilitas, dan persepsi risiko, tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan.
13.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Pengetahuan terhadap Minat Menggunakan <i>E-Banking</i> dalam Bertransaksi pada UMKM di Kecamatan Buleleng (Rizky et al., 2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi kemudahan penggunaan • Kepercayaan • Pengetahuan • Minat menggunakan 	Analisis regresi linier berganda	Persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, pengetahuan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan. Persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan pengetahuan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat menggunakan.
14.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi kemudahan penggunaan • Persepsi kegunaan • Persepsi daya guna • Persepsi kepercayaan 	Analisis regresi linier berganda	Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, persepsi kepercayaan, dan persepsi kegunaan berpengaruh

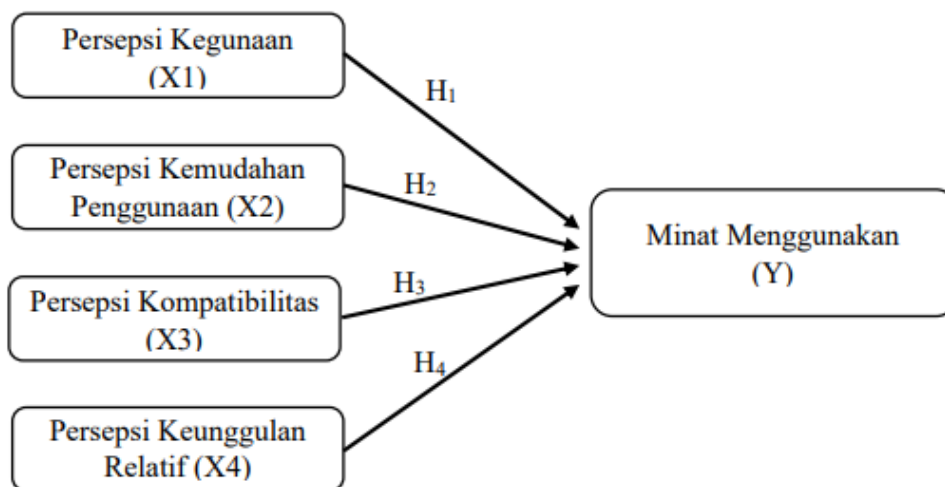
	terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan <i>E-Money</i> pada Bank BRI Lamongan (Romadloniyah & Prayitno, 2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Minat menggunakan 		terhadap minat menggunakan.
15.	Analisis Pengaruh <i>Perceived Compatibility</i> , <i>Individual Mobility</i> , dan <i>Driver's Factor</i> dari <i>Attitude Towards Use</i> , serta Implikasinya pada <i>Intention to Use</i> Telaah pada Calon Pengguna Aplikasi Onesmi (Kurniawati, 2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi kegunaan • Persepsi kemudahan penggunaan • Persepsi kompatibilitas • <i>Individual mobility</i> • Sikap penggunaan • Minat menggunakan 	<i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan. Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan. Kompatibilitas, sikap, dan <i>individual mobility</i> berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan.
16.	<i>What are the Key Determinants of Mobile Banking Adoption in Pakistan?</i> (Abbas, Hassan, Asif, Junaid, & Zainab, 2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi kemudahan penggunaan • Persepsi kegunaan • Persepsi risiko 	Analisis regresi linier berganda	Pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Persepsi risiko tidak berpengaruh

		<ul style="list-style-type: none"> • Pengaruh sosial • Keunggulan relatif • Minat menggunakan 		terhadap minat menggunakan.
--	--	--	--	-----------------------------

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penelitian terdahulu serta penjabaran teori tentang masing-masing variabel, kerangka pemikiran penelitian ini sebagai berikut:

Gambar II. 2
Kerangka Pemikiran



Sumber: diadaptasi dari (Anjelina, 2018)

2.4 Pengembangan Hipotesis

Penelitian ini mengacu pada penelitian-penelitian terdahulu. Beberapa hasil penelitian dalam bentuk jurnal yang digunakan sebagai acuan, yaitu:

analisis (Anshori & Iswati, 2019). Berdasarkan kajian teori yang sudah dijelaskan, beberapa penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran yang telah penulis gambarkan pada poin-poin sebelumnya, maka penulis dapat mengembangkan beberapa hipotesis sebagai berikut:

2.4.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Menggunakan QRIS BSI

Persepsi kegunaan merupakan seberapa jauh rasa percaya seseorang bahwa dengan memakai suatu sistem dapat meningkatkan efektivitas kinerjanya. Definisi menurut Phonthanukitithaworn, yaitu seberapa jauh rasa percaya seseorang bahwa dengan memakai layanan pembayaran elektronik dapat memperbaiki kinerja dan produktivitasnya saat melaksanakan transaksi pembayaran. Misalnya seseorang percaya terhadap layanan *mobile payment* mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi pekerjaan mereka. Konsumen akan merasa nyaman di saat menikmati layanan tersebut tanpa perlu uang tunai guna melakukan pembayaran (Anjelina, 2018).

Kegunaan yang dirasakan konsumen akan memengaruhi minat menggunakan suatu sistem. Penelitian yang mendukung hipotesis ini yaitu (Wandira, et al., 2022; Rampen & Sihotang, 2021; Caroline & Hastuti, 2021; Kurniawati, 2018), bahwa manfaat yang dirasakan secara signifikan mempengaruhi minat dalam menggunakan sistem. Ketika pengguna merasakan manfaat dalam menggunakan suatu aplikasi *mobile*, maka akan terbangun hubungan positif.

H₁ : Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI.

2.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan QRIS BSI

Kemudahan penggunaan teknologi menjadi faktor yang memiliki kaitan dengan sikap individu pada pemanfaatan teknologi baru. Persepsi kemudahan penggunaan muncul sebab setiap individu memiliki sudut pandang kemudahan dalam penggunaan yang berbeda. Persepsi kemudahan penggunaan dimaknai sebagai tolok ukur rasa percaya yang berasal dari pengguna dalam konteks teknologi bukanlah hal yang mengeluarkan banyak usaha. Persepsi kemudahan penggunaan dianggap bagian terpadu TAM sebagai pengukur penerimaan pengguna terhadap teknologi (Musyaffi & Kayati, 2019).

Persepsi kemudahan penggunaan yang sudah dirasakan seseorang akan menimbulkan hubungan positif terhadap sikap penggunaan. Penelitian yang mendukung hipotesis ini yaitu (Owusu et al., 2020; Abbas et al., 2018; Rizky et al., 2018; Kurniawati, 2018), menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan memberikan pengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan. Kemudahan yang dirasakan saat bertransaksi dan menemukan barang yang diinginkan, menjadikan pembelian pada *e-commerce* meningkatkan minat pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut. Semakin mudah penggunaan sistem pada aplikasi *e-commerce*, maka semakin membangkitkan minat para konsumen untuk menggunakan *e-commerce* tersebut.

H₂ : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI.

2.4.3 Pengaruh Persepsi Kompatibilitas terhadap Minat Menggunakan QRIS BSI

Menurut Kotler dan Keller, persepsi kompatibilitas adalah kesesuaian inovasi atau pembaruan dengan nilai serta pengalaman individu. Tingkat kompatibilitas inovasi, yaitu keselarasan dengan nilai, pengalaman, dan kebutuhan yang ada. Jika inovasi tersebut tidak sesuai dengan atau bertentangan dengan nilai dan norma yang ada di masyarakat, pembaruan tersebut tidak akan memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mengadopsinya. Persepsi kompatibilitas dalam definisi lain, yang merupakan sejauh mana pembaruan dikatakan kompatibel dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman masa lalu, dan berbagai kebutuhan pengguna potensial (Wulandari et al., 2018).

Pengguna menganggap *mobile payment* sudah sesuai, apabila merasakan berbagai manfaat dari aplikasi tersebut, sehingga persepsi kompatibilitas mampu memperkuat minat untuk pemakaian suatu teknologi. Roger menyatakan bahwa suatu pembaruan yang memiliki persepsi kompatibilitas akan cepat diadopsi daripada pembaruan lainnya. Penelitian yang mendukung hipotesis ini, yaitu (Nuraini & Andriani, 2020; Akmalia & Rikumahu, 2020; Indriyati & Aisyah, 2019; Siregar & Baridwan, 2019), membuktikan persepsi kompatibilitas positif memberikan pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Kesesuaian dengan pengalaman individu memengaruhi dalam rangka mengadopsi layanan *fintech*. Apabila layanan *fintech* lebih mudah digunakan dibandingkan sistem yang sebelumnya, maka individu akan lebih cepat dalam mengadopsi layanan tersebut.

H₃ : Persepsi kompatibilitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI.

2.4.4 Pengaruh Persepsi Keunggulan Relatif terhadap Minat Menggunakan QRIS BSI

Menurut Kotler dan Keller, persepsi keunggulan relatif yang dirasakan adalah keunggulan yang diperoleh dari inovasi produk yang sudah ada. Tingkat keunggulan dapat diukur dari segi ekonomi, kegunaan, pencapaian sosial dan kepuasan pengguna. Semakin besar pemahaman pengguna tentang keunggulan relatif, semakin cepat pembaruan dapat diterapkan. Persepsi keunggulan relatif yang dirasakan adalah sejauh mana pengguna menganggap inovasi sebagai peningkatan efisiensi atau efektivitas dibandingkan dengan menggunakan metode yang ada (Wulandari et al., 2018).

Kelebihan suatu pembaruan menjadi daya tarik bagi pengguna *fintech* agar menggunakan pembaruan tersebut. Individu akan cepat untuk mengadopsi layanan, karena *fintech* dipersepsikan lebih baik daripada inovasi sebelumnya. Penelitian yang mendukung hipotesis ini, yaitu (Owusu et al., 2020; Indriyati & Aisyah, 2019; Thaker et al., 2019; Abbas et al., 2018), yang membuktikan bahwa persepsi keunggulan relatif berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini memberikan indikasi bahwa ketika nasabah menganggap *mobile banking* lebih menguntungkan, maka dalam diri mereka muncul kecenderungan niat segera mengadopsi *mobile banking*.

H₄ : Persepsi keunggulan relatif berpengaruh terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian

Waktu pengambilan data dan waktu yang digunakan untuk menyusun proposal hingga tersusunnya laporan penelitian adalah bulan Januari 2023-selesai. Wilayah penelitian yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis/ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada tiga Perguruan Tinggi di Solo Raya dengan kategori mahasiswa terbanyak. Berdasarkan data yang penulis peroleh dari Pangkalan Data Perguruan Tinggi (PDDikti), perguruan tinggi tersebut meliputi UIN Raden Mas Said, Universitas Sebelas Maret (UNS), dan Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS).

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berupa kumpulan angka yang yang mengevaluasi berbagai klaim dan kemudian menganalisisnya dengan menggunakan analisis statistik. Penelitian seperti ini sering dibutuhkan untuk melakukan pembuktian atau penolakan teori. Hal ini dikarenakan penelitian kuantitatif biasanya berdasar dari suatu teori yang diteliti, dimunculkan data, lalu dibahas, dan ditarik kesimpulan dari data-data tersebut (Hermawan, 2019).

Selama penelitian kuantitatif berlangsung, dilakukan pengamatan secara ilmiah dan sistematis terhadap berbagai hal yang berkaitan objek penelitian, peristiwa atau fenomena, serta hubungan sebab akibat yang terdapat di dalamnya.

Penelitian kuantitatif menterjemahkan data menjadi angka untuk menganalisis hasil temuan. Temuan penelitian berupa informasi dari suatu populasi. Pada penelitian ini, penulis ingin mengetahui seberapa pengaruh perlakuan terhadap subjek tertentu dengan cara menguji beberapa hipotesis.

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan jumlah keseluruhan yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan ciri khas tertentu, yang hendak diteliti, dipelajari, dan disimpulkan (Hermawan, 2019). Populasi penelitian ini yaitu mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dari tiga perguruan tinggi di Solo Raya. Perguruan tinggi dengan mahasiswa terbanyak yaitu Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) yang mewakili Perguruan Tinggi Swasta, UIN Raden Mas Said (UIN SAID) yang mewakili Perguruan Tinggi Islam Negeri, dan Universitas Sebelas Maret (UNS) mewakili Perguruan Tinggi Negeri.

No.	Fakultas	Jumlah Mahasiswa
1.	FEB UMS	6.152
2.	FEBI UIN SAID	4.445
3.	FEB UNS	3.153
Total		13.750

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian terpilih objek atau subjek yang diseleksi menggunakan metode sampling dari suatu populasi dalam suatu penelitian (Hermawan, 2019). Sampel dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis/ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dari tiga perguruan tinggi di Solo Raya dengan mahasiswa terbanyak yaitu UMS, UIN SAID, dan UNS. Ukuran sampel harus dapat mewakili populasi. Ukuran sampel harus dapat mewakili populasi. Penulis menggunakan Rumus Slovin guna menghitung sampel penelitian ini. Rumus Slovin digunakan untuk mengestimasi proporsi populasi (Azhasyah, 2021).

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

Keterangan:

S = Jumlah sampel yang akan dicari

N = Jumlah populasi

e = Standar eror

Perhitungan sampel dengan Rumus Slovin:

$$s = \frac{13.750}{1 + 13.750 (0,1)^2}$$

$$s = \frac{13.750}{1 + 138,5} = 99,56 = 100$$

Berdasarkan perhitungan di atas, sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah minimal 100 responden.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *quota sampling* dan *random sampling*. *Quota sampling* yaitu teknik memilih sampel menurut setiap karakteristik dari sebuah populasi sampai jumlah yang telah ditentukan. Pengambilan sampel dilakukan secara proporsional terhadap masing-masing karakteristik populasi. Ackoff memberikan langkah-langkah untuk mendesain *quota sampling*, yaitu (Widiyanto, 2013):

1. Mengklasifikasikan populasi sesuai karakteristiknya.
2. Menentukan proporsi (%) untuk mengestimasi komposisi populasi.
3. Menentukan kuota masing-masing *observed*.

Observed pada penelitian ini terdiri dari tiga, yaitu FEB UMS, FEBI UIN SAID, dan FEB UNS. Berikut cara menentukan proporsi dari setiap *observed* (Widiyanto, 2013):

1. FEB UMS $= \frac{6.152}{13.750} \times 100 = 45\%$
2. FEBI UIN SAID $= \frac{4.445}{13.750} \times 100 = 32\%$
3. FEB UNS $= \frac{3.153}{13.750} \times 100 = 23\%$

Penelitian ini juga menggunakan teknik *random sampling*. Teknik *random sampling* merupakan teknik yang memperbolehkan anggota populasi secara acak populasi secara acak digunakan sebagai sampel penelitian, tanpa memerhatikan strata. Artinya, anggota populasi sesuai proporsi yang telah ditentukan dari

masing-masing *observed*, berpeluang menjadi sampel dalam penelitian ini (Widiyanto, 2013).

3.4 Data dan Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Informasi tersebut diperoleh dari responden yang dijadikan subjek penelitian untuk memperoleh informasi atau data yang dibutuhkan (Rosyidah & Fijra, 2021). Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei *online*, yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden secara *online* dalam format *Google Form*.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah tersedia sehingga kita hanya perlu menghimpun data tersebut. Data sekunder biasanya tersedia di perpustakaan, perusahaan atau instansi, biro pusat statistik, dan instansi pemerintah (Rosyidah & Fijra, 2021). Pada penelitian ini data sekunder berasal dari artikel, jurnal, dan karya lainnya yang memiliki kaitan dengan penelitian untuk memperkuat analisis.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data primer dihimpun berdasarkan metode survei *online*, yaitu melalui penyebaran kuesioner secara *online* dengan format Google Form kepada responden. Sedangkan data sekunder didapatkan melalui teknik dokumentasi dengan cara mengumpulkan informasi dari artikel, jurnal, dan karya lainnya yang berhubungan dengan penelitian untuk memperkuat analisis. Bentuk pengukuran

kuesioner dinyatakan dengan skala Likert, yaitu lima buah opsi jawaban mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju yang mencerminkan sikap atau persepsi seseorang terhadap suatu peristiwa atau pernyataan yang dituangkan ke dalam kuesioner. Skala Likert lima titik versi asli dari Dr. Rensist Likert, antara lain (Suryani & Hendryadi, 2016):

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

3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu yang didefinisikan oleh penulis yang diteliti, setelah itu dikumpulkan informasi tentang masalah tersebut sehingga dapat ditarik kesimpulan. Dua jenis variabel digunakan dalam penelitian ini, yaitu (Anshori & Iswati, 2019):

3.6.1 Variabel Bergantung (*Dependent Variable*)

Variabel bergantung merupakan variabel yang memungkinkan menerima pengaruh dari variabel lain atau bergantung pada variabel lain (Anshori & Iswati, 2019). Variabel bergantung (Y) pada penelitian ini adalah minat menggunakan.

3.6.2 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang perubahannya dapat memberikan

memberikan pengaruh kepada variabel lain (Anshori & Iswati, 2019). Variabel bebas yang digunakan penelitian ini, antara lain:

1. Persepsi Kegunaan (X1)
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)
3. Persepsi Kompatibilitas (X3)
4. Persepsi Keunggulan Relatif (X4)

3.7 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah beberapa faktor yang digunakan sebagai indikator dalam menggambarkan dan menjelaskan mengenai variabel pada penelitian ini. Operasional variabel pada penelitian ini sebagai berikut:

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
1.	Persepsi Kegunaan (<i>Perceived Usefulness</i>)	Persepsi kegunaan adalah tingkat percaya individu bahwa dengan menggunakan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerjanya.	<ul style="list-style-type: none"> • Bermanfaat • Lebih cepat • Mengatur keuangan 	(Owusu et al., 2020)
2.	Persepsi Kemudahan Penggunaan	Persepsi kemudahan penggunaan	<ul style="list-style-type: none"> • Mudah digunakan • Mudah 	(Gunawan & Mujilan, 2021)

	<i>(Perceived Ease of Use)</i>	tingkat percaya individu dalam menggunakan suatu teknologi dapat terbebas dari usaha (<i>free of effort</i>).	dipahami <ul style="list-style-type: none"> • Tidak butuh banyak usaha 	
3.	Persepsi Kompatibilitas (<i>Perceived Compatibility</i>)	Persepsi kompatibilitas adalah seberapa jauh seseorang menganggap inovasi konsisten sesuai nilai yang berlaku, pengalaman masa lampau, dan kebutuhan konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> • Sesuai gaya hidup • Sesuai situasi • Sesuai kebutuhan 	(Anjelina, 2018)
4.	Persepsi Keunggulan Relatif (<i>Perceived Relative Advantage</i>)	Persepsi keunggulan relatif adalah seberapa jauh individu menganggap tingkat kelebihan suatu pembaruan lebih baik dari teknologi yang terdahulu.	<ul style="list-style-type: none"> • Lebih unggul • Fleksibel • Nyaman bertransaksi 	(Owusu et al., 2020); (Tristiyanti, 2018)
5.	Minat Menggunakan (<i>Perceived Intention to Use</i>)	Minat menggunakan adalah suatu keinginan individu untuk tetap menggunakan suatu teknologi tertentu.	<ul style="list-style-type: none"> • Mendapatkan informasi • Berniat menggunakan • Selalu menggunakan 	(Anjelina, 2018)

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Kualitas Data

Variabel akan diukur berdasarkan pernyataan pada kuesioner atau angket, maka kualitas data yang diperoleh wajib diuji. Kualitas data perlu diuji guna mengetahui kevalidan data dan reliabilitas data dari instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini. Kebenaran dari data yang akan diolah, penting untuk menentukan kualitas hasil dari penelitian. Data yang diperoleh akan diuji terlebih dahulu memakai model pengujian, sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas menguji tingkat validitas instrumen. Jika validitas instrumen rendah, maka instrumen tersebut kurang valid. Sementara itu, alat dengan validasi tinggi dapat mengungkap variabel secara detail dan mendalam (Rosyidah & Fijra, 2021). Interpretasi uji validitas terhadap koefisien, yaitu apabila diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$, atau nilai probabilitas (signifikansi) $< 0,05$, dapat disimpulkan bahwa butir kuesioner atau angket termasuk kategori valid (Qomusuddin & Romlah, 2021).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang bertujuan mengukur sejauh mana hasil dapat dipercaya atau mengukur konsistensi dari instrumen yang digunakan sebagai alat ukur. Instrumen dapat dianggap reliabel, jika instrumen dapat menghasilkan data yang sama saat digunakan dalam pengukuran objek yang sama pula. Uji reliabilitas diterapkan kepada item-item yang telah teruji validitasnya, sehingga hanya mengikutsertakan item valid saja. Hasil uji reliabilitas dapat

disimpulkan reliabel atau konsisten, jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ (Qomusuddin & Romlah, 2021).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui ada atau tidak normalitas data, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas dalam modal regresi. Modal regresi dapat dinyatakan baik jika memenuhi asumsi yaitu adanya normalitas data, tidak adanya heteroskedastisitas, dan tidak adanya multikolinearitas (Ismail, 2018).

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan mengetahui kenormalan suatu data supaya selanjutnya dapat ditentukan uji statistik yang sesuai. Apabila data yang diuji normal, maka uji statistik yang digunakan adalah statistik parametrik. Persamaan regresi dapat dianggap baik, jika memiliki data variabel independen dan data variabel dependen dengan distribusi yang mendekati normal atau bahkan normal sama sekali. Uji Kolmogorov Smirnov digunakan pada uji ini dengan signifikansi 0,05. Hasil uji normalitas berdasarkan data yang dianalisis dapat ditarik keputusan bahwa distribusi normal, apabila nilai signifikansi $> 0,05$ (Ismail, 2018).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dimaksudkan menguji korelasi yang erat antara variabel bebas satu dengan yang lainnya dalam suatu persamaan regresi. Variabel independen harus terbebas dari gejala yang terjadi antar variabel independen atau disebut gejala multikolinearitas. Gejala ini dapat dilihat dari korelasi yang signifikan antar variabel independen. Jika gejala multikolinearitas terjadi, maka

model regresi diperbaiki dengan cara menghilangkan salah satu variabel. Tingkat keeratan dari pengaruh atau korelasi antara variabel independen tersebut diukur melalui besaran koefisien korelasi (r). Cara mendeteksi terjadinya multikolinearitas dalam suatu model regresi yaitu melalui (Ismail, 2018):

- 1) Nilai *tolerance* merupakan tingkat kesalahan yang dapat dibenarkan secara statistik (α).
- 2) *Variance Inflation Factor* (VIF) merupakan factor inflasi penyimpangan baku kuadrat.

Dasar pengambilan keputusan dari uji multikolinearitas, yaitu H_1 diterima jika $r^2 = VIF < \text{nilai } 10,00$ atau nilai *tolerance* $> 0,01$, maka kesimpulannya tidak terjadi multikolinearitas (Ismail, 2018).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk menguji ketidaksamaan varian residual dari pengamatan satu ke pengamatan yang lain pada model regresi. Uji ini berfungsi untuk mendeteksi adanya penyimpangan yang terdapat di antara syarat-syarat asumsi klasik dalam regresi linier. Model regresi dapat dikatakan baik, jika tidak terjadi heteroskedastisitas (Ismail, 2018).

Metode yang dipilih untuk mengindikasikan adanya heteroskedastisitas, yaitu metode grafik Scatterplot dan metode Glejser (Setyawan, Hadijati, & Switrayni, 2019).

1) Metode Grafik Scatterplot

Cara ini dilakukan dengan cara melihat pola tertentu yang disajikan grafik, di mana sumbu X merupakan Y yang telah diprediksi \hat{Y} , dan sumbu Y adalah

error. Dasar untuk pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas metode grafik Scatterplot, yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas, apabila tidak ditemukan pola tertentu dan kumpulan titik menyebar di bagian atas atau di bawah angka nol pada sumbu Y (Setyawan et al., 2019).

2) Metode Glejser

Metode Glejser bertujuan untuk mengurutkan semua variabel independen ke dalam nilai kesalahan absolutnya. Jika terdapat pengaruh variabel independen yang signifikan terhadap nilai absolut eror, maka model mengalami fenomena heteroskedastisitas. Tingkat signifikansi pengujian adalah 0,05. Jika hubungan antara variabel independen dengan residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi efek heteroskedastisitas (Setyawan et al., 2019).

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dipakai guna mendapatkan korelasi secara linear antara variabel bebas dan variabel terikat. Uji ini digunakan untuk menganalisis apakah terdapat hubungan antara beberapa variabel bebas dengan variabel terikat. Bentuk dari persamaan regresi pada penelitian ini, yaitu (Ismail, 2018):

$$ITU = \alpha + \beta_1PU + \beta_2PEOU + \beta_3CO + \beta_4RA + e$$

Keterangan:

ITU = minat menggunakan

α = konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = koefisien perubahan

PU = persepsi kegunaan

PEOU	= persepsi kemudahan penggunaan
CO	= persepsi kompatibilitas
RA	= persepsi keunggulan relatif
<i>e</i>	= tingkat kesalahan (<i>prediction error</i>)

a. Uji Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat diketahui pada kekuatan hubungan secara fungsional antara variabel independen dengan variabel terikat. Koefisien korelasi memiliki besaran antara 0 s/d 1. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, maka semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen (Ismail, 2018).

b. Uji F

Uji F bertujuan untuk mendapatkan pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pengambilan keputusan dapat dilihat melalui nilai *p-value* dan perbandingan f_{hitung} dan f_{tabel} pada uji F. Jika nilai *p-value* < 0,05 atau $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_1 diterima. Artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Rumus untuk $F_{tabel} = k ; n-k$ (Ismail, 2018).

c. Uji Hipotesis (Uji T)

Uji t bertujuan mengetahui pengaruh dari masing-masing (secara parsial) variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengambilan keputusan dapat dilihat nilai *p-value* dari uji t. Nilai *P-Value* < 0,05 maka H_1 diterima. Artinya variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) (Ismail, 2018).

Selain itu, pengambilan keputusan dapat berdasarkan perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} dari uji t. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_1 diterima. Artinya variabel

independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Berikut cara menentukan t_{tabel} (Ismail, 2018):

$$\begin{aligned} T_{\text{tabel}} &= (\alpha/2 ; n-k-1) \\ &= (0,05/ 2 ; 100-4-1) \end{aligned}$$

$$T_{\text{tabel}} = (0,025 ; 95) = 1,98525$$

Keterangan

$\alpha = 0,05$

$n =$ jumlah sampel

$k =$ jumlah variabel

$1 =$ konstanta

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Demografi Responden

Profil responden dari penelitian ini dikelompokkan dalam beberapa kategori sebagai berikut:

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Penulis memperoleh data responden dari kuesioner yang telah disebar, berikut tabelnya:

Tabel IV. 1
Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	18	18.0	18.0	18.0
	Perempuan	82	82.0	82.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Tabel IV.1 menunjukkan frekuensi jenis kelamin dari 100 responden yang digunakan pada penelitian ini. Responden terdiri dari 18 mahasiswa (18%) dan 82 mahasiswi (82%). Hal tersebut dikarenakan, lebih banyak mahasiswi menggunakan BSI *Mobile Banking* untuk berbelanja *online*.

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Penulis memperoleh data responden dari kuesioner yang telah disebar, berikut tabelnya:

Tabel IV. 2
Usia Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 19 tahun	4	4.0	4.0	4.0
20 tahun	7	7.0	7.0	11.0
21 tahun	11	11.0	11.0	22.0
22 tahun	42	42.0	42.0	64.0
23 tahun	32	32.0	32.0	96.0
24 tahun	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Tabel IV.2 menunjukkan frekuensi usia dari 100 responden yang digunakan pada penelitian ini. Rentang usia mahasiswa yang menjadi responden penelitian ini, yaitu 19-24 tahun. Usia mahasiswa menjadi pelopor teknologi yang berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari.

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Penulis memperoleh data responden dari kuesioner yang telah disebarkan, berikut tabelnya:

Tabel IV. 3
Domisili Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Surakarta	21	21.0	21.0	21.0
Sukoharjo	42	42.0	42.0	63.0
Klaten	8	8.0	8.0	71.0
Sragen	7	7.0	7.0	78.0
Wonogiri	3	3.0	3.0	81.0
Karanganyar	6	6.0	6.0	87.0

Tabel berlanjut....

Lanjutan Tabel IV.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Boyolali	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Tabel IV.3 menunjukkan frekuensi domisili dari 100 responden yang digunakan pada penelitian ini. Responden terbanyak merupakan mahasiswa yang berdomisili di Sukoharjo, sedangkan yang berdomisili di Wonogiri berjumlah paling sedikit. Hal tersebut, dikarenakan banyak mahasiswa yang memilih tinggal di kost daripada menempuh jarak tempat asal mereka yang mungkin jauh.

4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kampus

Penulis memperoleh data responden dari kuesioner yang telah disebar, berikut tabelnya:

Tabel IV. 4
Asal Kampus Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid FEB UMS	45	45.0	45.0	45.0
FEBI UIN SAID	32	32.0	32.0	77.0
FEB UNS	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Tabel IV.4 menunjukkan frekuensi asal kampus dari 100 responden yang digunakan pada penelitian ini. Responden yang digunakan sesuai dengan teknik *quota sampling*, yang terdiri dari 45 mahasiswa FEB UMS, 32 mahasiswa FEBI UIN SAID, dan 23 mahasiswa FEB UNS.

4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Aktivitas Mahasiswa

Penulis memperoleh data responden dari kuesioner yang telah disebar, berikut tabelnya:

Tabel IV. 5
Aktivitas Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kuliah Saja	40	40.0	40.0	40.0
Kuliah dan Kerja (Part Time)	36	36.0	36.0	76.0
Kuliah dan Organisasi	10	10.0	10.0	86.0
Kuliah, Kerja, dan Organisasi	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Tabel IV.5 menunjukkan frekuensi aktivitas dari 100 responden yang digunakan pada penelitian ini. Mayoritas responden hanya kuliah saja, di posisi kedua terdapat mahasiswa yang sambil bekerja atau *part time*. Para mahasiswa yang juga bekerja, menggunakan BSI *Mobile Banking* agar mudah untuk menerima gaji mereka.

4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Uang Saku

Penulis memperoleh data responden dari kuesioner yang telah disebar, berikut tabelnya:

Tabel IV. 6
Sumber Uang Saku Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Orang Tua	55	55.0	55.0	55.0
Kerja (Part Time)	33	33.0	33.0	88.0
Beasiswa	5	5.0	5.0	93.0
Usaha atau Bisnis	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Tabel IV.6 menunjukkan frekuensi sumber uang saku dari 100 responden yang digunakan pada penelitian ini. Mayoritas mahasiswa masih menerima uang saku dari orang tuanya. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden belum mandiri secara finansial. Akan tetapi, 7 mahasiswa sudah memiliki bisnis sendiri, yaitu bisnis *online* di bidang kuliner, kosmetik, ataupun *fashion*.

4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan

Penulis memperoleh data responden dari kuesioner yang telah disebar, berikut tabelnya:

Tabel IV. 7
Uang Saku per Bulan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 500.000,00	30	30.0	30.0	30.0
Rp 500.000,00 - Rp 1.000.000,00	38	38.0	38.0	68.0

Tabel berlanjut....

Lanjutan Tabel IV.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rp 1.000.000,00 - Rp 2.000.000,00	20	20.0	20.0	88.0
Rp 2.000.000,00 - Rp 5.000.000,00	9	9.0	9.0	97.0
> Rp 5.000.000,00	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Tabel IV.7 menunjukkan frekuensi uang saku per bulan dari 100 responden yang digunakan pada penelitian ini. Sejumlah 38 mahasiswa memiliki uang saku Rp 500.000,00 – Rp 1.000.000,00 per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pemasukan dan pengeluaran para responden tidak terlalu tinggi.

4.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Ayah

Penulis memperoleh data responden dari kuesioner yang telah disebarkan, berikut tabelnya:

Tabel IV. 8
Pekerjaan Ayah Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PNS/ TNI/ POLRI	9	9.0	9.0	9.0
Wiraswasta	24	24.0	24.0	33.0
Pedagang	14	14.0	14.0	47.0
Petani	12	12.0	12.0	59.0
Karyawan Swasta	25	25.0	25.0	84.0
Lainnya	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Tabel IV.8 menunjukkan frekuensi pekerjaan ayah dari 100 responden yang digunakan pada penelitian ini. Mayoritas ayah responden bekerja sebagai karyawan swasta. Hal tersebut dikarenakan di Wilayah Solo Raya terdapat banyak perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja.

4.1.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Ibu

Penulis memperoleh data responden dari kuesioner yang telah disebarkan, berikut tabelnya:

Tabel IV. 9
Pekerjaan Ibu Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PNS/ TNI/ POLRI	5	5.0	5.0	5.0
Wiraswasta	9	9.0	9.0	14.0
Pedagang	13	13.0	13.0	27.0
Petani	4	4.0	4.0	31.0
Karyawan Swasta	11	11.0	11.0	42.0
Ibu Rumah Tangga	54	54.0	54.0	96.0
Lainnya	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Tabel IV.9 menunjukkan frekuensi pekerjaan ayah dari 100 responden yang digunakan pada penelitian ini. Mayoritas ibu responden adalah ibu rumah tangga. Artinya, mereka hanya mengandalkan uang saku dari penghasilan ayah.

4.2 Hasil

4.2.1 Uji Kualitas Data

Kualitas data perlu diuji guna mengetahui kevalidan data dan reliabilitas data dari instrumen penelitian yang digunakan. Data akan diuji terlebih dahulu menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian tingkat kevalidan dari suatu instrumen. Jika suatu instrumen mempunyai validitas yang rendah, maka instrumen tersebut kurang valid. Sedangkan instrumen dengan validitas yang tinggi, dapat mengungkap variabel secara detail dan teliti (Rosyidah & Fijra, 2021). Interpretasi uji validitas terhadap koefisien, yaitu apabila diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$, atau nilai probabilitas (signifikansi) $< 0,05$, dapat disimpulkan bahwa butir kuesioner atau angket termasuk kategori valid (Qomusuddin & Romlah, 2021).

Uji ini dilakukan untuk masing-masing indikator dalam setiap variabel. Hasil analisis akan menunjukkan r_{hitung} yang dibandingkan dengan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dan jumlah sampel 100, sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,195.

Tabel IV. 10
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kegunaan

	X1.1	X1.2	X1.3	ITU
X1.1 Pearson Correlation	1	.355**	.370**	.355**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000

Tabel berlanjut....

Lanjutan Tabel IV.10

	X1.1	X1.2	X1.3	ITU
X1.1 N	100	100	100	100
X1.2 Pearson Correlation	.355**	1	.370**	.271**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
N	100	100	100	100
X1.3 Pearson Correlation	.370**	.370**	1	.219**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
N	100	100	100	100
ITU Pearson Correlation	.355**	.271**	.219**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100

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

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Tabel IV.10 menunjukkan bahwa r_{hitung} X1.1 = 0,355, X1.2 = 0,271, dan X1.3 = 0,219, dengan $r_{tabel} = 0,195$. Berdasarkan uji validitas, ketiga r_{hitung} nilainya lebih besar daripada r_{tabel} . Sedangkan nilai probabilitas (signifikansi) dari ketiga item pernyataan adalah 0,000, artinya lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dinyatakan bahwa setiap item pernyataan pada variabel persepsi kegunaan adalah valid.

Tabel IV. 11
Hasil Uji Validitas
Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

	X2.1	X2.2	X2.3	PEOU
X2.1 Pearson Correlation	1	.699**	.566**	.866**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
N	100	100	100	100
X2.2 Pearson Correlation	.699**	1	.612**	.896**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
N	100	100	100	100

Tabel berlanjut....

Lanjutan Tabel IV.11

	X2.1	X2.2	X2.3	PEOU
X2.3 Pearson Correlation	.566**	.612**	1	.835**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
N	100	100	100	100
PEOU Pearson Correlation	.866**	.896**	.835**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100

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

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Tabel IV.11 menunjukkan bahwa r_{hitung} X2.1 = 0,866, X2.2 = 0,896, dan X2.3 = 0,835, dengan $r_{tabel} = 0,195$. Berdasarkan uji validitas, ketiga r_{hitung} nilainya lebih besar daripada r_{tabel} . Sedangkan nilai probabilitas (signifikansi) dari ketiga item pernyataan adalah 0,000, artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dinyatakan bahwa setiap item pernyataan pada variabel persepsi kemudahan penggunaan adalah valid.

Tabel IV. 12
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kompatibilitas

	X3.1	X3.2	X3.3	CO
X3.1 Pearson Correlation	1	.594**	.616**	.866**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
N	100	100	100	100
X3.2 Pearson Correlation	.594**	1	.628**	.854**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
N	100	100	100	100
X3.3 Pearson Correlation	.616**	.628**	1	.863**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
N	100	100	100	100

Tabel berlanjut....

Lanjutan Tabel IV.12

		X3.1	X3.2	X3.3	CO
CO	Pearson Correlation	.866**	.854**	.863**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Tabel IV.12 menunjukkan bahwa r_{hitung} X3.1 = 0,866, X3.2 = 0,854, dan X3.3 = 0,863, dengan $r_{tabel} = 0,195$. Berdasarkan uji validitas, ketiga r_{hitung} nilainya lebih besar daripada r_{tabel} . Sedangkan nilai probabilitas (signifikansi) dari ketiga item pernyataan adalah 0,000, artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dinyatakan bahwa setiap item pernyataan pada variabel persepsi kompatibilitas adalah valid.

Tabel IV. 13
Hasil Uji Validitas
Variabel Persepsi Keunggulan Relatif

	X4.1	X4.2	X4.3	RA
X4.1 Pearson Correlation	1	.424**	.625**	.836**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
N	100	100	100	100
X4.2 Pearson Correlation	.424**	1	.516**	.805**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
N	100	100	100	100
X4.3 Pearson Correlation	.625**	.516**	1	.830**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
N	100	100	100	100
RA Pearson Correlation	.836**	.805**	.830**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100

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

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Tabel IV.13 menunjukkan bahwa r_{hitung} X4.1 = 0,836, X4.2 = 0,805, dan X4.3 = 0,830, dengan $r_{tabel} = 0,195$. Berdasarkan uji validitas, ketiga r_{hitung} nilainya lebih besar daripada r_{tabel} . Sedangkan nilai probabilitas (signifikansi) dari ketiga item pernyataan adalah 0,000, artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dinyatakan bahwa setiap item pernyataan pada variabel persepsi keunggulan relatif adalah valid.

Tabel IV. 14
Hasil Uji Validitas
Variabel Minat Menggunakan

		Y.1	Y.2	Y.3	ITU
Y.1	Pearson Correlation	1	.499**	.424**	.784**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.499**	1	.514**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.424**	.514**	1	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
ITU	Pearson Correlation	.784**	.830**	.810**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Tabel IV.14 menunjukkan bahwa r_{hitung} Y.1 = 0,784, X4.2 = 0,830, dan X4.3 = 0,810, dengan $r_{tabel} = 0,195$. Berdasarkan uji validitas, ketiga r_{hitung} nilainya lebih besar daripada r_{tabel} . Sedangkan nilai probabilitas (signifikansi) dari ketiga item pernyataan adalah 0,000, artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dinyatakan bahwa setiap item pernyataan pada variabel minat menggunakan adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diterapkan kepada item-item yang telah teruji validitasnya, sehingga hanya mengikutsertakan item yang valid saja. Hasil uji reliabilitas dapat

disimpulkan reliabel atau konsisten, jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 (Qomusuddin & Romlah, 2021).

Tabel IV. 15
Hasil Uji Reliabilitas
Variabel Persepsi Kegunaan

Cronbach's Alpha	N of Items
.631	3

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Hasil dari uji reliabilitas terhadap variabel persepsi kegunaan pada Tabel IV.15, menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,631, atau lebih dari 0,60. Oleh karena itu, ketiga item pernyataan variabel persepsi kegunaan adalah reliabel dan dapat dipercaya sehingga mampu dijadikan sebagai alat pengukur data.

Tabel IV. 16
Hasil Uji Reliabilitas
Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	3

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Hasil dari uji reliabilitas terhadap variabel persepsi kemudahan penggunaan pada Tabel IV.16, menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,833, atau lebih dari 0,60. Oleh karena itu, ketiga item pernyataan variabel persepsi kemudahan penggunaan adalah reliabel dan dapat dipercaya sehingga dapat dijadikan alat pengukur data.

Tabel IV. 17
 Hasil Uji Reliabilitas
 Variabel Persepsi Kompatibilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	3

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Hasil dari uji reliabilitas terhadap variabel persepsi kompatibilitas pada Tabel IV.17, menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,824, atau lebih dari 0,60. Oleh karena itu, ketiga item pernyataan variabel persepsi kompatibilitas adalah reliabel dan dapat dipercaya sehingga mampu dijadikan sebagai alat pengukur data.

Tabel IV. 18
 Hasil Uji Reliabilitas
 Variabel Persepsi Keunggulan Relatif

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	3

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Hasil dari uji reliabilitas terhadap variabel persepsi keunggulan relatif pada Tabel IV.18, menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,744, atau lebih dari 0,60. Oleh karena itu, ketiga item pernyataan variabel persepsi keunggulan relatif adalah reliabel dan dapat dipercaya sehingga mampu dijadikan alat pengukur data.

Tabel IV. 19
 Hasil Uji Reliabilitas
 Variabel Minat Menggunakan

Cronbach's Alpha	N of Items
.733	3

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Hasil dari uji reliabilitas terhadap variabel minat menggunakan pada Tabel IV.19, menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,733, atau lebih dari 0,60. Oleh karena itu, ketiga item pernyataan variabel minat menggunakan adalah reliabel dan dapat dipercaya sehingga mampu dijadikan sebagai alat pengukur data.

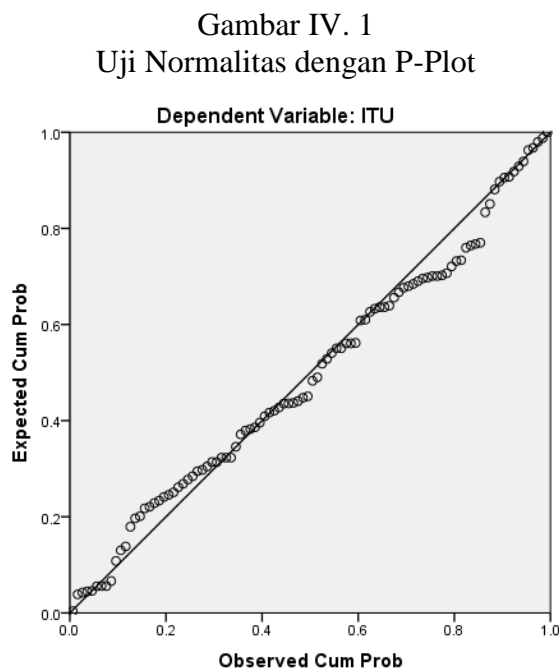
4.2.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui ada atau tidak normalitas data, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas model regresi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan mengetahui kenormalan data supaya selanjutnya dapat ditentukan uji statistik yang sesuai (Ismail, 2018).

1) Uji Normalitas dengan P-Plot



Sumber: Data primer (diolah), 2023

Gambar IV.1 merupakan hasil uji normalitas menggunakan P-Plot. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa model regresi pada penelitian ini berdistribusi normal, karena titik-titik yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal.

2) Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov

Uji Kolmogorov Smirnov digunakan pada uji ini dengan signifikansi 0,05. Hasil uji normalitas berdasarkan data yang dianalisis dapat ditarik keputusan bahwa distribusi normal, apabila nilai signifikansi $> 0,05$ (Ismail, 2018).

Tabel IV. 20
Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000

Tabel berlanjut....

Lanjutan Tabel IV.20

		Unstandardized Residual
	Std. Deviation	1.05796561
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.085
	Negative	-.063
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.070 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan Kolmogorov Smirnov yang terdapat pada Tabel IV.20, nilai signifikansi model regresi ini adalah 0,07. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga model regresi ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dimaksudkan menguji korelasi yang erat antara variabel bebas satu dengan yang lainnya dalam suatu persamaan regresi. Dasar pengambilan keputusan dari uji multikolinearitas, yaitu nilai VIF < 10,00 atau nilai *tolerance* > 0,01, maka kesimpulannya tidak terjadi multikolinearitas (Ismail, 2018).

Tabel IV. 21
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		

Tabel berlanjut....

Lanjutan Tabel IV.21

PU	.923	1.084
PEOU	.657	1.522
CO	.502	1.994
RA	.485	2.063

a. Dependent Variable: ITU

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Tabel IV.21 merupakan hasil dari uji normalitas menggunakan SPSS 22. Uji normalitas menghasilkan nilai *tolerance* variabel persepsi kegunaan (0,923), persepsi kemudahan penggunaan (0,657), persepsi kompatibilitas (502), dan

persepsi keunggulan relatif (0,485) sehingga masing-masing nilainya lebih besar dari 0,01. Sedangkan nilai VIF persepsi kegunaan (1,084), persepsi kemudahan penggunaan (1,522), persepsi kompatibilitas (1,994), dan persepsi keunggulan relatif (2,063), semuanya berada di bawah angka 10,00. Oleh karena itu, tidak ada gejala multikolinearitas pada model penelitian ini.

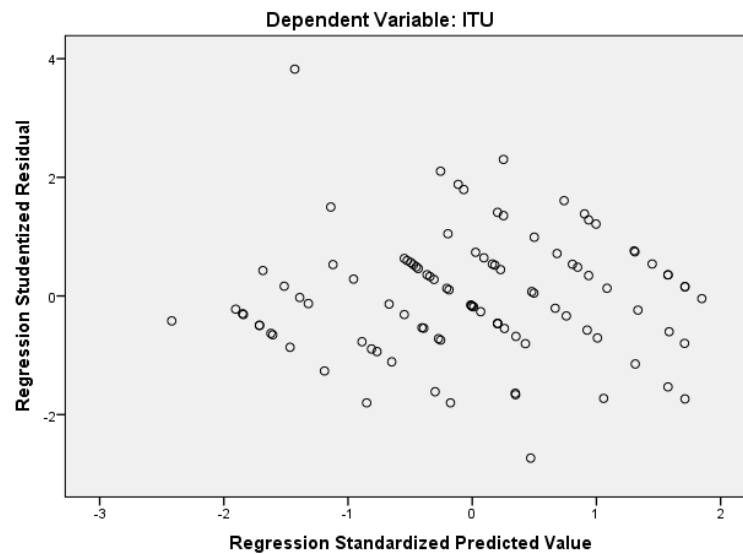
c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk menguji ketidaksamaan varian residual dari pengamatan satu ke pengamatan yang lain pada model regresi (Ismail, 2018).

1) Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Grafik Scatterplot

Dasar untuk pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas metode grafik Scatterplot, apabila tidak ditemukan pola tertentu dan kumpulan titik menyebar di atas atau di bawah angka 0 sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Setyawan et al., 2019).

Gambar IV. 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)



Sumber: Data primer (diolah), 2023

Berdasarkan Gambar IV.2, pola titik-titik tersebut menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. Artinya, model regresi yang digunakan pada penelitian ini normal dan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

2) Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Glejser

Metode Glejser bertujuan mengurutkan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak erornya. Tingkat signifikansi dalam pengujian metode Glejser yaitu 0,05. Jika hubungan antara variabel bebas dengan residual lebih dari 0,05 maka dinyatakan tidak adanya fenomena heteroskedastisitas (Setyawan et al., 2019).

Tabel IV. 22
Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.945	.587		1.609	.111
PU	-.036	.046	-.083	-.785	.435
PEOU	-.031	.043	-.090	-.720	.473
CO	.035	.044	.114	.798	.427
RA	.015	.047	.047	.321	.749

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser pada Tabel IV.22, maka dapat diketahui nilai signifikansi variabel persepsi kegunaan (0,435), persepsi kemudahan penggunaan (0,473), persepsi kompatibilitas (0,427), dan persepsi keunggulan relatif (0,749). Nilai signifikansi keempat variabel independen berada di atas 0,05. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi pada penelitian ini, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dipakai guna mendapatkan korelasi secara linear antara variabel bebas dan variabel terikat. Uji ini digunakan untuk menganalisis apakah terdapat hubungan antara beberapa variabel bebas dengan variabel terikat (Ismail, 2018).

Tabel IV. 23
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.607	.911		.666	.507
PU	.211	.071	.179	2.975	.004
PEOU	.197	.066	.213	2.983	.004
CO	.229	.068	.276	3.376	.001
RA	.353	.074	.398	4.792	.000

a. Dependent Variable: ITU

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel IV.23, maka bentuk persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini, yaitu:

$$ITU = \alpha + \beta_1 PU + \beta_2 PEOU + \beta_3 CO + \beta_4 RA + e$$

$$ITU = 0,607 + 0,211 PU + 0,197 PEOU + 0,229 CO + 0,353 RA + e$$

Hasil analisis model regresi tersebut, menunjukkan adanya koefisien regresi dari keempat variabel independen (β_1 , β_2 , β_3 , dan β_4) bertanda positif. Oleh karena itu, variabel independen persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, penggunaan, persepsi kompatibilitas, dan persepsi keunggulan relatif akan meningkatkan minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI. Berdasarkan model regresi pada persamaan tersebut, maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta = 0,607, yang berarti apabila semua variabel independen (persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kompatibilitas, dan persepsi keunggulan relatif) adalah nol (0) maka variabel minat menggunakan QRIS BSI akan berada pada 0,607.

2. Nilai koefisien $\beta_1 = 0,211$, yang berarti persepsi kegunaan memiliki nilai sebesar 0,211. Hal ini dapat diketahui bahwa setiap peningkatan persepsi kegunaan sebesar 1 satuan, sementara variabel lain dianggap konstan (nol), maka akan meningkatkan minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI sebesar 21,1%.
3. Nilai koefisien $\beta_2 = 0,197$, yang berarti persepsi kemudahan penggunaan bernilai penggunaan bernilai positif sebesar 0,197. Hal ini menunjukkan apabila variabel persepsi kemudahan penggunaan naik satu satuan, sementara variabel lain dianggap konstan (nol), maka akan meningkatkan minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI sebesar 19,7%.
4. Nilai koefisien $\beta_3 = 0,229$ yang berarti persepsi kompatibilitas bernilai positif sebesar 0,229. Hal ini menunjukkan apabila variabel persepsi kompatibilitas naik satu satuan, sementara variabel lain dianggap konstan (nol), maka akan meningkatkan minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI sebesar 22,9%.
5. Nilai koefisien $\beta_4 = 0,353$ yang berarti variabel persepsi keunggulan relatif bernilai positif sebesar 0,353. Hal ini menunjukkan apabila variabel persepsi keunggulan relatif naik satu satuan, sementara variabel lain dianggap konstan (nol), maka akan meningkatkan minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI sebesar 35,3%.

Uji selanjutnya dalam analisis regresi linier berganda adalah uji determinasi (R^2), uji f, dan uji hipotesis (uji t).

a. Uji Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat diketahui pada kekuatan hubungan secara fungsional antara variabel independen dengan variabel terikat. Koefisien korelasi memiliki besaran antara 0 s/d 1. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, maka semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen (Ismail, 2018).

Tabel IV. 24
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.826 ^a	.682	.669	1.080

a. Predictors: (Constant), RA, PU, PEOU, CO

b. Dependent Variable: ITU

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Tabel IV.24 menunjukkan hasil nilai *R square* adalah 0,682 atau 68,2%. Artinya persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kompatibilitas, dan persepsi keunggulan relatif berpengaruh sebesar 68,2% terhadap minat menggunakan. Sedangkan sisanya, sebesar 31,8% minat menggunakan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam model penelitian ini.

b. Uji F

Uji F bertujuan untuk mendapatkan pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pengambilan keputusan dapat dilihat melalui nilai *p-value* dan perbandingan f_{hitung} dan f_{tabel} pada uji F. Jika nilai *P-Value* < 0,05 atau $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_1 diterima. Artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Rumus untuk $f_{tabel} = k ; n-k$ (Ismail, 2018).

Tabel IV. 25
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	237.950	4	59.488	51.000	.000 ^b
Residual	110.810	95	1.166		
Total	348.760	99			

a. Dependent Variable: ITU

b. Predictors: (Constant), RA, PU, PEOU, CO

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Tabel IV.25, menunjukkan hasil uji F bahwa nilai *P-Value* yaitu 0,000 sehingga lebih kecil dari 0,05. Sedangkan f_{hitung} besarnya adalah 51,000, sehingga $f_{tabel} = 4; 100-4$ diperoleh hasil 2,47. Berdasarkan perolehan angka tersebut, maka $f_{hitung} > f_{tabel}$ yang artinya persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kompatibilitas, dan persepsi keunggulan relatif secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

c. Uji Hipotesis (Uji T)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat (secara parsial). Pengambilan keputusan dapat dilihat nilai *p-value* dari uji t. Nilai *P-Value* < 0,05 maka H_1 diterima. Selain itu, pengambilan keputusan dapat berdasarkan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_1 diterima (Ismail, 2018).

Tabel IV. 26
Tabel Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.607	.911		.666	.507
PU	.211	.071	.179	2.975	.004
PEOU	.197	.066	.213	2.983	.004
CO	.229	.068	.276	3.376	.001
RA	.353	.074	.398	4.792	.000

a. Dependent Variable: ITU

Data primer (diolah), 2023

Tabel IV.26 merupakan hasil pengujian terhadap hipotesis, dapat diketahui besarnya signifikansi yang terdapat dalam setiap variabel independen (persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kompatibilitas, dan persepsi keunggulan relatif) terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI. Berikut hasil pengujian terhadap hipotesis dari besarnya signifikansi pada setiap variabel independen sesuai Tabel IV.26:

1. Persepsi Kegunaan (PU)

Nilai t_{hitung} 2,975 dan nilai t_{tabel} 1,985, maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya H_1 diterima. Sedangkan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$, maka H_1 diterima. Keputusan yang dapat diambil adalah variabel persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI.

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU)

Nilai t_{hitung} 2,983 dan nilai t_{tabel} 1,985, maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya H_2 diterima. Sedangkan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$, maka H_2 diterima.

Keputusan yang dapat diambil adalah variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI.

3. Persepsi Kompatibilitas (CO)

Nilai t_{hitung} 3,376 dan nilai t_{tabel} 1,985, maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya H_3 diterima. Sedangkan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, maka H_3 diterima. Keputusan yang dapat diambil adalah variabel persepsi kompatibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI.

4. Persepsi Keunggulan Relatif (RA)

Nilai t_{hitung} 4,792 dan nilai t_{tabel} 1,985, maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya H_4 diterima. Sedangkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_4 diterima. Keputusan yang dapat diambil adalah variabel persepsi keunggulan relatif berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Menggunakan QRIS BSI

Pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan menghasilkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} , yaitu $2,975 > 1,985$. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI. Berdasarkan hasil tersebut, H_1 yang menduga persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS

BSI, dapat diterima. Pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan adalah positif, ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,004.

Persepsi kegunaan merupakan seberapa jauh rasa percaya seseorang bahwa dengan memakai suatu sistem dapat meningkatkan efektivitas kinerjanya. Definisi menurut Phonthanukitithaworn, yaitu seberapa jauh rasa percaya seseorang bahwa dengan memakai layanan pembayaran elektronik dapat memperbaiki kinerja dan produktivitasnya saat melaksanakan transaksi pembayaran (Anjelina, 2018). Misalnya seseorang percaya terhadap layanan *mobile payment* mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi pekerjaan mereka. Konsumen akan merasa nyaman di saat menikmati layanan tersebut tanpa perlu uang tunai guna melakukan pembayaran (Anjelina, 2018).

Mahasiswa Solo Raya menganggap QRIS BSI akan bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari mereka. Kehidupan mahasiswa yang memiliki berbagai kegiatan, mendorong mereka untuk melakukan semua hal dengan cepat, salah satunya transaksi pembayaran. QRIS BSI dianggap mampu memenuhi salah satu kebutuhan nasabahnya tersebut. Selain itu, QRIS BSI juga dianggap sangat berguna dalam mengatur keuangan melalui riwayat transaksi yang tersedia di BSI *Mobile Banking*.

Kegunaan yang dirasakan konsumen akan memengaruhi minat menggunakan suatu sistem. Penelitian yang mendukung hal ini yaitu (Wandira, et al., 2022; Rampen & Sihotang, 2021; Caroline & Hastuti, 2021; Kurniawati, 2018), bahwa persepsi kegunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat

menggunakan suatu sistem. Ketika pengguna merasakan manfaat dalam menggunakan suatu aplikasi *mobile*, maka akan terbangun hubungan positif.

4.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan QRIS BSI

Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan menghasilkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} , yaitu $2,983 > 1,985$. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI. Berdasarkan hasil tersebut, H_2 yang menduga persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI, dapat diterima. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI adalah positif, ditunjukkan dengan nilai signifikansinya sebesar 0,004.

Kemudahan penggunaan teknologi menjadi faktor yang memiliki kaitan dengan sikap individu pada pemanfaatan teknologi baru. Persepsi kemudahan penggunaan muncul sebab setiap individu memiliki sudut pandang kemudahan dalam penggunaan yang berbeda. Persepsi kemudahan penggunaan dimaknai sebagai tolok ukur rasa percaya yang berasal dari pengguna dalam konteks teknologi bukanlah hal yang mengeluarkan banyak usaha. Persepsi kemudahan penggunaan dianggap bagian terpadu TAM sebagai pengukur penerimaan pengguna terhadap teknologi (Musyaffi & Kayati, 2019).

Para mahasiswa menganggap bahwa QRIS BSI akan mudah digunakan di kehidupan sehari-hari. Mereka menganggap penggunaan QRIS BSI mudah untuk

dipahami, perintah-perintah dan informasi yang terdapat dalam *BSI Mobile Banking* sudah cukup jelas. Transaksi pembayaran hanya memerlukan *smartphone* dan jaringan internet, kemudian dapat digunakan dengan mudah. Para mahasiswa sangat antusias untuk menggunakan QRIS BSI, karena mereka menganggap tidak memerlukan banyak usaha saat bertransaksi nantinya.

Persepsi kemudahan penggunaan yang sudah dirasakan seseorang akan menimbulkan hubungan positif terhadap sikap penggunaan. Penelitian yang mendukung hal ini yaitu (Owusu et al., 2020; Abbas et al., 2018; Rizky et al., 2018; Kurniawati, 2018), menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memberikan pengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan. Kemudahan yang dirasakan saat bertransaksi dan menemukan barang yang diinginkan, menjadikan pembelian pada *e-commerce* meningkatkan minat pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut. Semakin mudah penggunaan sistem pada aplikasi *e-commerce*, maka semakin membangkitkan minat para konsumen untuk menggunakan *e-commerce* tersebut.

4.4.3 Pengaruh Persepsi Kompatibilitas terhadap Minat Menggunakan QRIS BSI

Pengaruh persepsi kompatibilitas terhadap minat menggunakan menghasilkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} , yaitu $3,376 > 1,985$. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kompatibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI. Berdasarkan hasil tersebut, H_3 yang menduga persepsi kompatibilitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI, dapat diterima. Pengaruh persepsi kompatibilitas

terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI adalah positif, ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,001.

Menurut Kotler dan Keller, persepsi kompatibilitas adalah kesesuaian inovasi atau pembaruan dengan nilai serta pengalaman individu. Tingkat keserasian inovasi, yaitu tingkat konsistensi dengan nilai-nilai, pengalaman, serta kebutuhan yang ada. Jika sebuah inovasi tidak sesuai atau berlawanan dengan nilai-nilai di masyarakat dan norma yang berlaku, maka pembaruan tersebut tidak memungkinkan diadopsi secara mudah oleh pengguna. Persepsi kompatibilitas menurut definisi lain, yaitu sejauh mana suatu pembaruan dikatakan konsisten sesuai nilai-nilai yang berlaku, pengalaman di masa lampau, dan berbagai kebutuhan para calon pengguna (Wulandari et al., 2018).

QRIS BSI dianggap akan sesuai dengan gaya hidup mahasiswa Solo Raya. Anak-anak muda lebih sering bepergian membawa *smartphone* saja, tanpa membawa barang bawaan yang berlebihan. Oleh karena itu, pembayaran menggunakan QRIS BSI dianggap sangat sesuai dengan gaya hidup mereka. Fitur pembayaran QRIS BSI akan menjadi solusi untuk mengurangi transaksi uang tunai dan meminimalisir kontak secara langsung. Setelah masa pandemi, masyarakat menjadi lebih membatasi kontak dengan orang lain. Oleh karena itu, QRIS BSI dianggap dapat memenuhi kebutuhan pembayaran para mahasiswa di beberapa tempat yang telah beralih ke pembayaran non tunai.

Pengguna menganggap *mobile payment* sudah sesuai, apabila merasakan berbagai manfaat dari aplikasi tersebut, sehingga persepsi kompatibilitas mampu

memperkuat minat untuk pemakaian suatu teknologi. Roger menyatakan bahwa suatu pembaruan yang memiliki persepsi kompatibilitas akan cepat diadopsi daripada pembaruan lainnya. Penelitian yang mendukung hal ini, yaitu (Nuraini & Andriani, 2020; Akmalia & Rikumahu, 2020; Indriyati & Aisyah, 2019; Siregar & Baridwan, 2019), membuktikan persepsi kompatibilitas positif memberikan pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan.

4.4.4 Pengaruh Persepsi Keunggulan Relatif terhadap Minat Menggunakan QRIS BSI

Pengaruh persepsi keunggulan relatif terhadap minat menggunakan menghasilkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} , yaitu $4,792 > 1,985$. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi keunggulan relatif berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI. Berdasarkan hasil tersebut, H_4 yang menduga persepsi keunggulan relatif berpengaruh terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI, dapat diterima. Pengaruh persepsi keunggulan relatif terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI adalah positif, ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Menurut Kotler dan Keller, persepsi keunggulan relatif merupakan tingkat kelebihan yang terdapat pada pembaruan dari suatu produk yang telah ada. Tingkat kelebihan dapat diukur melalui segi ekonomi, kenyamanan saat digunakan, prestasi sosial, dan kepuasan penggunaannya. Semakin besar persepsi keunggulan relatif yang dimiliki pengguna, maka semakin cepat pembaruan dapat diadopsi. Persepsi keunggulan relatif merupakan sejauh mana pengguna

merasakan inovasi guna mewakili peningkatan, baik efisiensi atau efektivitas jika dibandingkan menggunakan metode yang sudah ada (Wulandari et al., 2018).

Mahasiswa Solo Raya menganggap QRIS BSI lebih unggul daripada metode pembayaran lainnya. Transaksi hanya melalui *smartphone* yang tersambung dengan jaringan internet, tidak membutuhkan kartu seperti debit atau kredit. Kini sudah banyak *merchant* yang beralih ke pembayaran non tunai, sehingga mahasiswa Solo Raya akan dapat bertransaksi menggunakan QRIS BSI di manapun dan kapanpun. Oleh karena itu, para mahasiswa akan merasa nyaman saat bertransaksi.

Kelebihan suatu pembaruan menjadi daya tarik bagi pengguna *fintech* agar menggunakan pembaruan tersebut. Individu akan cepat untuk mengadopsi layanan, karena *fintech* tersebut dipersepsikan lebih baik daripada inovasi sebelumnya. Penelitian yang mendukung hal ini, yaitu (Owusu et al., 2020; Indriyati & Aisyah, 2019; Thaker et al., 2019; Abbas et al., 2018), yang membuktikan bahwa persepsi keunggulan relatif berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini memberikan indikasi bahwa ketika nasabah menganggap *mobile banking* lebih menguntungkan, maka dalam diri mereka muncul kecenderungan niat segera mengadopsi *mobile banking*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang dijabarkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI.
2. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI.
3. Persepsi kompatibilitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI.
4. Persepsi keunggulan relatif berpengaruh terhadap minat mahasiswa Solo Raya menggunakan QRIS BSI.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka penulis memiliki saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan pertimbangan dalam pengembangan layanan jasa di masa mendatang. Pihak BSI diharapkan lebih mengenalkan fitur-fitur dalam BSI *Mobile Banking* kepada masyarakat, agar semakin banyak nasabah yang menggunakan QRIS BSI.

2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas populasi di wilayah lain dan menambah jumlah sampel agar tema penelitian ini dapat diuji dengan perbedaan budaya dan kebiasaan masyarakatnya.
3. Bagi masyarakat, diharapkan dapat lebih sering menggunakan transaksi non tunai agar segera tercapai masyarakat non tunai.
- 4.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, S. K., Hassan, H. A., Asif, J., Junaid, H. M., & Zainab, F. (2018). What are the Key Determinants of Mobile Banking Adoption in Pakistan? *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 9(2), 841–848. <https://doi.org/10.14299/ijser.2018.02.012>
- Almaiah, M. A., & Mulhem, A. Al. (2019). Analysis of The Essential Factors Affecting of Intention to Use of Mobile Learning Applications A Comparison Between Universities Adopters and Non-Adopters. *Education and Information Technologies*, 24(2), 1433–1468. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10639-018-9840-1>
- Anjelina. (2018). Persepsi Konsumen pada Penggunaan E-Money. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 219–231. <https://doi.org/10.30871/jama.v2i2.934>
- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Edisi 1* (1st ed.). Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=ltq0DwAAQBAJ>
- APJII. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. Retrieved December 22, 2022, from <https://apjii.or.id/>
- Ardianto, P. (2022). Cashless Society di Indonesia Masih Terbatas. *Investor.Id*.
- Azharsyah, I. (2021). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam* (1st ed.; A. Rahmati, Ed.). Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=RmuHEAAAQBAJ>
- Bank Indonesia, B. I. (2020). QR Code Indonesian Standard (QRIS). Retrieved January 3, 2023, from Kanal dan Layanan website: <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>
- Burhani, D. T. (2021, September 3). Wali Kota Solo Kenalkan ADIPATI QRIS. *RMOLJATENG*. Retrieved from <https://www.rmoljawatengah.id/wali-kota-solo-kenalkan-adipati-qr>
- Davis, F. D. (1986). A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems Theory and Results. *Massachusetts Institute of Technology*, 1(1), 1–291. <https://doi.org/10.1126/science.146.3652.1648>
- Diana, L., Hadining, A. F., & Fitriani, R. (2020). Analisis Faktor yang Memengaruhi Adopsi Rumah Belajar di Kabupaten Karawang. *Masyarakat Telematika Dan Informasi: Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 11(2), 79–90. <https://doi.org/10.17933/mti.v11i2.180>

- Elhajjar, S., & Ouaida, F. (2019). An Analysis of Factors Affecting Mobile Banking Adoption. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 352–367. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2019-0055>
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62(1), 82–89. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/2652/3045>
- Febrianti, D., Hidayah, S. A. L., Abdullah, & Lawita, N. F. (2021). Penerapan Basis Data pada Perusahaan Perbankan (Studi Kasus Penerapan Mobile Banking pada Bank Syariah Indonesia). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 3686–3693.
- Gunawan, A. B., & Mujilan, M. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Kepercayaan, dan Computer Self Efficacy terhadap Minat Penggunaan E-SPT pada Pemilik Usaha Mikro dan Kecil di Kota Madiun. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 9(2), 124–137. <https://doi.org/10.33508/jrma.v9i2.1014>
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed Method)* (1st ed.; C. S. Rahayu, Ed.). Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=Vja4DwAAQBAJ>
- Hiyanti, H., Nugroho, L., Sukmadilaga, C., & Fitrijanti, T. (2019). Peluang dan Tantangan Fintech (Financial Technology) Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(3), 326–333. <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i3.578>
- Ho, J. C., Wu, C. G., Lee, C. S., & Pham, T. T. T. (2020). Factors Affecting the Behavioral Intention to Adopt Mobile Banking an International Comparison. *Technology in Society*, 63(August), 101360. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101360>
- Indriyati, R. N., & Aisyah, M. N. (2019). Determinan Minat Individu Menggunakan Layanan Financial Technology dengan Kerangka Innovation Diffusion Theory. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 209–223. <https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26660>
- Ismail, F. (2018). *Statistika untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial* (1st ed.; M. Astuti, Ed.). Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=D9B1DwAAQBAJ>
- Kemendagri. (2021). Sebanyak 86 , 93 % Penduduk Indonesia Beragama Islam pada 31 Desember 2021. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/12/sebanyak-8693-penduduk-indonesia-beragama-islam-pada-31-desember-2021>
- Khoirina, M. M., Alfina, A., & Setyo, H. F. (2021). Determinan Individu

- Mengadopsi Layanan E-Payment (Studi pada Millenials di Kabupaten Gresik). *Jurnal Manajerial*, 8(01), 54–67. <https://doi.org/10.30587/manajerial.v8i01.1889>
- Kosadi, F., Jaya, R. C., & Hamdani, D. (2021). Intensi Adopsi E-Commerce dan Aplikasi Sistem Akuntansi. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 8(2), 115–128. <https://doi.org/10.17977/um004v8i22021p115>
- Kurniawati, S. (2018). Analisis Pengaruh Perceived Compatibility, Individual Mobility, dan Driver's Factor dari Attitude Towards Use, serta Implikasinya pada Intention to Use (Telaah pada Calon Pengguna Aplikasi Onesmile di BSD CItY 55). *Ultima Management*, 9(1), 55–67.
- Mandariza, A., Furkan, L. M., & Mulyono, L. E. H. (2019). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi Konsumen pada Penggunaan Electronic Payment (Server Based). *JMM UNRAM - Master of Management Journal*, 8(4), 378–393. <https://doi.org/10.29303/jmm.v8i4.467>
- Maulana, R., Iskandar, I., & Mailany, M. (2018). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking terhadap Minat Nasabah dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model. *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2(2), 146–155. <https://doi.org/10.22373/cj.v2i2.4161>
- Misissaifi, M., & Sriyana, J. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Menggunakan Fintech Syariah. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 10(1), 109–124. <https://doi.org/10.46367/iptishaduna.v10i1.276>
- Musyaffi, A. M., & Kayati, K. (2019). Dampak Kemudahan dan Risiko Sistem Pembayaran QR Code Technology Acceptance Model (TAM) Extension. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 161–176. <https://doi.org/10.33603/jibm.v3i2.2635>
- Ningsih, N. A., & Nasution, M. I. P. (2023). Penerapan BSI Mobile pada Sistem Informasi Manajemen Perbankan Syariah. *Sci-Tech Journal*, 2(1), 90–95. <https://doi.org/10.56709/stj.v2i1.68>
- Nuraini, S. P., & Andriani, M. (2020). Faktor Penentu Minat Menggunakan Teknologi NFC sebagai Sistem Pembayaran. *ULTIMA Management*, 12(2), 175–199.
- Owusu, G. M. Y., Bekoe, R. A., Yobo, A. A. A., & Otieku, J. (2020). Mobile Banking Adoption among the Ghanaian Youth. *Journal of African Business*, 22(3), 1–22. <https://doi.org/10.1080/15228916.2020.1753003>
- PDDikti. (2022). Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDikti). Retrieved from PDDikti website: <https://pddikti.kemdikbud.go.id/>
- Portal Informasi Indonesia, P. I. I. (2020). Portal Informasi Indonesia. Retrieved January 1, 2023, from Portal Informasi Indonesia website: <https://indonesia.go.id>

- Pratiwi, I. E., Affandy, F. F., & Rosalina, Y. (2020). Determinan Penggunaan Digital Banking pada Generasi Milenial Muslim Pendekatan Technology of Acceptance Model (Studi Kasus di Kota Jayapura, Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 478–486. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1198>
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS* (3rd ed.; P. C. Ambarwati, Ed.). Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=MQCGDwAAQBAJ>
- Purwantini, A. H., & Anisa, F. (2018). Analisis Pemanfaatan Social Commerce bagi UMKM Anteseden dan Konsekuensi. *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 16(1), 47–63. <https://doi.org/10.30595/kompartemen.v16i1.2413>
- Qomusuddin, I. F., & Romlah, S. (2021). *Analisis Data Kuantitatif dengan Program IBM SPSS Statistic 20.0* (1st ed.; E. R. Fadilah, Ed.). Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=P3tmEAAAQBAJ>
- Rampen, D. E. C., & Sihotang, J. I. (2021). Analisis Penggunaan Layanan Mobile Banking terhadap Transaksi Pembayaran Menggunakan Metode Extended TAM. *Cogito Smart Journal*, 7(1), 85–95. <https://doi.org/10.31154/cogito.v7i1.303.85-95>
- Rizky, N., Yasa, I. N. P., & Wahyuni, M. A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Pengetahuan terhadap Minat Menggunakan E-Banking dalam Bertransaksi pada UMKM di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi (JIMAT)*, 9(3), 191–202. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jimat.v9i3.20463>
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan E-Money pada Bank BRI Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(2), 699–711. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163>
- Rosyidah, M., & Fijra, R. (2021). *Metode Penelitian* (1st ed.). Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=61k-EAAAQBAJ>
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi Konsumen dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Alat Pembayaran Digital. *Journals of Economics and Business Mulawarman*, 17(2), 237–247. <https://doi.org/https://doi.org/10.30872/jkin.v17i2.7355>
- Setyawan, A., Hadijati, M., & Switrayni, N. W. (2019). Analisis Masalah Heteroskedastisitas Menggunakan Generalized Least Square dalam Analisis Regresi. *Eigen Mathematics Journal*, 02(02), 61–72. <https://doi.org/10.29303/emj.v1i2.43>
- Suryani, & Hendryadi. (2016). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* (2nd ed.; Suwito, Ed.). Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=YHA-DwAAQBAJ>

- Thaker, M. A. B. M. T., Pitchay, A. B. A., Thaker, H. B. M. T., & Amin, M. F. Bin. (2019). Factors Influencing Consumers' Adoption of Islamic Mobile Banking Services in Malaysia An Approach of Partial Least Squares (PLS). *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1037–1056. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0065>
- Trisnaningtyas, F. (2021, April 5). Dorong Digitalisasi Ekonomi, BI Solo Gencar Sosialisasi QRIS. *Solopos.Com*. Retrieved from <https://www.solopos.com/dorong-digitalisasi-ekonomi-bi-solo-gencar-sosialisasi-qr-1116444>
- Tristiyanti, N. D. (2018). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Adopsi Mobile Banking Nasabah BCA di Surabaya. *Jurnal Perbanas Surabaya*, 2(1), 1–12.
- Wahyudi, B., & Yanthi, M. D. (2021). Penerimaan Teori TAM terhadap Penggunaan Mobile Payment dengan Kompatibilitas sebagai Variabel Eksternal. *Akuntabilitas*, 15(1), 55–72. <https://doi.org/10.29259/ja.v15i1.11850>
- Walfajri, M. (2022, September 10). BSI Catatkan Nilai Transaksi QRIS Capai Rp 524 Miliar hingga Semester I. *Kontan.Co.Id*. Retrieved from <https://keuangan.kontan.co.id/news/bsi-catatkan-nilai-transaksi-qr-524-miliar-hingga-semester-i>
- Wandira, R., Fauzi, A., Azim, F., & Annas, F. (2022). Customer Acceptance Analysis of Islamic Bank of Indonesia Mobile Banking Using Technology Acceptance Model (TAM). *International Journal of Informatics and Information Systems*, 5(2), 92–100. <https://doi.org/10.47738/ijis.v5i2.132>
- Widayati, Y. T. (2018). Aplikasi Teknologi QR (Quick Response) Code Implementasi yang Universal. *Komputaki*, 3(1), 66–82.
- Widiyanto, M. A. (2013). *Statistika Terapan Konsep dan Aplikasi SPSS*. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=ZRdQDwAAQBAJ>
- Winata, V. P., Sabri, & Dewi, S. (2018). Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi, dan Keamanan terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan BSM Mobile Banking pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh. *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, 2(2), 203–210. Retrieved from <http://ejournal.iainbukittinggi.ac.id/index.php/febi>
- Wiratno, W. E. (2019). Analisis Adopsi Aplikasi Uang Elektronik melalui Pendekatan Teori Difusi Inovasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 155–177.
- Wulandari, D., Bangsawan, S., & Bursan, R. (2018). Pengaruh Inovasi Produk (Keuntungan Relatif, Kompatibilitas, dan Kompleksitas) terhadap Niat Pengguna Mobile Banking BRI. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 13(3), 227–238.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian

Bulan	Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei											
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4								
Kegiatan																																
Penyusunan Proposal	x	x	x	x	x	x	x	x																								
Konsultasi	x	x	x	x	x		x												x													
Pendaftaran Seminar Proposal								x																								
Seminar Proposal										x																						
Revisi Proposal											x																					
Pengumpulan Data											x	x																				
Analisis Data														x	x																	
Penulisan Akhir Naskah Skripsi															x	x	x															
Pendaftaran <i>Munaqosah</i>																																
<i>Munaqosah</i>																																
Revisi Skripsi																																

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI

Yth.

Responden

Di Tempat

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Saya Kharisma Nursawitri adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir (skripsi). Adapun judul penelitian Saya adalah **Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Solo Raya Menggunakan QRIS BSI.**

Berkaitan dengan hal tersebut, Saya memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner yang terlampir berikut ini. Semua pendapat yang telah Saudara/i berikan dalam kuesioner ini akan dijamin kerahasiaannya, hal ini semata-mata untuk kepentingan penelitian. Atas bantuan Saudara/i, Saya ucapkan terima kasih.

Salam hormat,

Peneliti,

Kharisma Nursawitri

Bagian A
Lembar Identitas Responden

Sebagai informasi, mohon agar mengisi lembar identitas diri berikut yang paling sesuai dengan diri Anda. Jawaban Anda dijamin kerahasiaannya, pilihlah jawaban yang paling tepat dan menggambarkan diri Anda.

Nama	:				
Jenis Kelamin	:	Laki-laki	Perempuan		
Usia	:	17 tahun	20 tahun	23 tahun	> 25 tahun
		18 tahun	21 tahun	24 tahun	
		19 tahun	22 tahun	25 tahun	
Domisili saat ini	:	Surakarta	Sragen	Boyolali	
		Sukoharjo	Wonogiri		
		Klaten	Karanganyar		
Mahasiswa	:	FEB UMS	FEBI UIN SAID	FEB UNS	
Aktivitas mahasiswa	:	Kuliah saja			
		Kuliah dan kerja (<i>part time</i>)			
		Kuliah dan organisasi			
		Kuliah, kerja, dan organisasi			
Sumber uang saku	:	Orang tua	Beasiswa		
		Kerja (<i>part time</i>)	Usaha/ bisnis		
Uang saku/ penghasilan per bulan	:	< Rp 500.000,00			
		Rp 500.000,00 – Rp 1.000.000,00			
		Rp 1.000.000,00 – Rp 2.000.000,00			

		Rp 2.000.000,00 – Rp 5.000.000,00		
		>Rp 5.000.000,00		
Pekerjaan orang tua				
Ayah	:	PNS/ TNI/ POLRI	Petani	
		Wiraswasta	Karyawan swasta	
		Pedagang	Lainnya	
Ibu	:	PNS/ TNI/ POLRI	Petani	Lainnya
		Wiraswasta	Karyawan swasta	
		Pedagang	Ibu rumah tangga	
Saya sudah menggunakan BSI <i>Mobile Banking</i> .				
Saya belum pernah bertransaksi menggunakan QRIS BSI.				

BAGIAN B
LEMBAR KUESIONER

Pada setiap *section* disajikan beberapa pernyataan berdasarkan 5 skor penilaian yang harus dijawab. Pilihlah jawaban yang paling menggambarkan diri Anda terhadap QRIS BSI. Skor penilaian terdiri dari:

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

1. Pernyataan tentang Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya percaya bahwa QRIS BSI akan bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari.					
2.	Saya percaya bahwa menggunakan QRIS BSI akan memungkinkan Saya menyelesaikan transaksi pembayaran lebih cepat.					
3.	Saya percaya bahwa QRIS BSI akan membantu Saya dalam mengatur keuangan melalui riwayat transaksi.					

2. Pernyataan tentang Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya percaya bahwa QRIS BSI akan mudah digunakan.					
2.	Saya percaya bahwa cara menggunakan QRIS BSI akan mudah dipahami.					
3.	Saya percaya bahwa bertransaksi menggunakan QRIS BSI tidak akan membutuhkan banyak usaha.					

3. Pernyataan tentang Persepsi Kompatibilitas (*Perceived Compatibility*)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya percaya bahwa menggunakan QRIS BSI akan sesuai dengan gaya hidup Saya.					
2.	Saya percaya bahwa menggunakan QRIS BSI akan sesuai dengan situasi saat ini.					
3.	Saya percaya bahwa QRIS BSI akan sesuai dengan kebutuhan pembayaran Saya.					

4. Pernyataan tentang Persepsi Keunggulan Relatif (*Perceived Relative Advantage*)


No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya percaya bahwa QRIS BSI akan lebih unggul dibandingkan metode pembayaran lainnya.					
2.	Saya percaya bahwa QRIS BSI akan dapat digunakan di mana saja dan kapan saja.					
3.	Saya percaya bahwa					

	menggunakan QRIS BSI akan membuat Saya lebih nyaman dalam bertransaksi.					
--	---	--	--	--	--	--

5. Pernyataan tentang Minat Menggunakan (*Intention to Use*)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya ingin segera mendapatkan informasi mengenai QRIS BSI.					
2.	Saya ingin bertransaksi menggunakan QRIS BSI.					
3.	Saya akan selalu menggunakan QRIS BSI.					

Lampiran 3 Kuesioner Google Form



**KUESIONER
PENELITIAN
SKRIPSI (Faktor-
Faktor yang
Memengaruhi Minat
Mahasiswa Solo
Raya Menggunakan
QRIS BSI)**

iYth.
Responden
Di Tempat

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Saya Kharisma Nursawitri adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir (skripsi). Adapun judul penelitian Saya adalah **Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Solo Raya Menggunakan QRIS BSI**.

Berkaitan dengan hal tersebut, Saya memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner yang terlampir berikut ini. Semua pendapat yang telah Saudara/i berikan dalam kuesioner ini akan dijamin kerahasiaannya, hal ini semata-mata untuk kepentingan penelitian. Atas bantuan Saudara/i, Saya ucapkan terima kasih.

Salam hormat,
Penulis,

Kharisma Nursawitri

Email *

Email Anda

Lembar Identitas Responden
Sebagai informasi, mohon agar mengisi lembar identitas diri berikut yang paling sesuai dengan diri Anda. Jawaban Anda dijamin kerahasiaannya, pilihlah jawaban yang paling tepat dan menggambarkan diri Anda.

Nama *

Jawaban Anda

Jenis Kelamin *

Laki-laki
 Perempuan

Usia *

17 tahun
 18 tahun
 19 tahun
 20 tahun
 21 tahun
 22 tahun
 23 tahun
 24 tahun
 25 tahun
 > 25 tahun

Domisili saat ini *

Surakarta

Sukoharjo

Klaten

Sragen

Wonogiri

Karanganyar

Boyolali

Mahasiswa *

FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta

FEBI UIN Raden Mas Said

FEB Universitas Sebelas Maret

Aktivitas Mahasiswa *

Kuliah saja

Kuliah dan kerja (part time)

Kuliah dan organisasi

Kuliah, kerja, dan organisasi


Sumber uang saku *

Orang tua

Kerja (part time)

Beasiswa

Usaha atau bisnis



Uang saku atau penghasilan per bulan *

< Rp 500.000,00

Rp 500.000,00 - Rp 1.000.000,00

Rp 1.000.000,00 - Rp 2.000.000,00

Rp 2.000.000,00 - Rp 5.000.000,00

> Rp 5.000.000,00

Pekerjaan orang tua (Ayah) *

PNS/ TNI/ POLRI

Wiraswasta

Pedagang

Petani

Karyawan swasta

Yang lain: _____

Pekerjaan orang tua (Ibu) *

PNS/ TNI/ POLRI

Wiraswasta

Pedagang

Petani

Karyawan swasta

Ibu rumah tangga

Yang lain: _____

Saya sudah menggunakan BSI Mobile Banking. *

Ya

Saya belum pernah bertransaksi menggunakan QRIS BSI. *


Ya

Halaman 1 dari 2

[Berikutnya](#) [Kosongkan formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.
Laporkan Penyalahgunaan - Persyaratan Layanan - Kebijakan Privasi

Google Formulir 

LEMBAR KUESIONER

Pada setiap *section* disajikan beberapa pernyataan berdasarkan 5 skor penilaian yang harus dijawab. Pilihlah jawaban yang paling menggambarkan diri Anda terhadap QRIS pada BSI *Mobile Banking*. Skor penilaian terdiri dari:

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

1. Saya percaya bahwa QRIS BSI akan bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari. *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

2. Saya percaya bahwa menggunakan QRIS BSI akan memungkinkan Saya menyelesaikan transaksi pembayaran lebih cepat. *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

3. Saya percaya bahwa QRIS BSI akan membantu Saya dalam mengatur keuangan melalui riwayat transaksi. *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

4. Saya percaya bahwa QRIS BSI akan mudah digunakan. *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

5. Saya percaya bahwa cara menggunakan QRIS BSI akan mudah dipahami. *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

6. Saya percaya bahwa bertransaksi menggunakan QRIS BSI tidak akan membutuhkan banyak usaha. *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

7. Saya percaya bahwa menggunakan QRIS BSI akan sesuai dengan gaya hidup Saya. *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

8. Saya percaya bahwa menggunakan QRIS BSI akan sesuai dengan situasi saat ini. *

Sangat Tidak Setuju (STS)

1

2

3

4

5

Sangat Setuju (SS)

9. Saya percaya bahwa QRIS BSI akan sesuai dengan kebutuhan pembayaran Saya. *

Sangat Tidak Setuju (STS)

1

2

3

4

5

Sangat Setuju (SS)

10. Saya percaya bahwa QRIS BSI akan lebih unggul dibandingkan metode pembayaran lainnya. *

Sangat Tidak Setuju (STS)

1

2

3

4

5

Sangat Setuju (SS)

11. Saya percaya bahwa QRIS BSI akan dapat digunakan di mana saja dan kapan saja. *

Sangat Tidak Setuju (STS)

1

2

3

4

5

Sangat Setuju (SS)

12. Saya percaya bahwa menggunakan QRIS BSI akan membuat Saya lebih nyaman dalam bertransaksi. *

Sangat Tidak Setuju (STS)

1

2

3

4

5

Sangat Setuju (SS)

13. Saya ingin segera mendapatkan informasi mengenai QRIS BSI. *

Sangat Tidak Setuju (STS)

1

2

3

4

5

Sangat Setuju (SS)

14. Saya ingin bertransaksi menggunakan QRIS BSI. *

Sangat Tidak Setuju (STS)

1

2

3

4

5

Sangat Setuju (SS)

15. Saya akan selalu menggunakan QRIS BSI. *

Sangat Tidak Setuju (STS)

1

2

3

4

5

Sangat Setuju (SS)

Halaman 2 dari 2

Kembali

Kirim

Kosongkan

formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.
Laporkan Penyalahgunaan - Syarat Layanan - Kebijakan Privasi

Google Formulir



Lampiran 4 Plagiarisme Turnitin

Kharisma N PBS_Skripsi		
ORIGINALITY REPORT		
14%	14%	10%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS
		9%
		STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES		
1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	2%
2	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	1%
3	text-id.123dok.com Internet Source	1%
4	repository.wima.ac.id Internet Source	1%
5	repository.unhas.ac.id Internet Source	1%
6	www.researchgate.net Internet Source	1%
7	etd.iain-padangsidempuan.ac.id Internet Source	1%
8	repository.usd.ac.id Internet Source	<1%
9	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper	<1%