

**PENGARUH EKSPEKTASI KINERJA, EKSPEKTASI USAHA,
MOTIVASI HEDONIS, NILAI HARGA, DAN KEBIASAAN
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN QRIS
(Studi pada Masyarakat Muslim di Kabupaten Karanganyar)**

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:
AMALIA RAMADHAN
NIM. 19.52.31.281**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID
SURAKARTA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH EKSPEKTASI KINERJA, EKSPEKTASI USAHA,
MOTIVASI HEDONIS, NILAI HARGA DAN KEBIASAAN TERHADAP
MINAT PENGGUNAAN QRIS**

(Studi pada Masyarakat Muslim di Kabupaten Karanganyar)

SKRIPSI

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

Oleh:

AMALIA RAMADHAN
NIM. 19.52.31.281

Sukoharjo, 08 Mei 2023

Disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing Skripsi



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

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Yang Bertanda tangan di bawa ini:

Nama : Amalia Ramadhan

NIM : 19.52.31.281

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi berjudul "PENGARUH EKSPEKTASI KINERJA, EKSPEKTASI USAHA, MOTIVASI HEDONIS, NILAI HARGA, DAN KEBIASAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN QRIS (Studi pada Masyarakat Muslim di Kabupaten Karanganyar)". Benar-benar bukan merupakan plagias 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, 08 Mei 2023



Amalia Ramadhan

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Yang Bertanda tangan di bawa ini:

Nama : Amalia Ramadhan

NIM : 19.52.31.281

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Terkait penelitian skripsi berjudul "PENGARUH EKSPEKTASI KINERJA, EKSPEKTASI USAHA, MOTIVASI HEDONIS, NILAI HARGA, DAN KEBIASAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN QRIS (Studi pada Masyarakat Muslim di Kabupaten Karanganyar)"

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

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Karanganyar, 08 Mei 2023



Amalia Ramadhan

Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Amalia Ramadhan

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
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 sepenuhnya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Amalia Ramadhan, NIM: 19.52.31.281 yang berjudul: "PENGARUH EKSPEKTASI KINERJA, EKSPEKTASI USAHA, MOTIVASI HEDONIS, NILAI HARGA, DAN KEBIASAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN QRIS (Studi pada Masyarakat Muslim di Kabupaten Karanganyar)"

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, 08 Mei 2023
Dosen Pembimbing Skripsi



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

PENGESAHAN

**PENGARUH EKSPEKTASI KINERJA, EKSPEKTASI USAHA,
MOTIVASI HEDONIS, NILAI HARGA, DAN KEBIASAAN TERHADAP
MINAT PENGGUNAAN QRIS
(Studi pada Masyarakat Muslim di Kabupaten Karanganyar)**

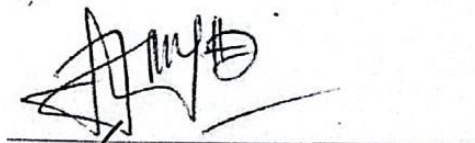
Oleh:

AMALIA RAMADHAN
NIM. 19.52.31.281

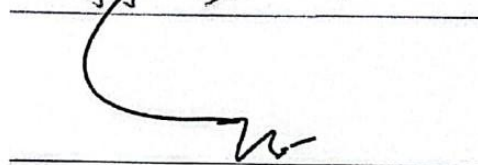
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqasah
pada hari Jumat tanggal 19 Mei 2023 M / 28 Syawal 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

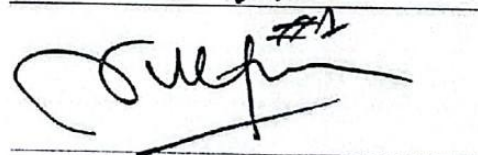
Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Yuni Astuti, S.E., M.B.A
NIP. 19910614 202012 2 011



Penguji II
Budi Sukardi, S.E.I, M.S.I
NIP. 19791111 200604 1 003

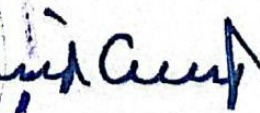


Penguji III
Yulfan Arif Nurrohman, M.M.
NIK. 19860613 201701 1 177



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

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

(QS. Al Insyirah : 6-8)

"Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya menemukanmu."

(Ali bin Abi Thalib)

“Rahasia untuk maju adalah memulai."

(Mark Twain)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa

karya yang sederhana ini untuk:

Bapak dan Ibuku tercinta, Kakak dan Adekku tersayang yang selalu
memberikan dukungan tiada hentinya.

Sahabat – sahabatku dan semua pihak yang telah melangkan waktu, tenaga
dan pikirannya sehingga tercapailah semua ini.

Terimakasih

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH EKSPEKTASI KINERJA, EKSPEKTASI USAHA, MOTIVASI HEDONIS, NILAI HARGA DAN KEBIASAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN QRIS (Studi Pada Masyarakat Muslim di Kabupaten Karanganyar)”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

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

1. Dr. Mudofir, S.Ag.,M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
4. Usnan, S.E.I., M.E.I. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

5. Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I selaku Koordinator Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
6. Yulfan Arif Nurrohman, M.M selaku dosen Pembimbing Akademik Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
7. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama peneliti menyelesaikan skripsi.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis
9. Tim Penguji yang telah memberikan saran untuk penyusunan skripsi ini.
10. Bapak Tarto dan Ibu Sarmi orang tua tercinta, terimakasih atas setiap doa doa, dukungan dan kasih sayang kalian yang tak pernah terhenti terhadap peneliti.
11. Kakak dan Adik Kandung tersayang serta seluruh keluarga besar yang telah mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Bank Indonesia Solo, terimakasih telah memberikan beasiswa, pengalaman, ilmu dan kesempatannya.
13. Seluruh Anggota Ikatan Mahasiswa Karanganyar (IMAKA) 2021 dan Anggota Generasi Baru Indonesia (GenBI) Solo periode 2021 dan 2022, terimakasih telah mengajarkan tentang berorganisasi dan keseruannya.
14. Responden yang merupakan masyarakat Muslim Kabupaten Karanganyar.
15. Sahabat-sahabatku dan teman-teman angkatan 2019 yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada peneliti selama peneliti menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 08 Mei 2023

Penulis

ABSTRACT

This research aimed to determine the effect of performance expectations, business expectations, hedonic motivation, selling value and habits on the user intention the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) in Karanganyar's Muslim communities.

This research used quantitative research. The primary data obtained from filling out questionnaires from respondents. The sampling technique used purposive sampling with the Ferdinand formula. This research used multiple linear regression analysis techniques which were processed using SPSS.

The results of the data analysis show that business expectations, hedonic motivation and habits have a positive and significant influence on the intention to use QRIS. Meanwhile, the variables of performance expectations and selling values have no effect on the user intention QRIS.

Keywords: Performance Expectations, Business Expectations, Hedonic Motivation, selling Value, Habits, user Intention, QRIS.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, motivasi hedonis, nilai harga dan kebiasaan terhadap minat penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada masyarakat muslim kabupaten Karanganyar.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Data yang digunakan ada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari pengisian kuesioner dari responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan rumus ferdinand. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan SPSS.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa ekspektasi usaha, motivasi hedonis dan kebiasaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. Sedangkan variabel ekspektasi kinerja dan nilai harga tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS.

Kata Kunci : Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, Kebiasaan, Minat Penggunaan, QRIS.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
NOTA DINAS.....	v
PENGESAHAN.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRACT	xii
ABSTRAK	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Penelitian	8

1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.7 Jadwal Penelitian.....	9
1.8 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)</i>	12
2.1.2 Ekspektasi Kinerja.....	13
2.1.3 Ekspektasi Usaha.....	14
2.1.4 Motivasi Hedonis.....	14
2.1.5 Nilai Harga	15
2.1.6 Kebiasaan	15
2.1.7 Minat Penggunaan.....	17
2.1.8 <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i>	17
2.2 Penelitian Yang Relevan	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	25
2.4 Pengembangan Hipotesa	26
2.4.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Minat Penggunaan QRIS.....	26
2.4.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Minat Penggunaan QRIS	26

2.4.3 Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap Minat Penggunaan QRIS.....	27
2.4.4 Pengaruh Nilai Harga terhadap Minat Penggunaan QRIS	27
2.4.5 Pengaruh Kebiasaan terhadap Minat Penggunaan QRIS	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.3.1 Populasi.....	29
3.3.2 Sampel	30
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	31
3.5 Variabel Penelitian	31
3.5.1 Variabel Dependen (Y).....	32
3.5.2 Variabel Independen (X).....	32
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.7 Analisis Data	35
3.7.1 Uji Statistik Deskriptif.....	35
3.7.2 Uji Instrumen	35
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	36
3.7.4 Uji Ketepatan Model	37
3.7.5 Uji Hipotesis.....	38

3.7.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Penelitian	40
4.1.1 Gambaran Umum <i>Quick Response Code Indonesian Standard</i>	40
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	41
4.2.1 Deskripsi Responden.....	41
4.3 Hasil Analisis Data.....	45
4.3.1 Uji Statistik Deskriptif.....	45
4.3.2 Uji Intrumen.....	47
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	50
4.3.4 Uji Ketetapan Model	53
4.3.5 Uji Hipotesis.....	55
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
4.5 Pembahasan Hasil Analisis Data.....	59
4.5.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Minat Penggunaan <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i>	59
4.5.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Minat Penggunaan <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i>	61
4.5.3 Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap Minat Penggunaan <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i>	62

4.5.4 Pengaruh Nilai Harga terhadap Minat Penggunaan <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i>	63
4.5.5 Pengaruh Kebiasaan terhadap Minat Penggunaan <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i>	64
BAB V PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Nilai Transaksi Uang Elektronik 2017-2022	1
Tabel 2. 1 Penelitian Yang Relevan	19
Tabel 3. 1 Skala Likert	31
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 2 Data responden berdasarkan usia.....	42
Tabel 4. 3 Data responden berdasarkan domisili	42
Tabel 4. 4 Data responden berdasarkan pekerjaan.....	44
Tabel 4. 5 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	45
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Ekspektasi Kinerja	47
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Ekspektasi Usaha	47
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Motivasi Hedonis	48
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Nilai Harga.....	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kebiasaan	48
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Minat	49
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	52
Tabel 4. 16 Hasil Uji Determinasi R ²	53
Tabel 4. 17 Hasil Uji F Simultan	54

Tabel 4. 18 Hasil Uji t Parsial	55
Tabel 4. 19 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	25
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian	72
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	73
Lampiran 3 Tabulasi Data	77
Lampiran 4 Analisis Statistik Deskriptif.....	101
Lampiran 5 Uji Validitas	102
Lampiran 6 Uji Reliabilitas	105
Lampiran 7 Uji Normalitas	106
Lampiran 8 Uji Heterokedastisitas	107
Lampiran 9 Uji Multikolinearitas	109
Lampiran 10 Uji R	110
Lampiran 11 Uji F simultan	111
Lampiran 12 Analisis Regresi Linear Berganda	112
Lampiran 13 Uji t Parsial	113
Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup	114
Lampiran 15 Uji Plagiarisme	115
Lampiran 16 Legalitas Turnitin	116
Lampiran 17 Dokumentasi Pengumpulan Data	117

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi sudah mengubah cara hidup masyarakat seluruh dunia, terutama pada komunikasi, perdagangan barang serta jasa, serta kemudian lintas keuangan. Jaringan internet yang meluas dan perluasan fungsi online gadget menjadi alat paling populer dalam kehidupan insan terkini memberikan dorongan kuat untuk menggeser lebih banyak pengambilan keputusan pada kehidupan insan ke mesin semacam itu. Perubahan tersebut termasuk bagaimana rakyat global melakukan transaksi yang dilakukan melalui metode pembayaran digital (Susanto dkk 2022).

Pesatnya perkembangan teknologi menyampaikan efek mengenai metode pembayaran untuk transaksi usaha terutama pada menjaga transedental korelasi usaha. Salah satu pilar penting dalam mendukung kestabilan sistem keuangan adalah mekanisme pembayaran, yang dulu menggunakan uang sekarang sudah menjadi uang elektronik atau diklaim *elektronik money (e-money)* metode pembayaran. Uang tunai tidak lagi menjadi alat pembayaran utama karena kemajuan sistem pembayaran sehingga metode pembayaran non tunai yang lebih praktis dan terjangkau telah menggantikannya (Tarantang et al., 2019).

Tabel 1. 1 Nilai Transaksi Uang Elektronik 2017-2022

Tahun	Volume (dalam satuan transaksi)	Nominal (dalam juta Rp)
2017	943,296,484,6	12,375,468,72
2018	2,922,660	47,198,616.11
2019	5,226,667,934	145,165,467.8
2020	4,625,678,282	204,909,17
2021	5,451,454,889	305,435,828.5

2022	6,925,777,385	407,534,241.5
------	---------------	---------------

Sumber: (Bank Indonesia, 2022)

Penerapan *e-money* yang selama ini dipergunakan untuk pembayaran online dan offline dapat mempermudah merchant dalam bertransaksi. Kerjasama antara merchant serta penyedia *e-money* akan menaikkan inklusivitas keuangan serta mendorong perekonomian. Menurut Bank Indonesia, teknologi pembayaran non tunai terbagi menjadi dua kategori: uang elektronik dan *e-money*. *E-money* atau uang elektronik merupakan metode pembayaran berbasis chip sedangkan e wallet atau dompet digital merupakan metode pembayaran berbasis server (*online*) seperti OVO, Go-Pay, DANA, LinkAja dan i-saku. Keuntungan membayar menggunakan dompet digital ini terletak pada kepraktisan, kenyamanan, serta keamanannya (Silaen, Manurung, dan Nainggolan, n.d.).

Dilansir dari finansial.bisnis.com menurut Bank Indonesia perkembangan dan kemudahan sistem pembayaran digital, serta percepatan perbankan digital turut mendorong peningkatan transaksi ekonomi dan keuangan digital. Dalam rangka mendorong oemulihan ekonomi nasional, Gubernur Bank Indonesia Perry Warjiyo mengatakan bank sentral terus meningkatkan pelaksanaan regulasi sistem pembayaran dan mempercepat digitalisasi. *Mobile Banking* adalah satu fitur perbankan digital yang semakin berkembang. *Mobile Banking* memungkinkan pelanggan bank melakukan transaksi dengan ponsel pintar yang telah menerapkan pembayaran-pembayaran baru. Dengan demikian, pengguna hanya perlu memindai kode QR di kasir toko untuk menyelesaikan transaksi.

Kode QR adalah kumpulan kode yang dapat dibaca oleh perangkat tertentu yang digunakan untuk transaksi pembayaran dan berisi informasi data, identitas

pengguna/pedagang, nominal pembayaran dan/atau mata uang. Pada 17 Agustus 2019, Bank Indonesia memperkenalkan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) untuk membuat transaksi pembayaran domestik dengan QR-Code lebih mudah, cepat dan aman. Mulai 1 Januari 2020 semua penjual harus menggunakan QR Code yang memenuhi standar QRIS.

QRIS memungkinkan penggunanya dapat melakukan pembayaran dengan memindai kode QR tanpa berpikir bahwasanya kode QR yang disediakan *merchant* berbeda dengan kode QR pengguna. Selain itu, karena retailer sekarang menerima pembayaran melalui kode QR apa pun, satu manfaat bagi bisnis adalah penjualan dapat meningkat. Masyarakat belum merasakan manfaat signifikan dari pembayaran QRIS yang dimungkinkan oleh layanan *mobile banking*. (Wardani dan Masdiantini 2022)

Berdasar dari penulis Kompas Isna Rifka Sri Rahayu (2022), basis pengguna sistem pembayaran *digital Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* semakin meningkat, dan menurut Bank Indonesia (BI), target tersebut akan mencapai 30 juta pengguna pada tahun 2022. Menurut Gubernur BI Perry Warjiyo, sudah ada 23 juta pengguna. Pengguna QRIS diantaranya 20,5% adalah UMKM dan 90% adalah perusahaan kecil dan mikro.

Adopsi QRIS oleh UMKM di Indonesia sudah mulai meluas. Hal ini juga terlihat di kota Solo Raya. Dilansir dari laman website solopos.com, data menunjukkan jumlah merchant QRIS Soloraya 36.881 merchant pada Desember 2019. Jumlah tersebut naik pada Desember 2019 menjadi 281.164 merchant dan 358.410 merchant pada Juli 2022. Sebesar 26% dari total 358.410 merchant berasal

dari kota Solo. Kabupaten Sukoharjo 19%, Kabupaten Klaten sebesar 15%, Kabupaten Karanganyar 13%, Kabupaten Sragen 10% Kabupaten Boyolali 9% dan Kabupaten Wonogiri sebesar 8%. Sementara di Jawa Tengah pengguna QRIS terus meningkat. Pada Desember 2021, ada 756.826 pengguna QRIS dan per juli 2022 jumlah pengguna bertambah menjadi 2.068.241 pengguna. Sehingga dapat dikatakan bahwa minat penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran diberbagai daerah solo raya masih belum merata (Solopos, 2022)

Berdasarkan data penggunaan *Quick Response Code Indonesia Standar* (QRIS) di Solo Raya yang belum merata maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Kabupaten Karanganyar yang jumlah penggunaan *Quick Response Code Indonesia Standar* (QRIS) sebesar 13% menempati urutan keempat kota/kabupaten di Eks Karasidenan Surakarta. Selain itu faktor lain yaitu masih banyak warga yang belum mengetahui cara menggunakan QRIS atau para pedagang yang masih belum memahami fungsi dan kelebihan QRIS sebagai salah satu pembayaran non-tunai.

Kabupaten Karanganyar memiliki 17 kecamatan yang meliputi 177 desa dan kelurahan. Terdapat 1.901 dusun, 2.313 dusun, 1.876 RT, dan 6.358 RW di desa/kelurahan. Kabupaten Karanganyar memiliki luas 74.161 km persegi. Kabupaten Karanganyar meliputi wilayah seluas 77.378,64 hektar dan terletak antara 28° dan 70° Lintang Selatan dan 1100° dan 1100° Bujur Timur. Berdasar data Badan Pusat Statistik Kabupaten Karanganyar penduduk muslim tahun 2021 berjumlah 875.769 jiwa, agama protestan 21.052 jiwa, agama katolik 13.297 jiwa, agama hindu 2.669 jiwa agama budha 296 jiwa dan agama lainnya 50 jiwa.

Berdasarkan jumlah data tersebut peneliti tertarik untuk meneliti masyarakat muslim kabupaten Karanganyar yang jumlah penduduk agama Islam 875.769 jiwa untuk dijadikan sebagai subyek penelitian (BPS Kabupaten Karanganyar, 2023).

Variabel yang mempengaruhi minat dalam penggunaan dan pemanfaatan sistem teknologi telah diidentifikasi melalui pengembangan berbagai model studi. Paradigma *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) adalah salah satu yang terbaru. Model penerimaan dan penggunaan teknologi UTAUT mencakup aspek yang paling menguntungkan dari delapan teori penerimaan teknologi sebelumnya. Venkatesh et al pada tahun 2003 mengembangkan UTAUT. Empat konstruksi utama dalam UTAUT adalah ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan kondisi yang memfasilitasi yang memiliki dampak langsung pada model UTAUT (Nopiani & Putra, 2021).

Salah satu penyebab perlunya pemutakhiran model UTAUT adalah kemajuan teknologi yang terus berlangsung. Model UTAUT2 merupakan hasil dan langkah selanjutnya dalam pengembangan model UTAUT. UTAUT ditingkatkan menjadi UTAUT2 dengan penambahan tiga konstruksi baru yaitu motivasi hedonis, nilai harga dan kebiasaan. Model UTAUT2 bertujuan untuk mengidentifikasi tiga konstruksi kunci penerimaan konsumen dan publik dan penggunaan teknologi serta untuk mengubah dan menambah beberapa keterkaitan antara konsep UTAUT saat ini (Venkatesh, Thong, dan Xu 2012).

Dalam penelitian dilatarbelakangi oleh penelitian sebelumnya. Diantaranya yaitu penelitian Risma dan Sri (2021) menemukan bahwasanya penggunaan teknologi pembayaran *Quick Response Code Indonesia Standar* (QRIS) sangat

dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja. Sementara itu, penelitian Mayanti (2022) menemukan hasil bahwa penggunaan *Quick Response Code Indonesia Standar* (QRIS) di Shopee-Pay e wallet tidak berdampak pada ekspektasi kinerja.

Penelitian Wardani dan Masdiantini (2022) menemukan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesia Standar* (QRIS). Sementara itu, penelitian Kosim et al., (2021) menemukan bahwa ekspektasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesia Standar* (QRIS).

Studi yang dilakukan Charisma, (2020) menemukan bahwa motivasi hedonis (*hedonic motivation*) berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan dompet digital. sementara itu, studi oleh Gupta dan Arora (2019) menemukan bahwa motivasi hedonis merupakan prediktor lemah dari pengguna yang tidak senang dan antusias menggunakan sistem pembayaran mobile. Mereka suka menggunakan sistem pembayaran, tetapi tidak merasa diberdayakan menggunakan sistem pembayaran seluler.

Penelitian Wardani dan Masdiantini (2022) menemukan bahwa nilai harga (*price value*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesia Standar* (QRIS) di kalangan pengguna mobile banking di Kota Singaraja. Sementara itu studi oleh Merhi dkk (2019) menemukan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap niat perilaku teknologi.

Dalam penelitian yang dilakukan Chania dan Rimenda (2022) menemukan bahwasanya Kebiasaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Quick Response Code Indonesia Standar* (QRIS) sedangkan

penelitian dari Morosan dan Defranco (2016) menemukan bahwasanya kebiasaan (*habit*) memiliki efek yang *relative* rendah.

Berdasarkan dari beberapa penelitian terdahulu yang telah disebutkan diatas, masih terdapat beberapa kesenjangan hasil penelitian yang tidak konsisten dalam pengembangan variabel. Maka, penulis tertarik mengambil penelitian berjudul “Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Motivasi Hedonis dan Nilai Harga terhadap Minat Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standar* (QRIS)”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka identifikasi masalah dibagi menjadi bagian di antara lain:

1. Tingkat pengguna QRIS di Kabupaten Karanganyar masih tergolong rendah tercermin dari rendahnya persentase pengguna QRIS.
2. Adanya perbedaan penelitian sebelumnya terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* QRIS.
3. Minat masyarakat dalam menggunakan pembayaran digital QRIS masih kurang.
4. Tingkat literasi keuangan digital masyarakat masih kecil sehingga diperlukannya literasi keuangan digital.
5. Kurangnya sosialisasi mengenai *Quick Response Code Indonesian Standard* QRIS sehingga diperlukannya sosialisasi untuk kalangan yang belum mengetahui.

1.3 Batasan Penelitian

Masalah dalam penelitian ini dibatasi agar penulis dapat melakukan penelitian tanpa menyimpang dari rencana dan tujuan penelitian serta menentukan sejauh mana temuan tersebut dapat bermanfaat. Keterbatasan Masalah dengan penelitian ini adalah bahwa hanya mempertimbangkan bagaimana harapan kinerja, harapan bisnis, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan dapat mempengaruhi keinginan penduduk Muslim di Kabupaten Karanganyar untuk memanfaatkan Standar Indonesia Quick Response Code (QRIS).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasar penjelasan diatas, penulis merumuskan pertanyaan dalam penelitian ini yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS?
2. Apakah ekspektasi usaha berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS?
3. Apakah motivasi hedonis berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS?
4. Apakah nilai harga berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS?
5. Apakah kebiasaan berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh ekspektasi kinerja terhadap minat penggunaan QRIS.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh ekspektasi usaha terhadap minat penggunaan QRIS.

3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh motivasi hedonis terhadap minat penggunaan QRIS.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh nilai harga terhadap minat penggunaan QRIS.
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kebiasaan terhadap minat penggunaan QRIS.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh pada penelitian ini dengan melihat dua sudut pandang yaitu penulis dan perbankan yaitu:

a. Bagi Perbankan

Studi ini diharapkan dapat memberikan informasi atau masukan yang akan membantu perusahaan dalam proses kemajuannya.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini bertujuan untuk menjadi motivasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan lembaga keuangan.

c. Bagi Penulis

Peneliti masa depan diharap mendapatkan manfaat dari penelitian ini dalam bentuk informasi dan pemahaman yang lebih. selanjutnya berfungsi sebagai sumber untuk pembuatan tesis masa depan.

1.7 Jadwal Penelitian

Terlampir

1.8 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan sistematika dengan cara berurutan dari yang paling mendasar. Kerangka akan disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi dan deskripsi masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, waktu penelitian, dan petunjuk penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi berbagai teori ataupun pemikiran berkaitan dengan penelitian terkait ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, motivasi hedonis, QRIS, minat penggunaan, mobile payment. Selanjutnya bab ini memaparkan penelitian sebelumnya yang relevan dengan tema, kerangka penelitian dan pengembangan hipotesa. Sehingga dijadikan tolak ukur untuk indikator pengujian serta hipotesis yang diajukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, metode pengambilan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, dan analisis data akan dibahas dalam bab ini. Metodologi penelitian merupakan komponen penting karena menggambarkan langkah-langkah praktis yang digunakan untuk melakukan penelitian ini.

BAB IV ANALISIS DATA PENELITIAN

Bab ini memberikan gambaran dan pembahasan tentang temuan dari analisis data menggunakan teori. Uraian tersebut mencakup rangkuman temuan penelitian serta pembahasan dan analisis hipotesis.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan temuan yang diambil dari hasil analisis data yang telah diolah penulis dan juga akan memperjelas kendala penulisan saat melakukan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)*

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) merupakan kerangka kerja yang dirancang oleh Venkatesh at.al. untuk memprediksi penerimaan teknologi dan pengaturan organisasi. UTAUT dibangun berdasarkan integrasi delapan model yang sudah ada sebelumnya, mulai dari ilmu komputer hingga perilaku manusia dan komponennya yang mendominasi. Kedelapan model tersebut adalah *Theory of Reasoned Action*, *Technology acceptance Model*, *Motivational Model*, *Theory of Planned Behavior*, *Combined TAM and TPB*, *Model of PC Utilization (MPCU)*, *Innovation Diffusion Theory*, and *Social Cognitive Theory* (Ahmad, 2015).

Model UTAUT terdiri dari empat faktor langsung yang relevan dengan penggunaan dan minat dalam menggunakan informasi yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial serta kondisi yang memfasilitasi (Chen dan Zhou 2016). Dibandingkan dengan delapan hipotesis lainnya, UTAUT telah terbukti 70% lebih efektif dalam menjelaskan variasi niat untuk memanfaatkan teknologi. (Venkatesh *et al.*, 2003).

Menurut Venkatesh *et al.*, (2012) Model UTAUT2 merupakan pengembangan dari model UTAUT, dimana UTAUT2 mengkaji penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks konsumen. Model UTAUT2 berupaya untuk memodifikasi beberapa keterkaitan yang sudah ada sebelumnya dalam gagasan

model UTAUT dan memperkenalkan interaksi baru sambil mengidentifikasi tiga dimensi penting penerimaan publik dan konsumen serta penggunaan teknologi. Tiga konstruk ditambahkan yaitu motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan yang meluas ke UTAUT2 (Venkatesh et al., 2012).

2.1.2 Ekspektasi Kinerja

Menurut penelitian Dzulhaida et al., (2015) Indikator niat terbesar adalah ekspektasi kinerja, yang mengukur seberapa kuat perasaan seseorang bahwa mengadopsi sistem akan berkontribusi pada peningkatan kinerja kerja. Ekspektasi kinerja terhubung ke utilitas yang dirasakan TAM dalam arti bahwa pengguna mengantisipasi sistem untuk meningkatkan kinerjanya. Ada lima variabel kunci yang diturunkan dalam model UTAUT (Ahmad, 2015):

- a. Kegunaan yang dirasakan (*Perceived Usefulness*) didefinisikan sebagai kemungkinan subyektif bahwa pengguna potensial akan melakukan pekerjaan lebih baik dalam pengaturan organisasi sambil menggunakan sistem aplikasi tertentu.
- b. *Extrinsic Motivation* yang berasal dari Model Motivasi (MM) digambarkan sebagai gagasan bahwa orang ingin terlibat dalam aktivitas tertentu karena mereka percaya itu akan membantu mereka mencapai tujuan penting yang berbeda dari aktivitas itu sendiri.
- c. *Job-Fit* adalah turunan dari *Model of PC Utilization* (MPCU) yang menentukan sejauh mana orang berpikir menggunakan teknologi dapat meningkatkan kinerja kerja.

- d. *Relative advantage* adalah turunan dari *Innovation Diffusion Theory* (IDT) yang diukur dengan seberapa banyak penemuan baru dianggap lebih unggul dari pendahulunya.
- e. *Outcome Expectations* adalah turunan dari *Social Cognitive Theory* (SCT) yang didefinisikan sebagai persepsi kemungkinan konsekuensi dari penggunaan komputer.

2.1.3 Ekspektasi Usaha

Menurut Venkatesh *et al.*, (2012) Ekspektasi Usaha didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan teknologi oleh konsumen. faktor ini diturunkan dari faktor persepsi kemudahan penggunaan yang diajukan dalam *Technology Acceptance Model* (TAM). Ada tiga variabel yang diturunkan dari TAM antara lain (Ahmad, 2015):

- a. *Perceived Ease of Use* didefinisikan seberapa banyak pengguna potensial mengantisipasi sistem target menjadi mudah.
- b. *Complexity* didefinisikan sejauh mana menyangkut invensi sedikit menantang untuk dipahami dan diterapkan.
- c. *Ease of use* didefinisikan sejauh mana teknologi baru dianggap menantang untuk dimanfaatkan.

2.1.4 Motivasi Hedonis

Menurut Brown & Venkatesh (2005) Motivasi hedonis didefinisikan sebagai “Kesenangan atau kenikmatan dalam menggunakan teknologi, yang telah terbukti berperan penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan”. Menurut Venkatesh *et al.*, (2012) motivasi hedonis merupakan faktor penting dalam niat

perilaku dan dianggap lebih penting daripada *Performancy expectancy* dalam konteks non-organisasi. Motivasi hedonis telah terbukti memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi. Motivasi hedonis adalah kegembiraan yang datang dengan menggunakan teknologi.

2.1.5 Nilai Harga

Menurut Venkatesh et al., (2012) Nilai harga didefinisikan sebagai perbedaan penting antara penggunaan teknologi oleh konsumen dengan organisasi bahwa konsumen biasanya menanggung biaya keuangan dan operasional, sedangkan karyawan tidak. Oleh karena itu struktur biaya dan penetapan harga cenderung memiliki dampak yang signifikan terhadap penggunaan teknologi oleh masing-masing pelanggan. Oleh sebab itu, harga merupakan faktor penting dalam penggunaan teknologi oleh pelanggan perorangan karena tidak seperti teknologi ditemoat kerja. Harga pembelian barang dan jasa harus ditanggung oleh pelanggan. Ketika keuntungan yang dirasakan dari mengadopsi teknologi lebih besar daripada biaya moneter yang terlibat, nilai harga akan menguntungkan. Nilai harga juga memiliki dampak yang menguntungkan pada niat.

2.1.6 Kebiasaan

Habit (kebiasaan) menggambarkan penggunaan sistem dalam kehidupan sehari-hari seseorang. Kebiasaan didefinisikan sebagai cara seseorang cenderung bertindak secara naluriah berdasarkan pembelajaran sebelumnya. Kebiasaan adalah sesuatu yang dikembangkan seseorang dari waktu ke waktu. Keinginan seseorang

untuk terus memanfaatkan *financial technology* akan semakin besar seiring dengan semakin terbiasanya mereka dalam memanfaatkannya.

Limayem et al., (2015) mendefinisikan kebiasaan sebagai orang yang cenderung berperilaku secara otomatis untuk belajar. Venkatesh et al., (2012) mendefinisikan kebiasaan sering dipandang sebagai perilaku yang diperoleh yang berkembang menjadi respons otomatis terhadap situasi tertentu dan dapat digunakan untuk mencapai tujuan atau keadaan akhir tertentu.

Dalam penggunaan suatu metode informasi, kebiasaan mengacu pada seberapa sering individu memanfaatkan sistem informasi yang beroperasi secara mandiri dan dibangun berdasarkan pembelajaran. Tiga elemen kunci tersembunyi yaitu *frequent repetition of the behavior in question, the extent of satisfaction with the outcomes of the behavior, dan relatively stable context*. Berikut penjelasan dari faktor tersebut:

1) *Frequency of Prior Behavior*

Semakin sering suatu perilaku dilakukan maka semakin besar kemungkinan bahwa proses kognitif yang terkait bersifat otomatis. Kekuatan yang berlebihan karena kebiasaan berhubungan langsung dengan frekuensi melakukan perilaku. Semakin tinggi frekuensinya maka semakin kuat kebiasaan tersebut.

2) *Satisfaction*

Satisfaction atau gagasan penting dalam pembentukan kebiasaan yang meningkatkan kecenderungan seseorang untuk mengulangi suatu perilaku adalah kepuasan dengan objek tertentu.

3) *Stable Context*

Adanya tujuan seseorang yang sama dan signifikan dalam serangkaian keadaan yang beragam menghasilkan perilaku repetitif atau perilaku berulang.

4) *Comprehensiveness of Usage*

Seberapa banyak seseorang menggunakan banyak aplikasi sistem informasi yang tersedia bagi mereka. Orang-orang yang memanfaatkan sistem informasi dalam berbagai kapasitas sering memilikinya kebiasaan yang kuat.

2.1.7 Minat Penggunaan

Behavioral intention (Minat penggunaan) menunjukkan tingkat masa depan penggunaan seseorang dari teknologi tertentu. Hal ini mengindikasikan keinginan seseorang menggunakan teknologi, seperti yang dituliskan Ajzen 1991 niat bertujuan untuk menangkap elemen motivasional yang mempengaruhi perilaku: itu adalah tanda seberapa banyak tingkat kerja dan upaya yang tersedia dilakukan seseorang untuk melakukan tindakan tersebut.

Behavioral intentions adalah kemungkinan sewenang-wenang seseorang bahwa dia akan melakukan tindakan tertentu. Adapun indikator dari minat penggunaan menurut Cheng yaitu berencana menggunakan, memilih menggunakan dan terus menggunakan.

2.1.8 Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

Quick Response Code Indonesian Standard atau disingkat QRIS (dibaca KRIS) adalah kumpulan dari beberapa varian QR Code dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. Untuk mempercepat proses transaksi, industri sistem pembayaran sehingga Bank Indonesia menciptakan QRIS atau kode QR lebih mudah, cepat dan aman. Seluruh

penyelenggara jasa sistem pembayaran menggunakan QR Code Pembayaran wajib mengimplementasikan QRIS (Bank Indonesia, 2022).

a. Karakteristik QRIS

Karakteristik UNGGUL QRIS meliputi:

1) Universal

Metode pembayaran apapun diterima oleh QRIS untuk pembayaran dengan kode QR, sehingga pengguna tidak perlu aplikasi pembayaran terpisah.

2) Gampang

Sangat mudah bagi pengguna untuk menggunakan, memindai dan mengklik lalu membayar. Meskipun mudah digunakan, *merchant* tidak perlu menampilkan banyak kode QR, cukup satu kode QR yang bisa dipindai oleh aplikasi pembayaran QR manapun.

3) Untung

Setiap akun pembayaran QR dapat digunakan oleh pengguna. Sedangkan untuk menerima semua kode pembayaran QR, bisnis harus memiliki setidaknya satu akun.

4) Langsung

Dengan QRIS, pembayaran diproses dengan cepat. Pengguna dan bisnis segera menerima pemberitahuan transaksi secara instan.

b. Jenis Pembayaran menggunakan QRIS

1) *Merchant Presented Mode (MPM) Statis*

Merchant Presented Mode (MPM) Statis merupakan metode pembayaran paling mudah digunakan karena *merchant* hanya perlu menunjukkan stiker

atau print QRIS dan gratis. Pengguna hanya perlu mengklik "Bayar" setelah memasukkan denominasi dan PIN. Peringatan transaksi instan dikirim ke pelanggan atau pengecer. Perusahaan kecil dan kecil sangat diuntungkan dengan menggunakan QRIS MPM statis.

2) *Merchant Presented Mode (MPM) Dinamis*

QRIS diterbitkan perangkat seperti EDC/smarphone dan gratis. *Merchant* awalnya harus memasukan nominal transaksi, setelah itu pelanggan melakukan scan kode QRIS yang dipasang atau dicetak..

3) *Customer Presented Mode (MPM)*

Pelanggan hanya perlu menunjukkan QRIS yang ditampilkan di aplikasi pembayaran pelanggan untuk dipindai oleh penjual. QRIS CPM lebih ditujukan untuk bisnis yang perlu bertransaksi dengan cepat, seperti jasa transportasi, parkir ritel, dan kontemporer.

2.2 Penelitian Yang Relevan

Tabel 2. 1 Penelitian Yang Relevan

No	Peneliti dan tahun	Judul Penelitian	Variabel	Alat Penelitian	Hasil
1	Rina Mayanti 2022	Preferensi Masyarakat Terhadap <i>Quick Response Code Indonesian Standard</i> Sebagai Sarana Teknologi Pembayaran Digital	Dependent: <i>behavioral intention (BI), user behavior (UB)</i> Independent: <i>performance expectancy (PE), effort expectancy (EE), social influence (SI), facilitating</i>	PLS-SEM	<i>Behavioral intention (BI)</i> Berpengaruh signifikan terhadap <i>Facilitating Condition (FC), Motivation Hedonic (HM)</i> sedangkan <i>Performancy Expectancy, effort expectancy,</i>

			<i>condition (FC), hedonic motivation (HM), dan habit (H).</i>		<i>social influence tidak berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention.</i> <i>Habit, Facilitating Condition tidak berpengaruh signifikan terhadap Use Behavioral.</i>
2	Ayatulloh Michael Musyaffi, Razana Juhaida Johari, Ida Rosnidah, Dewi, Muhammad ihlashul, Innaka Tasyrifania, Sekar Ayu, Febe Dwi Sutanti 2021	<i>Digital Payment During Pandemic: An Extension of The Unified Model of QR Code</i>	Dependent: <i>Behavioral Intention</i> Independent: <i>Effort Expectancy, Performance Expectancy, Perceived Security, Trust</i>	<i>Structural Equation Model (SEM) - Partial Least Square (PLS).</i>	<i>Perceived security, performancy expectancy, kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Behavioral Intention sedangkan Ekspektasi Usaha dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap ekspektasi kinerja</i>
3	Krisananda Putera Kosim, Nilo Legowo 2021	<i>Factors Affecting Consumer Intention on QR Payment of Mobile Banking: A</i>	Dependent: <i>Behavioral Intention</i> Independent: <i>ekspektasi kinerja, ekspektasi</i>	<i>SEM Partial Least Square (PLS)</i>	<i>Social Influence, Perceived Trust, Promotional Benefit berpengaruh signifikan terhadap</i>

		<i>Case Study in Indonesia</i>	usaha, faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi, Persepsi Risiko, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Dukungan Pemerintah, dan Perbaikan Keuntungan Moderator : <i>Age, Experience</i>		<i>Behavioral Intention.</i> Sedangkan <i>Performancy Expectancy, Effort Expectancy, Facilitating Condition, Perceived Risk, Perceived Regulatory Support</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Behavioral Intention.</i>
4	Luh Putu Ayu Kusuma Wardani, Putu Riesty Masdiantini 2022	Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial Budaya, Motivasi Hedonis dan Nilai Harga terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris)	Dependent: Minat Penggunaan Independent: Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial, Motivasi Hedonis dan Nilai Harga	SPSS 24	Nilai harga, ekspektasi kinerja, ekspektasi bisnis, dan motivasi hedonis semua memengaruhi minat untuk mengadopsi QRIS; namun, faktor sosial-budaya memiliki pengaruh yang sangat kecil terhadap keinginan ini.
5	Mohamed Merhia, Kate	<i>A cross-cultural study of the intention to use mobile</i>	Dependent: <i>Behavioural intention</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	Kebiasaan, pandangan privasi pribadi, dan sikap konsumen di

	Honea, Ali Tarhinib (2019)	<i>banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust</i>	Independent: <i>Performance expectancy, effort expectancy, social influence, price value, hedonic motivation, habit, trust, perceived security, perceived privacy.</i>		kedua negara berdampak pada niat perilaku. Di Lebanon tetapi tidak di Inggris, prediktor utama ekspektasi kinerja. Motivasi hedonis dan pengaruh sosial tidak memiliki dampak yang terlihat pada pelanggan di Inggris dan Lebanon.
6	Ali Abdallah Alalwana, Yogesh K. Dwivedib, Nripendra P. Ranab (2017)	<i>Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust</i>	Dependent: <i>Behavioral Intention</i> Independent: Ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, kepentingan sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kepercayaan	<i>Structural equation modelling (SEM)</i>	Motivasi hedonis, nilai harga, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan kepercayaan semuanya memiliki dampak yang kuat dan menguntungkan pada niat perilaku.
7	A Kadim, Nardi Sunardi 2022	<i>Financial Management System (QRIS) based on UTAUT Model Approach in Jabodetabek</i>	Dependent: <i>Behavioral Intention, Usage Behavioral</i> Independent: <i>Performancy Expectations,</i>	<i>Structural equation modelling (SEM)</i>	Harapan untuk usaha dan dukungan Kondisi berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku, meskipun ekspektasi

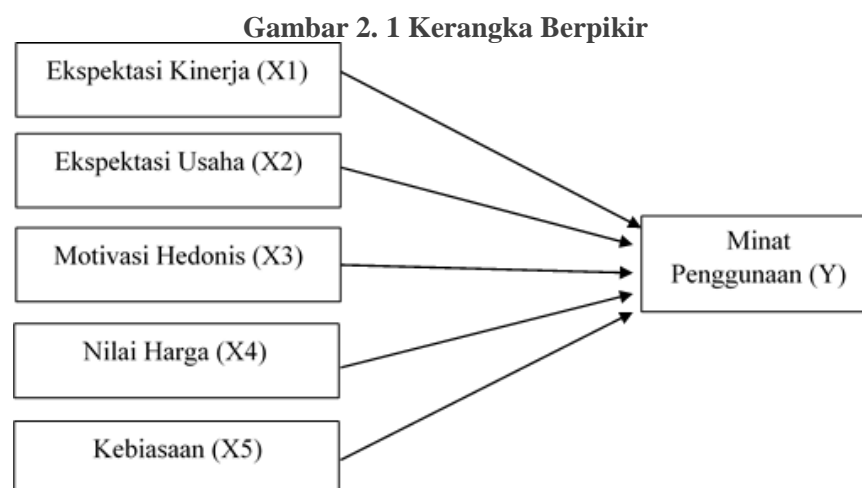
			<i>Effort Expectation, Sosial Influence, Facilitating Condition.</i>		kinerja, pengaruh sosial, dan niat perilaku tidak memiliki efek negatif yang signifikan terhadap perilaku penggunaan.
8	Mira Gustiana Pangestu, Johni Paul Karolus Pasaribu (2022)	<i>Behavior Intention Penggunaan Digital Payment QRIS</i> Berdasarkan Model <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i> (Studi pada UMKM Sektor Industri Makanan & Minuman di Kota Jambi)	Dependent: <i>Behavior Intention</i> Independent: ekspektasi kinerja, ekspektasi bisnis, pengaruh sosial dan kondisi fasilitasi	SPSS	<i>Performance expectancy, Effort expectancy, Facilitating conditions</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>behavior intention</i> sedangkan <i>Performance expectancy, effort expectancy, social influence, dan facilitating conditions</i> secara simultan berpengaruh signifikan terhadap <i>behavior intention</i>
9	Muhammad Anur Ridwan, Sudrajat, Fitra Dharma 2022	<i>Factors Affecting the use of Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) with</i>	Dependent: <i>Behavioral Intention, Usage Behavioral</i> Independent: Ekspektasi Kinerja,	SEM Partial Least Square (PLS)	<i>Performance Expeictancy dan Facilitating Condition</i> secara simultan berpengaruh signifikan

		<i>the Unified Theory of Acceptance and use of Technology Model</i>	Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi Fasilitas, Persepsi Risiko		terhadap <i>Behavioral Intention</i> menggunakan QRIS di Bandar Lampung. Sedangkan <i>Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> dan <i>Behavioral Intention</i> , tidak memiliki kekuatan <i>Use Behavior</i> pada penggunaan QRIS di Bandar Lampung.
10	Ni Komang Risma Dwinda Putri, I Made Sadha Suardikha 2020	Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar	Dependent: <i>Minat Penggunaan, Perilaku Penggunaan</i> Independent: Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor sosial budaya, Kondisi yang memfasilitasi, Motivasi	<i>Uji Regresi Linear Berganda SPSS</i>	Sementara kondisi pemungkin, motivasi hedonis, dan nilai harga berdampak pada keinginan untuk memanfaatkan e-money, ekspektasi kinerja, ekspektasi bisnis, dan

			Hedonis, Nilai Harga, Kebiasaan		elemen sosial budaya tidak. Niat menggunakan e-money mempengaruhi perilaku menggunakan e-money, sedangkan situasi yang memungkinkan tidak mempengaruhi dan kebiasaan mempengaruhi perilaku menggunakan e-money..
--	--	--	---------------------------------------	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini digambarkan secara sistematis pada gambar 2.1 dibawah ini:



Sumber: (Hussain, 2018)

2.4 Pengembangan Hipotesa

2.4.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Minat Penggunaan QRIS

Menurut Venkatesh *et al* (2012) ekspektasi kinerja adalah jumlah yang akan diperoleh pelanggan dari mengadopsi teknologi saat melakukan tugas tertentu. Ekspektasi kinerja juga dapat dianggap sebagai tingkat keuntungan atau keuntungan yang diterima pelanggan dari pemanfaatan teknologi dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Penelitian yang dilakukan oleh Pangestu dan Pasaribu (2022) menunjukkan *Performance expectancy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavior intention* penggunaan digital payment QRIS pada UMKM Sektor Industri Makanan dan Minuman di Kota Jambi. Sehingga berdasarkan hasil penelitian tersebut, hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H1: Ekspektasi Kinerja berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS.

2.4.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Minat Penggunaan QRIS

Ekspektasi Usaha menunjukkan seberapa mudah pelanggan menggunakan teknologi. Venkatesh *et al* (2012) mendefinisikan ekspektasi usaha sebagai tingkat usaha atau upaya yang dilakukan pengguna saat menggunakan sistem atau teknologi.

Penelitian yang dilakukan oleh Dzulhaida dkk (2015) menunjukkan ekspektasi usaha berpengaruh signifikan mempengaruhi minat perilaku masyarakat untuk menggunakan layanan e- money. Sehingga berdasarkan hasil penelitian tersebut, hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H2: Ekspektasi Usaha berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS.**2.4.3 Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap Minat Penggunaan QRIS**

Motivasi hedonis didefinisikan sebagai kesenangan atau kenikmatan yang berasal dari penggunaan teknologi, dan telah terbukti memainkan peran penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan teknologi. (Venkatesh *et al* 2012)

Penelitian yang dilakukan oleh Mayanti (2022) menunjukkan bahwa Pengguna aplikasi sistem pembayaran kode QRIS yang ditemukan di E-Wallet Shopee Pay dan OVO secara signifikan dipengaruhi oleh motivasi perilaku dan niat. Pengguna sangat antusias dan tertarik dengan QRIS. Sehingga berdasarkan hasil penelitian tersebut, hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H3: Motivasi Hedonis berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS.**2.4.4 Pengaruh Nilai Harga terhadap Minat Penggunaan QRIS**

Nilai digambarkan sebagai pertukaran antara kebutuhan kognitif pengguna, keuntungan aplikasi yang dirasakan, dan biaya moneter yang terkait dengan penggunaannya. Beban keuangan dari penggunaan tersebut biasanya ditanggung oleh konsumen daripada oleh karyawan. Penggunaan teknologi oleh konsumen dapat dipengaruhi secara signifikan oleh struktur biaya dan penetapan harga.

Penelitian yang dilakukan oleh (Wardani dan Masdiantini 2022) menunjukkan bahwa keinginan untuk memanfaatkan QRIS secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh nilai harga. Sehingga berdasarkan hasil penelitian tersebut, hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H4: Nilai Harga berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS.

2.4.5 Pengaruh Kebiasaan terhadap Minat Penggunaan QRIS

Kebiasaan telah didefinisikan sebagai sejauh mana orang cenderung melakukan perilaku secara otomatis karena belajar. Kebiasaan telah dikonseptualisasikan sedikit mirip, kebiasaan telah dioperasionisasikan dalam dua cara: pertama, kebiasaan digunakan untuk mendefinisikan perilaku; dan kedua, mereka digunakan untuk mengukur seberapa banyak orang merasa perilaku mereka otomatis. (Venkatesh *et al* 2012)

Penelitian yang dilakukan oleh (Merhi *et al* 2019) menunjukkan bahwa kebiasaan (*habit*) mempengaruhi minat penggunaan untuk mengadopsi layanan *mobile banking* untuk konsumen di Lebanon dan Inggris. Sehingga berdasarkan hasil penelitian tersebut, hipotesis penelitian sebagai berikut:

H5: Kebiasaan berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah sebuah penelitian yang menggunakan data kuantitatif yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka-angka atau bilangan (Abdullah, 2015).

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dari mulai penyusunan proposal hingga tersusunnya laporan penelitian ini adalah dari bulan September 2022 sampai selesai. Penulis melakukan penelitian di wilayah Kabupaten Karanganyar dengan kriteria seseorang yang menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* sebagai obyek penelitiannya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah objek dan orang dengan fitur dan atribut tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diperiksa dan dari mana kesimpulan dapat diturunkan membentuk populasi, yang merupakan area umum Sugiyono (2013). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di wilayah Kabupaten Karanganyar dengan karakteristik yang mengetahui *Quick Response Code Indonesian Standard* pada masyarakat muslim sebanyak 875.769 berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2021.

3.3.2 Sampel

Sampel mewakili representasi dari ukuran dan susunan populasi. Metode penentuan sampel yang digunakan pada penelitian adalah *non probability sampling* dengan jenis *sampling purposive*. Dimana terdapat karakteristik tertentu yang dianggap terkait dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini kriteria pemilihan sampel ditentukan sebagai berikut:

1. Responden yang berusia minimal 17 tahun, karena diharapkan rentang usia ini akan membantu responden lebih memahami tujuan kuesioner..
2. Responden merupakan masyarakat Muslim di Kabupaten/Kota Karanganyar.
3. Responden mengetahui dan berminat menggunakan standarisasi pembayaran *Quick Respon Code Indonesian Standard (QRIS)*

Dalam penelitian, penentuan jumlah sampel dihitung berdasarkan rumus dari Prof. Augusty Ferdinand (2014) besarnya sampel sebanyak 25 kali variabel independen. Karena variabel dalam penelitian berjumlah 5 variabel independen, sehingga jumlah sampel yang digunakan adalah:

$$\begin{aligned}\text{Jumlah sampel} &= 25 \times \text{Variabel Independen} \\ &= 25 \times 5 \text{ Variabe Independen} \\ &= 125 \text{ responden}\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan, sehingga jumlah sampel ditentukan sebanyak 125 responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian. Peneliti mengadopsi perhitungan tersebut di atas karena target populasi terlalu besar dan memiliki angka yang tidak konsisten.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan data pada penelitian menggunakan metode kuesioner (angket). Kuesioner adalah data yang dikumpulkan dengan memberikan responden daftar pertanyaan sebagai bagian dari kuesioner yang memenuhi kriteria kemudian responden akan memberikan respons atau daftar pertanyaan yang telah dibuat oleh peneliti (Abdullah, 2015).

Instrumen dalam penelitian menggunakan skala *likert* agar menghasilkan data yang akurat. Menurut (Sugiyono 2018) Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau sekelompok individu tentang fenomena sosial.

Tabel 3. 1 Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono 2018)

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013) variabel penelitian adalah sifat, karakteristik, atau nilai seseorang, objek atau tindakan yang mengalami perubahan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lebih lanjut. Faktor-faktor yang memengaruhi gejala atau subjek penelitian disebut variabel. Dalam penelitian ini,

ada dua jenis variabel: variabel terikat (variabel dependen) dan variabel bebas (variabel independen). Berikut penjelasannya:

3.5.1 Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2013), variabel yang mengubah atau menghasilkan hasil tertentu disebut sebagai variabel dependen. Minat terhadap penggunaan QRIS adalah variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini..

3.5.2 Variabel Independen (X)

Variabel *Independen* atau variabel bebas merupakan variabel yang berdampak pada, mendorong perubahan, atau menghasilkan variabel dependen Sugiyono (2013). Dalam penelitian ini menggunakan 5 variabel independen yaitu:

- X1: Ekspektasi Kinerja
- X2: Ekspektasi usaha
- X3: Motivasi hedonis
- X4: Nilai harga.
- X5: Kebiasaan

3.6 Definisi Operasional Variabel

Secara garis besar definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
1	Ekspektasi Kinerja	Ekspektasi kinerja didefinisikan sebagai mana individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantu dia untuk mencapai keuntungan dalam kinerja pekerjaan.(Chen & Zhou, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. seberapa banyak seseorang berpikir menggunakan sistem tertentu akan membantunya tampil lebih baik di tempat kerja (<i>perceived usefulness</i>). 2. gagasan bahwa konsumen ingin terlibat dalam aktivitas tertentu karena dipandang sebagai sarana untuk mendapatkan hasil

			<p>yang bermanfaat yang berbeda dari aktivitas itu sendiri, seperti pekerjaan, pembayaran, dan promosi. (<i>Extrinsic Motivation</i>)</p> <p>3. Berapa banyak orang yang percaya memanfaatkan teknologi baru lebih baik daripada menggunakan pendahulunya (<i>Relative advantage</i>)</p> <p>4. Harapan hasil didefinisikan sebagai konsekuensi yang diantisipasi (positif atau negatif) sebagai hasil dari terlibat dalam suatu perilaku (<i>Outcome Expectation</i>)</p>
2	Ekspektasi Usaha	Ekspektasi bisnis dicirikan sebagai tingkat kegunaan sistem. (Chen & Zhou, 2016)	<p>1. Seberapa yakin seseorang bahwa suatu sistem akan mudah digunakan (<i>Perceived Ease of Use</i>)</p> <p>2. Seberapa banyak inovasi dipandang sulit untuk digunakan. (<i>Ease of Use</i>)</p>
3	Motivasi Hedonis	kenikmatan seseorang yang berasal dari penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2012).	<p>1. Tingkat kepuasan konsumen terhadap teknologi QRIS (<i>Fun</i>)</p> <p>2. Berapa banyak hiburan pengguna yang dialami saat teknologi QRIS digunakan (<i>Entertainment</i>)</p> <p>3. Tingkat ketertarikan pengguna teknologi QRIS untuk melakukannya (<i>Interest</i>).</p>

4	Nilai Harga	Nilai harga adalah trade-off kognitif yang dibuat oleh pelanggan antara biaya moneter untuk menggunakan aplikasi dan keuntungan yang dirasakannya (Venkatesh et al., 2012).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat dimana kualitas teknologi QRIS sesuai dengan harga yang ditawarkan. (<i>Quality</i>) 2. Biaya yang dikeluarkan dengan QRIS terjangkau. (<i>Price</i>) 3. Teknologi QRIS memiliki nilai yang baik. (<i>Value</i>)
5	Kebiasaan	Kebiasaan digambarkan sebagai seberapa besar seseorang cenderung melakukan aktivitas secara otomatis sebagai hasil belajar (Limayem et al., 2015).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat dimana pengguna sudah terbiasa menggunakan teknologi ini. (<i>Frequency of Prior Behavior</i>) 2. Kepuasan penggunaan (<i>Satisfaction</i>) 3. Seberapa besar ketergantungan yang dirasakan pengguna teknologi ini (<i>Addiction</i>). 4. Pengguna akan menggunakan teknologi ini jika ingin melakukan transaksi.. (<i>Behavior to be automatic</i>)
6	Minat Penggunaan	Elemen motivasi yang memengaruhi tindakan ditangkap oleh minat yang menyimpulkan, yang menunjukkan seberapa banyak upaya yang disiapkan orang untuk dilakukan saat terlibat dalam perilaku tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berencana menggunakan 2. Memilih menggunakan 3. Terus menggunakan

3.7 Analisis Data

Analisis data mencakup pengelompokan data berdasarkan jenis dan variabel responden, tabulasi data berdasarkan variabel dari semua responden, menyajikan data untuk masing-masing variabel yang diteliti, membuat perhitungan untuk membuat rumusan masalah dan membuat hipotesis.

3.7.1 Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif menganalisis data dengan memberikan gambaran atau ringkasan dari data yang diperoleh tanpa tujuan untuk menarik kesimpulan atau generalisasi. Penelitian yang dilakukan pada populasi (tanpa diambil sampelnya) jelas akan menggunakan statistik deskriptif dalam analisisnya (Sugiyono 2018).

3.7.2 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah pertanyaan kuesioner dapat mengungkapkan informasi yang akan dinilai oleh survei. Uji validitas digunakan untuk mengetahui validitas pertanyaan survei. Dimana $df = n-2$, hasil r hitung dan r tabel dibandingkan dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Suatu pilihan jawaban dianggap sah jika:

- 1) Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga pertanyaan yang ada dalam daftar pertanyaan tersebut dikatakan valid.
- 2) Apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ sehingga pertanyaan yang ada dalam daftar pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk memperoleh data yang handal atau reliabel.

Uji reliabilitas dalam pengujian ini memakai *Cronbach Alpha* (α), apabila nilai $\alpha > 0,70$ berarti kuesioner dikatakan handal atau reliabel.

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah model yang digunakan valid atau sebaliknya. Penelitian ini menggunakan tiga pengujian asumsi klasik sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan pengujian distribusi model regresi variabel dependen dan variabel independen. Distribusi model regresi harus normal atau mendekati normal.. Kurva simetris akan muncul dalam model regresi dengan data terdistribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirov Goodness of Fit Test* terhadap masing-masing variabel. Pengambilan keputusan dalam uji normalitas ini adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai Sig (2tailed) $> \alpha$ (0,05) maka data dikatakan terdistribusi secara normal.
- b) Jika nilai sig (2tailed) $< \alpha$ (0,05) maka data dikatakan tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi mengidentifikasi beberapa, sebagian, atau semua korelasi antara variabel independen (independen). Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi

diantara variabel bebas atau tidak terjadi multikolinearitas. Dasar penilaian yang digunakan adalah apabila nilai tolerance $> 0,10$ atau sama dengan nilai VIF < 10 berarti tidak terjadi masalah multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan sebuah uji untuk melihat adanya ketidaksamaan *variance* pengamatan satu ke pengamatan yang lain dari residual dalam sebuah model regresi. Homokedastisitas terjadi ketika perbedaan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap sama. Heterokedastisitas terjadi ketika perbedaan tersebut berbeda. Menurut Ghozali (2016) model regresi yang baik tidak mengalami heterokedastisitas. Dalam penelitian menguji heterokedastisitas menggunakan uji *Spearman's rho*. Apabila signifikan lebih besar dari 0,05 terbebas dari heterokedastisitas.

3.7.4 Uji Ketepatan Model

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien determinasi merupakan uji untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Apabila nilai koefisien determinasi kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat terbatas. Sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi semakin besar maka menunjukkan semakin baik kemampuan variabel bebas dalam variabel terikat.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Uji F dapat

diketahui apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan kedalam model secara bersama – sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

Menurut Ghozali (2016) terdapat ketentuan dari uji F yaitu:

- 1) H_0 ditolak dan H_1 diterima apabila nilai signifikan $F < 0,05$. Akibatnya variabel dependen dipengaruhi secara signifikan oleh semua faktor independen/bebas.
- 2) H_0 diterima dan H_1 ditolak jika nilai signifikansi $F >$ dari 0,05. Oleh karena itu, tidak ada satupun variabel bebas atau variabel bebas yang memiliki pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat.

3.7.5 Uji Hipotesis

a. Uji Signifikasi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengevaluasi model regresi secara terpisah (parsial) untuk setiap variabel independen. Dengan menggunakan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ dan taraf signifikan 0,05, dihitung nilai t tabel. Jika sig 0,05 berarti ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, atau hipotesis yang diterima.

3.7.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis yang digunakan peneliti adalah analisis regresi linear berganda. Analisis digunakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel Ekspektasi Kinerja (X1), Ekspektasi Usaha (X2), Motivasi Hedonis (X3), Nilai Harga (X4), Kebiasaan (X5) dan Minat Menggunakan (Y). Dengan langkah berikut mencari persamaan regresi linear berganda dengan persamaan regresi linear sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y : Minat
 α : Konstanta
 b_1 : koefisien regresi Ekspektasi Kinerja
 x_1 : Ekspektasi Kinerja
 b_2 : koefisien regresi Ekspektasi Usaha
 x_2 : Ekspektasi Usaha
 b_3 : koefisien regresi Motivasi Hedonis
 x_3 : Motivasi Hedonis
 b_4 : koefisien regresi Nilai Harga
 x_4 : Nilai Harga
 b_5 : koefisien regresi Kebiasaan
 x_5 : Kebiasaan
e : standard error

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum *Quick Response Code Indonesian Standard*

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah pembayaran kode QR dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). Keberadaan QRIS memungkinkan akses ke berbagai layanan PJSP berbasis QR dengan satu QR Code untuk semua pembayaran. Beberapa PJSP (Perusahaan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran) telah mendapatkan izin dari QRIS untuk menerima transaksi dengan QR Code. Transaksi nominal minimum QRIS mulai dari Rp1 – Rp1.000.

Untuk meningkatkan efisiensi pembayaran, mempercepat inklusi keuangan, mendorong pengembangan UMKM dan memaksimalkan pertumbuhan ekonomi, Bank Indonesia mewajibkan seluruh penyedia layanan non tunai untuk utilizing standarisasi pembayaran QRIS pada tanggal 1 Januari 2020. *Merchant Presented Mode* (MPM) dan *Customer Presented Mode* (CPM) adalah dua mode Pembayaran Kode QR yang didukung oleh QRIS. Namun, standar QRIS yang ditetapkan sebagai standar nasional oleh Bank Indonesia terkait dengan implementasinya.

Sumber keuangan seperti deposito dan/atau metode pembayaran seperti kartu debit, kartu kredit, dan/atau uang elektronik yang memanfaatkan media penyimpanan berbasis server digunakan dalam transaksi QRIS. Maksimum Nominal Transaksi QRIS per transaksi adalah Rp 10.000.000,00 (Sepuluh Juta Rupiah). Setiap pengguna QRIS memiliki batasan nominal kumulatif harian

dan/atau bulanan untuk transaksi QRIS yang dikenakan penerbit berdasarkan manajemen risiko.

4.2 Deskripsi Karakteristik Responden

4.2.1 Deskripsi Responden

Tujuan dari deskripsi responden adalah untuk mendeskripsikan dan mencantumkan sifat dari masing – masing responden yang mengisi kuesioner. Persyaratan dalam penelitian yang digunakan berdasarkan jenis kelamin, usia, domisili, dan pekerjaan. Penelitian diambil 125 responden sebagai sampel untuk penyelidikan. Penelitian dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada masyarakat muslim di Kabupaten Karanganyar. Berikut data responden yang ikut dalam penelitian:

1. Data responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah Responden	Persentase %
Laki-Laki	44	35,2
Perempuan	81	64,8
Total	125	100

(Sumber: Data primer, diolah 2023)

Berdasarkan data tabel 4.1 di atas, dapat dilihat informasi responden yang berminat menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai berikut: Responden laki-laki hanya berjumlah 44 responden atau 35,2% dibandingkan dengan 81 responden perempuan, atau 64,8%. Bukti dalam hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih cenderung menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS).

2. Data responden berdasarkan usia

Tabel 4. 2 Data responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah responden	Persentase %
17-25 tahun	115	92
26-35 tahun	9	7,2
36-45 tahun	1	0,8
Total	125	100

(Sumber: Data primer, diolah 2023)

Berdasarkan data tabel 4.2 diatas terkait dengan tabel responden berdasarkan karakteristik usia yang berminat menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) dapat dilihat berikut: 115 responden dengan persentase 92% berusia antara 17-25 tahun, diikuti oleh 9 responden dengan persentase 7,2% antara 26-35 tahun dan 1 responden dengan persentase 0,8% berusia 36-45 tahun. Dalam hal tersebut menunjukkan bahwa usia 17-25 dengan kategori usia dewasa awal lebih banyak menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran. Dikarenakan usia 17-25 merupakan usia generasi Z yang lebih paham dengan teknologi baru.

3. Data responden berdasarkan domisili

Tabel 4. 3 Data responden berdasarkan domisili

Domisili	Jumlah Responden	Persentase %
Colomadu	38	30,4
Gondangrejo	9	7,20
Jaten	8	6,4
Jatipuro	1	0,8
Jatiyoso	3	2,4
Jenawi	4	3,2
Jumantono	4	3,2
Jumapolo	4	3,2
Karanganyar	11	8,8
Karangpandan	8	6,4
Kebakkramat	10	8

Domisili	Jumlah Responden	Persentase %
Kerjo	6	4,8
Matesih	4	3,2
Mojogedang	2	1,6
Ngargoyoso	2	1,6
Tasikmadu	6	4,8
Tawangmangu	5	4
Total	125	100

Sumber: Data primer, diolah 2023)

Tabel responden berdasarkan karakteristik domisili yang berminat dalam penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* dapat dilihat berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.3 berikut: jumlah responden domisili Colomadu mendapatkan responden sebesar 38 responden atau 30,4% berminat menggunakan layanan QRIS, domisili Gondangrejo mendapatkan responden sebesar 9 responden atau 7,2% berminat menggunakan layanan QRIS, domisili Jaten mendapatkan responden sebesar 8 responden atau 6,4% berminat menggunakan layanan QRIS, domisili Jatipuro mendapatkan responden sebesar 1 responden atau 0,8% berminat menggunakan layanan QRIS, domisili Jatiyoso mendapatkan responden sebesar 3 responden atau 2,4% berminat menggunakan layanan QRIS, domisili Jenawi mendapatkan responden sebesar 4 responden atau 3,2% berminat menggunakan layanan QRIS, domisili Jumantono mendapatkan responden sebesar 4 responden atau 3,2% berminat menggunakan layanan QRIS, domisili Jumapolo mendapatkan responden sebesar 4 responden atau 3,2% berminat menggunakan layanan QRIS, domisili Karanganyar mendapatkan responden sebesar 11 responden atau 8,8% berminat menggunakan layanan

QRIS, domisili Kebakramat mendapatkan responden sebesar 10 responden atau 8% berminat menggunakan layanan QRIS, domisili Kerjo mendapatkan responden sebesar 6 responden atau 4,8% berminat menggunakan layanan QRIS, domisili Matesih mendapatkan responden sebesar 4 responden atau 3,2% berminat menggunakan layanan QRIS, domisili Mojogedang mendapatkan responden sebesar 2 responden atau 1,6% berminat menggunakan layanan QRIS, domisili Ngargoyoso mendapatkan responden sebesar 2 responden atau 1,6% berminat menggunakan layanan QRIS, domisili Tasikmadu mendapatkan responden sebesar 6 responden atau 4,8% berminat menggunakan layanan QRIS, domisili Tawangmangu mendapatkan responden sebesar 5 responden atau 4% berminat menggunakan layanan QRIS.

4. Data responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 4. 4 Data responden berdasarkan pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase %
Ibu Rumah Tangga	2	1,60
Mahasiswa/Pelajar	91	72,80
Pegawai Swasta	28	22,4
Wiraswasta	2	1,60
Lainnya	2	1,60
Total	125	100

(Sumber: Data primer, diolah 2023)

Berdasarkan informasi tabel 4.4 responden yang berminat menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) dapat diidentifikasi berdasarkan karakteristik pekerjaan mereka sebagai berikut: jumlah responden dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga mendapat responden sebesar 2 dengan persentase 1,6% berminat menggunakan

layanan QRIS, jumlah responden dengan pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar mendapat responden sebesar 91 dengan persentase 72,8% berminat menggunakan layanan QRIS, jumlah responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta mendapat responden sebesar 28 dengan persentase 22,4% berminat menggunakan layanan QRIS, jumlah responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta mendapat responden sebesar 2 dengan persentase 1,6% berminat menggunakan layanan QRIS. jumlah responden dengan pekerjaan lainnya mendapat responden sebesar 2 dengan persentase 1,6% berminat menggunakan layanan QRIS.

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Uji Statistik Deskriptif

Peneliti menggunakan statistik deskriptif untuk memperoleh gambaran atau deskripsi suatu data dilihat dari *minimum*, *maximum*, *mean*, dan *standard deviation*.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ekspektasi Kinerja	125	5	20	13,42	3,764
Ekspektasi Usaha	125	5	15	9,90	2,541
Motivasi Hedonis	125	4	15	9,69	2,650
Nilai Harga	125	5	20	13,26	3,441
Kebiasaan	125	6	19	11,90	2,842
Minat	125	5	15	9,26	2,521
Valid N (listwise)	125				

(Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2023)

Berdasarkan hasil *output* SPSS menunjukkan bahwa:

- a. Ekspektasi Kinerja : Berdasarkan hasil *output* SPSS memperlihatkan bahwa jumlah responden (N) sebanyak 125 dengan jumlah minimal 5 sedangkan nilai

- maximum sebesar 20 dengan nilai *mean* masing-masing responden sebesar 13,42 dan *standard deviation* pada variabel ekspektasi kinerja sebesar 3,764.
- b. Ekspektasi Usaha : Berdasarkan hasil *output* SPSS memperlihatkan bahwa jumlah responden (N) sebanyak 125 dengan jumlah minimal 5 sedangkan nilai maximum sebesar 15 dengan nilai *mean* masing-masing responden sebesar 9,90 dan *standard deviation* pada variabel ekspektasi kinerja sebesar 2,541.
 - c. Motivasi Hedonis : Berdasarkan hasil *output* SPSS memperlihatkan bahwa jumlah responden (N) sebanyak 125 dengan jumlah minimal 4 sedangkan nilai maximum sebesar 15 dengan nilai *mean* masing-masing responden sebesar 9,69 dan *standard deviation* pada variabel ekspektasi kinerja sebesar 2,650.
 - d. Nilai Harga : Berdasarkan hasil *output* SPSS memperlihatkan bahwa jumlah responden (N) sebanyak 125 dengan jumlah minimal 5 sedangkan nilai maximum sebesar 20 dengan nilai *mean* masing-masing responden sebesar 13,26 dan *standard deviation* pada variabel ekspektasi kinerja sebesar 3,441.
 - e. Kebiasaan : Berdasarkan hasil *output* SPSS memperlihatkan bahwa jumlah responden (N) sebanyak 125 dengan jumlah minimal 6 sedangkan nilai maximum sebesar 19 dengan nilai *mean* masing-masing responden sebesar 11,90 dan *standard deviation* pada variabel ekspektasi kinerja sebesar 2,842.
 - f. Minat : Berdasarkan hasil *output* SPSS memperlihatkan bahwa jumlah responden (N) sebanyak 125 dengan jumlah minimal 5 sedangkan nilai maximum sebesar 15 dengan nilai *mean* masing-masing responden sebesar 9,26 dan *standard deviation* pada variabel ekspektasi kinerja sebesar 2,521.

4.3.2 Uji Intrumen

1. Uji Validitas

Uji Validitas dinilai untuk memeriksa nilai pada kolom korelasi item-total yang disesuaikan dan membandingkannya nilai r tabel pada tingkat signifikansi 0,05. Pernyataan atau item dianggap dapat diterima menurut penelitian jika nilai r hitung $>$ r tabel dengan taraf signifikan 0,05 menunjukkan pernyataan atau item tersebut diakui kebenarannya.

Sebaliknya apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item atau butir pernyataan dinyatakan tidak valid. Nilai r_{tabel} dapat diketahui dari jumlah (n) = 125, df (*degree of freedom*) = 2 maka dapat diperoleh nilai r tabel sebesar 0,1757.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Ekspektasi Kinerja

Penyataan	r hitung	r tabel	keterangan
EK1	0,854	0,1757.	<i>Valid</i>
EK2	0,891	0,1757.	<i>Valid</i>
EK3	0,913	0,1757.	<i>Valid</i>
EK4	0,837	0,1757.	<i>Valid</i>

(Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2023)

Berdasarkan tabel 4.6 memperlihatkan nilai uji validitas untuk ekspektasi kinerja adalah valid dikarenakan ekspektasi kinerja memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yakni 0,1757 maka seluruh butir pertanyaan *valid*.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Ekspektasi Usaha

Penyataan	r hitung	r tabel	keterangan
EU1	0,817	0,1757.	<i>Valid</i>
EU2	0,853	0,1757.	<i>Valid</i>
EU3	0,877	0,1757.	<i>Valid</i>

(Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2023)

Berdasarkan tabel 4.7 memperlihatkan nilai uji validitas untuk ekspetasi usaha adalah valid dikarenakan ekspektasi kinerja memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yakni 0,1757 maka seluruh butir pertanyaan *valid*.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Motivasi Hedonis

Penyataan	r hitung	r tabel	keterangan
MH1	0,92	0,1757.	<i>Valid</i>
MH2	0,913	0,1757.	<i>Valid</i>
MH3	0,783	0,1757.	<i>Valid</i>

(Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2023)

Berdasarkan tabel 4.8 memperlihatkan nilai uji validitas untuk motivasi hedonis adalah valid dikarenakan ekspektasi kinerja memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yakni 0,1757 maka seluruh butir pertanyaan *valid*.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Nilai Harga

Penyataan	r hitung	r tabel	keterangan
NH1	0,884	0,1757.	<i>Valid</i>
NH2	0,898	0,1757.	<i>Valid</i>
NH3	0,873	0,1757.	<i>Valid</i>
NH4	0,873	0,1757.	<i>Valid</i>

(Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2023)

Berdasarkan tabel 4.9 memperlihatkan nilai uji validitas untuk nilai harga adalah valid dikarenakan ekspektasi kinerja memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yakni 0,1757 maka seluruh butir pertanyaan *valid*.

Tabel 4. 10 Hasi Uji Validitas Kebiasaan

Penyataan	r hitung	r tabel	keterangan
K1	0,796	0,1757.	<i>Valid</i>
K2	0,875	0,1757.	<i>Valid</i>
K3	0,602	0,1757.	<i>Valid</i>
K4	0,75	0,1757.	<i>Valid</i>

(Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2023)

Berdasarkan tabel 4.10 memperlihatkan nilai uji validitas untuk kebiasaan adalah valid dikarenakan ekspektasi kinerja memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yakni 0,1757 maka seluruh butir pertanyaan *valid*.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Minat

Penyataan	r hitung	r tabel	keterangan
M1	0,853	0,1757.	<i>Valid</i>
M2	0,871	0,1757.	<i>Valid</i>
M3	0,919	0,1757.	<i>Valid</i>

(Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2023)

Berdasarkan tabel 4.11 memperlihatkan nilai uji validitas untuk minat adalah valid dikarenakan ekspektasi kinerja memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yakni 0,1757 maka seluruh butir pertanyaan *valid*.

2. Uji Reliabilitas

Untuk mengukur reliabilitas dengan melihat Cronbach's alpha berdasarkan pengambilan keputusan, pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel dianggap reliabel bila Cronbach's alpha $> 0,60$. Jika nilai Cronbach Alpha $< 0,60$ pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel dinyatakan reliabel.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Ekspektasi Kinerja	0,893	Reliabel
Ekspektasi Usaha	0,806	Reliabel
Motivasi Hedonis	0,844	Reliabel
Nilai Harga	0,904	Reliabel
Kebiasaan	0,752	Reliabel
Minat	0,855	Reliabel

(Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2023)

Temuan uji reliabilitas untuk ekspektasi kinerja, ekspektasi bisnis, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan dan minat ditunjukkan pada tabel

4.12. Berdasarkan tabel tersebut, nilai *Cronbach Alpha* semua variabel lebih tinggi dari 0,60, menunjukkan reliabilitas pernyataan yang digunakan untuk menilai setiap variabel dalam model penelitian ini.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* untuk menilai apakah data berdistribusi normal atau tidak. Jika tingkat signifikansi kurang dari 0,05, data dalam penelitian ini diasumsikan terdistribusi secara teratur.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,50390120
Most Extreme Differences	Absolute	,054
	Positive	,054
	Negative	-,042
Test Statistic		,054
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 memperlihatkan nilai *Test Statistic Kolmogorov-Smirnov* adalah 0,059 dengan tingkat signifikansi 0,200. Apabila dibandingkan nilai signifikansi yang dipergunakan sebagai dasar pengukuran maka $0,200 > 0,05$ sehingga data terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Untuk memastikan apakah variabel bebas dalam model regresi memiliki hubungan yang ideal atau tidak digunakan uji multikolinearitas. Peneliti dapat memeriksa sejumlah faktor untuk menentukan apakah model regresi menunjukkan multikolinearitas, termasuk:

- a. Jika nilai VIF kurang dari 10, maka model regresi dianggap multikolinearitas.
- b. Jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,1 maka model regresi dianggap bebas multikolinearitas.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,257	,668		,385	,701		
Ekspektasi Kinerja	,093	,085	,138	1,094	,276	,187	5,360
Ekspektasi Usaha	,230	,114	,232	2,014	,046	,226	4,423
Motivasi Hedonis	,239	,117	,251	2,041	,043	,197	5,066
Nilai Harga	-,036	,074	-,050	-,493	,623	,296	3,384
Kebiasaan	,306	,061	,345	5,029	,000	,634	1,577

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Pada penelitian ini, nilai tolerance menunjukkan tidak adanya variabel independen dengan nilai tolerance di bawah 0,10 yang berarti variabel independen tersebut tidak memiliki nilai korelasi sebagaimana dapat dilihat pada tabel 4.14 di atas. Menurut skor VIF, tidak ada variabel independen

dengan skor lebih tinggi dari 10. Penelitian menunjukkan hasil tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menentukan apakah asumsi klasik telah berubah heterokedastisitas, yaitu perbedaan antara variabel sisa dari semua model regresi dipertimbangkan. Jika model regresi bebas heteroskedastisitas maka dianggap sangat baik. Uji *Spearman's rho* digunakan dalam penelitian ini apabila sig (2-tailed) > 0,05 pada uji *spearman's rho* maka terbebas dari heterokedastisitas. Berikut hasil uji heterokedastisitas:

Tabel 4. 15 Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Nilai sig (2-tailed)	Nilai signifikansi	Keterangan
Ekspektasi Kinerja	0,862	0,05	Tidak terjadi heterokedastisitas
Ekspektasi Usaha	0,911	0,05	Tidak terjadi heterokedastisitas
Motivasi Hedonis	0,823	0,05	Tidak terjadi heterokedastisitas
Nilai Harga	0,741	0,05	Tidak terjadi heterokedastisitas
Kebiasaan	0,876	0,05	Tidak terjadi heterokedastisitas

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil tabel 4.15 dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi untuk variabel ekspektasi kinerja sebesar 0.862, ekspektasi bisnis 0.911, motivasi hedonis 0.823, nilai harga 0.741, dan kebiasaan 0.876. Dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi karena tingkat signifikansi > 0,05.

4.3.4 Uji Ketetapan Model

1. Uji Koefisien determinasi R²

Besarnya variabel bebas yang dapat menjelaskan variabel terikat ditunjukkan oleh koefisien determinasi R². Adjusted R Square menunjukkan nilai koefisien determinasi. Hasil dari uji determinasi penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 16 Hasil Uji Determinasi R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,803 ^a	,644	,629	1,535
a. Predictors: (Constant), Kebiasaan , Nilai Harga , Ekspektasi Usaha , Motivasi Hedonis , Ekspektasi Kinerja				
b. Dependent Variable: Minat				

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi tabel 4.16 terlihat bahwa pengaruh variabel bebas antara ekspektasi kinerja, ekspektasi bisnis, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan terhadap minat menggunakan QRIS sebesar 62,9%. R square (R²) adalah 0,629, atau 62,9%. Dan sisanya 0,371 atau 37,1% menjelaskan faktor-faktor yang tidak termasuk dalam pemodelan penelitian.

2. Uji F Simultan

Uji F pada dasarnya digunakan untuk memeriksa apakah variabel independen dalam model tertentu berpengaruh terhadap variabel dependen yang saling eksklusif. Tabel berikut menunjukkan hasil perhitungan uji F:

Tabel 4. 17 Hasil Uji F Simultan

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	507,355	5	101,471	43,055	,000 ^b
	Residual	280,453	119	2,357		
	Total	787,808	124			
a. Dependent Variable: Minat						
b. Predictors: (Constant), Kebiasaan , Nilai Harga , Ekspektasi Usaha , Motivasi Hedonis , Ekspektasi Kinerja						

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.17 Nilai signifikan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, motivasi hedonis, nilai harga kebiasaan pada minat yang teridentifikasi pada tabel 4.17 adalah 0,000 yang berarti relatif rendah dibandingkan dengan 0,05 ($0,000 < 0,05$) artinya hipotesis diterima. Artinya ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, motivasi hedonis, nilai harga dan kebiasaan secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS. Cara lain untuk menghitung Uji-F adalah dengan menggunakan bentuk tabel F: $F_{\text{tabel}} = (k : n - k)$

$$= 5 : 125 - 5$$

$$= 5 : 120$$

$$= 2.29$$

Dapat ditinjau dalam tabel 4.17 besaran F hitung adalah $43,055 > 2.29$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa keinginan untuk memanfaatkan QRIS secara simultan dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja, ekspektasi bisnis, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan..

4.3.5 Uji Hipotesis

1. Uji t parsial

Untuk memastikan apakah masing-masing variabel mempunyai pengaruh secara parsial atau tidak digunakan uji t. Pernyataan uji t menyatakan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak jika probabilitas $t > 0,05$. Selain itu, H_1 diabaikan dan H_0 diizinkan jika $t > 0,05$. Saat melakukan uji t, diperlukan tabel ra. Ada rumus yang harus diselesaikan sebelum menggunakan tabel t. Rumus t tabel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} T \text{ tabel} &= (a/2 ; n-k-1) \\ &= (0,05/2 ; 125-5-1) \\ &= 0,025 ; 119 \\ &= 1,980 \end{aligned}$$

Untuk melakukan perhitungan yang signifikan dilakukan dengan SPSS. Berikut hasil perhitungan uji-t yang dilakukan dengan SPSS versi 25::

Tabel 4. 18 Hasil Uji t Parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,257	,668		,385	,701
Ekspektasi Kinerja	,093	,085	,138	1,094	,276
Ekspektasi Usaha	,230	,114	,232	2,014	,046
Motivasi Hedonis	,239	,117	,251	2,041	,043
Nilai Harga	-,036	,074	-,050	-,493	,623
Kebiasaan	,306	,061	,345	5,029	,000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.18 diketahui bahwa uji parsial (uji-t) digunakan untuk menguji hipotesis secara individual antara variabel independen ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan dan minat secara parsial berhubungan pengaruh signifikan.

Berdasarkan tabel hasil uji t diatas diuraikan sebagai berikut:

- a. Variabel ekspektasi kinerja memperoleh nilai sig. 0,276 lebih besar dari 0,05. Nilai t hitung 1,094 lebih kecil dari t tabel 1,980. Dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak dan H_0 disetujui menjelaskan mengapa minat menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* tidak secara parsial dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja.
- b. Variabel ekspektasi usaha memperoleh nilai sig. 0,046 lebih kecil dari 0,05. Nilai t hitung 2,014 lebih besar dari t tabel 1,980. Dapat disimpulkan bahwa H_1 disetujui dan H_0 ditolak, yang menjelaskan mengapa ekspektasi usaha mempengaruhi niat untuk menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* sampai batas tertentu.
- c. Variabel motivasi hedonis memperoleh nilai sig. 0,043 lebih kecil dari 0,05. Nilai t hitung 2,041 lebih besar dari t tabel 1,980. Dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak menjelaskan mengapa minat untuk menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* agak dipengaruhi oleh motivasi hedonis.
- d. Variabel nilai harga memperoleh nilai sig. 0,623 lebih besar dari 0,05. Nilai t hitung -0,493 lebih kecil dari t tabel sebesar 1,980. Dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak dan H_0 disetujui menjelaskan mengapa keinginan untuk

menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) tidak berdampak secara parsial terhadap nilai harga.

- e. Variabel kebiasaan memperoleh nilai sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05. Nilai t hitung 5,029 lebih besar dari t tabel sebesar 1,980. Dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak, yang menjelaskan bagaimana kebiasaan dapat mempengaruhi antusiasme seseorang dalam memanfaatkan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS).

4.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. 19 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,257	,668		,385	,701
Ekspektasi Kinerja	,093	,085	,138	1,094	,276
Ekspektasi Usaha	,230	,114	,232	2,014	,046
Motivasi Hedonis	,239	,117	,251	2,041	,043
Nilai Harga	-,036	,074	-,050	-,493	,623
Kebiasaan	,306	,061	,345	5,029	,000

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan tabel 4.19 hasil pengujian regresi linear berganda

menghasilkan rumus regresi linear berganda yang meliputi:

$$Y = 0,257 + 0,093X_1 + 0,230X_2 + 0,239X_3 - 0,036X_4 + 0,306X_5 + e$$

Dalam merumuskan regresi sehingga dapat digambarkan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta senilai 0,257 artinya jika variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, motivasi hedonis, nilai harga serta kebiasaan tidak dimasukkan variabel *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) relevansi dalam penelitian atau bernilai nol akan naik sebesar 0,257%.

- 2) Koefisien regresi pada variabel ekspektasi kinerja (X1) sebesar 0,093 berarti semakin besar nilai variabel ekspektasi kinerja maka persepsi kegunaan layanan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* memberikan insentif pengguna eksternal untuk menggunakan layanan, sehingga kesesuaian layanan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* memberikan keuntungan relative dan hasil yang diharapkan bagi pengguna. Kemudian minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* akan bertambah 0,093%. Hal ini menunjukkan Minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* dipengaruhi secara positif oleh variabel ekspektasi kinerja.
- 3) Koefisien regresi pada variabel ekspektasi usaha X2 senilai 0,230 yang bernilai positif, artinya variabel persepsi kemudahan, kompleksitas dan kemudahan pengguna juga meningkat. Dalam hal ini minat pengguna menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* akan meningkat 0,230%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel ekspektasi usaha memiliki pengaruh yang menguntungkan terhadap minat untuk memanfaatkan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*.
- 4) Koefisien regresi pada variabel motivasi hedonis X3 bernilai positif sebesar 0,239 yang berarti variabel kesenangan, ketertarikan dan hiburan juga meningkat. Dalam hal ini, akan ada peningkatan 0,239% orang yang tertarik untuk mengadopsi *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Hal ini menunjukkan variabel motivasi hedonis memberikan kontribusi positif bagi minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*.

- 5) Koefisien regresi pada variabel nilai harga X4 senilai $-0,036$ yang berjumlah negatif, artinya variabel kualitas, harga, dan nilai juga akan mengalami penurunan. Dalam hal ini, akan ada peningkatan $0,036\%$ orang yang tertarik untuk mengadopsi *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Hal tersebut menunjukkan variabel nilai harga berkontribusi negatif bagi minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*.
- 6) Koefisien regresi pada variabel kebiasaan X5 senilai $0,036$ yang bernilai positif, yang berarti variabel kebiasaan, kepuasan, kecanduan dan penggunaan kembali juga akan mengalami peningkatan. Dalam ini, akan terjadi peningkatan minat pengguna untuk mengadopsi *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* sebesar $0,036\%$. Hal tersebut menunjukkan variabel nilai harga berkontribusi positif bagi minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*.

4.5 Pembahasan Hasil Analisis Data

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh motivasi hedonis, nilai harga, ekspektasi kinerja, ekspektasi bisnis, dan kebiasaan terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Berikut adalah pembahasan mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian:

4.5.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Minat Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh nilai t hitung variabel ekspektasi kinerja adalah sebesar $1,094$ hasil menunjukkan bahwa t tabel yaitu $1,980$ ($1,094 < 1,980$) dengan nilai signifikansi $0,276 > 0,05$. Nilai koefisien dari variabel

ekspektasi kinerja bernilai positif yaitu 0,138. Hipotesis yang telah ditetapkan sejalan dengan hasil dari analisis penelitian H_1 ditolak. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa ekspektasi kinerja memiliki pengaruh yang baik tetapi kecil terhadap keinginan Umat Islam Kabupaten Karanganyar untuk mengadopsi QRIS..

Temuan penelitian ini bertentangan dengan gagasan tersebut Vankatesh *et.al*, (2003) ekspektasi kinerja diteorikan untuk mempengaruhi *behavioral intention to use a technology*. Ekspektasi Kinerja mengacu pada sejauh mana pengguna berpikir bahwa memanfaatkan sistem akan membantu mereka menyelesaikan pekerjaan mereka dengan baik. Konsep ini menggambarkan keunggulan teknologi bagi pengguna. Hal menunjukkan bahwa semakin tinggi niat untuk menggunakan QRIS, semakin kuat seseorang merasa bahwa menggunakan QRIS akan memberikan keunggulan dalam kinerjanya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mayanti (2022) yang menjelaskan bahwasanya aplikasi sistem pembayaran kode QRIS yang mungkin ditemukan di e-wallet Shopeepay dan OVO tidak memiliki dampak yang terlihat pada pengguna dalam hal ekspektasi kinerja terhadap niat perilaku.

Berdasarkan hasil penelitian ini ekspektasi kinerja tidak berhubungan dengan minat penggunaan QRIS Masyarakat Muslim Kabupaten Karanganyar. Dikarenakan responden masyarakat Muslim di Kabupaten Karanganyar tidak berpikir kinerja mereka dapat ditingkatkan dengan mekanisme pembayaran QRIS. Oleh karena itu mereka tidak merasa diuntungkan atau cukup membantu untuk mempercepat proses pembayaran dan meningkatkan produktivitas pengguna.

4.5.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Minat Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh nilai t hitung untuk variabel ekspektasi usaha adalah sebesar 2,014 hasil ini menunjukkan bahwa t tabel yaitu 1,980 ($2,014 > 1,980$) dengan nilai signifikansi $0,046 < 0,05$. Nilai koefisien dari variabel ekspektasi usaha bernilai positif yaitu 0,232. Hipotesis yang telah ditetapkan sejalan dengan hasil dari analisis penelitian H2 diterima. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa ekspektasi bisnis memberikan dampak yang menguntungkan dan cukup besar terhadap keinginan masyarakat muslim Kabupaten Karanganyar untuk mengadopsi QRIS.

Menurut Vankatesh *et.al*, (2003) Ekspektasi Usaha merupakan kesederhanaan pemanfaatan teknologi. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardani & Masdiantini, (2022) menjelaskan Ekspektasi bisnis berdampak baik dan cukup besar terhadap kecenderungan nasabah mobile banking di Kota Singaraja untuk memanfaatkan QRIS.

Berdasarkan hasil penelitian ekspektasi usaha memiliki hubungan dengan minat penggunaan QRIS masyarakat Muslim Kabupaten Karanganyar. Dikarenakan responden Masyarakat Muslim di Kabupaten Karanganyar mengetahui Kesederhanaan transaksi yang dimungkinkan oleh QRIS, serta kemudahannya untuk dipahami dan digunakan, membantu pengguna menjadi mahir menggunakannya..

4.5.3 Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap Minat Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh nilai t hitung untuk variabel motivasi hedonis adalah sebesar 2,041 hasil ini menunjukkan bahwa t tabel yaitu 1,980 ($2,041 > 1,980$) dengan nilai signifikansi $0,043 < 0,05$. Nilai koefisien dari variabel motivasi hedonis bernilai positif yaitu 0,251. Hipotesis yang telah ditetapkan sejalan dengan hasil dari analisis penelitian H3 diterima. Dapat disimpulkan bahwa Minat penggunaan QRIS dapat dikatakan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh motivasi hedonis pada masyarakat Muslim Kabupaten Karanganyar.

Menurut Vankatesh *et.al*, (2003) motivasi hedonis adalah kenikmatan atau kegembiraan yang dialami saat penggunaan suatu teknologi, yang terbukti sangat penting menentukan seberapa luas teknologi diterima dan digunakan. Telah ditemukan bahwa motivasi hedonis, yang dicirikan sebagai kenikmatan yang dirasakan, secara langsung mempengaruhi bagaimana orang merangkul dan menggunakan teknologi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Farah *et al.*, (2018) bahwa *hedonic motivation* adalah prediktor terkuat dari niat adopsi berkaitan dengan layanan *m-banking*.

Berdasarkan hasil penelitian ini Masyarakat muslim di wilayah Karanganyar tertarik menggunakan QRIS, hal ini terkait dengan motivasi hedonis. Karena responden dari masyarakat muslim Kabupaten Karanganyar menyatakan minat dan puas dengan penggunaan QRIS. Responden menunjukkan banyak minat pada konsep dan teknologi mutakhir yang memainkan motif hedonis mereka.

4.5.4 Pengaruh Nilai Harga terhadap Minat Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh nilai t hitung untuk variabel nilai harga adalah sebesar -0,493 hasil ini menunjukkan bahwa t tabel yaitu 1,980 ($-0,493 > 1,980$) dengan nilai signifikansi $0,623 > 0,05$. Nilai koefisien dari variabel nilai harga bernilai negatif yaitu -0,050. Hipotesis yang telah ditetapkan sejalan dengan hasil dari analisis penelitian H4 ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai harga memiliki pengaruh yang buruk dan dapat diabaikan terhadap niat penduduk Muslim di Kabupaten Karanganyar untuk memanfaatkan QRIS.

Menurut (Vankatesh *et.al*, 2003) nilai harga didefinisikan sebagai salah satu perbedaan utama antara preferensi penggunaan perusahaan dan preferensi penggunaan konsumen. Biaya operasional konsumsi seringkali menjadi tanggung jawab konsumen daripada pemberi kerja. Adopsi teknologi oleh konsumen dapat dipengaruhi secara signifikan oleh struktur biaya dan penetapan harga. Biaya moneter atau harga suatu barang atau jasa kadang-kadang dinilai berdasarkan kualitas yang dirasakan untuk menetapkan nilai yang dirasakan. Studi ini kompatibel dengan studi yang dilakukan oleh (Merhi *et al.*, 2019) menjelaskan bahwasanya nilai harga tidak teramati sebagai prediktor yang signifikan dalam Sampel Lebanon, berbeda dengan sampel Inggris yang sedikit signifikan. Hasilnya mungkin karena konsumen mengasosiasikan akses ke layanan seluler dengan biaya terbatas atau penggunaan gratis, yang mengakibatkan biaya penggunaan tidak langsung tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian ini nilai harga tidak memiliki hubungan dengan minat penggunaan QRIS masyarakat Muslim di Kabupaten Karanganyar. Dikarenakan responden masyarakat Muslim di Kabupaten Karanganyar tidak menyadari bahwa penggunaan QRIS memiliki biaya yang lebih rendah daripada keuntungan seperti cepat, praktis, dan nyaman dalam transaksi pembayaran..

4.5.5 Pengaruh Kebiasaan terhadap Minat Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh nilai t hitung untuk variabel kebiasaan adalah sebesar 5,029 hasil ini menunjukkan bahwa t tabel yaitu 1,980 ($5,029 < 1,980$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien dari variabel kebiasaan bernilai positif yaitu 0,345. Hipotesis yang telah ditetapkan sejalan dengan hasil dari analisis penelitian H5 diterima. Keinginan untuk memanfaatkan QRIS pada penduduk muslim Kabupaten Karanganyar dengan demikian dapat disimpulkan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kebiasaan.

Menurut Vankatesh *et.al*, (2003) kebiasaan mengacu pada sejauh mana belajar menyebabkan orang untuk bertindak secara naluriah. Meskipun secara teoretis dipandang dengan cara yang sama, kebiasaan dapat dilihat dalam dua cara yang berbeda: pertama, sebagai perilaku sebelumnya, dan kedua, sebagai ukuran seberapa banyak orang merasa aktivitas tertentu bersifat otomatis. Penelitian yang dilakukan oleh Chania & Rimenda (2022) sejalan dengan penelitian ini bahwa kebiasaan (*habit*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS.

Berdasarkan hasil penelitian, kebiasaan berhubungan dengan minat penggunaan QRIS di Kabupaten Karanganyar. Dikarenakan responden masyarakat Muslim Kabupaten Karanganyar mengetahui bahwa ketika sudah terbiasa menggunakan layanan QRIS, maka semakin banyak orang yang ingin menggunakannya. Secara otomatis menjadikan penggunaan layanan QRIS sebagai syarat untuk bertransaksi, yang pada gilirannya mendorong minat untuk menggunakan QRIS.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasar hasil penelitian pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* pada Masyarakat Muslim di Kabupaten Karanganyar, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Ekspektasi Kinerja memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* pada masyarakat muslim di Kabupaten Karanganyar. Hal ini menunjukkan pengguna tidak merasa bahwa metode pembayaran QRIS bermanfaat atau sangat berguna dalam menyelesaikan proses pembayaran dengan cepat dan meningkatkan produktivitas pengguna karena dianggap tidak dapat meningkatkan performa kinerja mereka.
2. Ekspektasi Usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* pada masyarakat muslim di Kabupaten Karanganyar, hal ini menunjukkan bahwa pengguna mengetahui kemudahan transaksi melalui QRIS karena sangat mudah untuk dipelajari dan digunakan, sehingga pengguna terampil menggunakan QRIS.
3. Motivasi Hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* pada masyarakat muslim di Kabupaten Karanganyar, hal ini menunjukkan bahwa pengguna merasa tertarik dan senang akan menggunakan QRIS. Pengguna menunjukkan

minat tingkat tinggi pada novel dan konsep mutakhir serta teknologi yang berbicara tentang motivasi hedonis mereka.

4. Nilai Harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat pengguna *Quick Response Code Indonesian Standard* pada masyarakat muslim di Kabupaten Karanganyar, hal ini menunjukkan bahwa pengguna tidak menganggap biaya yang penggunaan QRIS lebih kecil dari keuntungan seperti kemudahan, kepraktisan dan kecepatan transaksi pembayaran.
5. Kebiasaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* pada masyarakat muslim di Kabupaten Karanganyar, hal ini menunjukkan bahwa pengguna sudah terbiasa untuk mengetahui cara menggunakan QRIS yang menyebabkan orang semakin ingin menggunakannya sehingga secara otomatis ada komitmen untuk menggunakan QRIS hal ini akhirnya memicu peningkatan minat terhadap QRIS.

5.2 Saran

Rekomendasi saran dibuat berdasarkan temuan hasil penelitian yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat, disarankan untuk mengimplementasikan sistem transaksi QRIS dalam kehidupan sehari-hari. Harapan kedepannya semakin banyak peminat untuk menggunakan sistem pembayaran QRIS.
2. Bagi penelitian lebih lanjut perlu memperhatikan faktor-faktor lain seperti faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi yang dapat mempengaruhi minat

pengguna dalam menggunakan QRIS, menambahkan variabel keputusan, menambah responden untuk berpartisipasi dalam penelitian.

3. Bagi Penyedia QRIS untuk meningkatkan keamanan penggunaan QRIS. Memastikan proses pendaftaran *merchant* baru yang dilakukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dengan menverifikasi identitas, menetapkan legitimasi layanan bisnis dan mengevaluasi risiko yang mungkin terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, P. M. (2015). Living in the world that is fit for habitation : CCI's ecumenical and religious relationships. In *Aswaja Pressindo*.
- Ahmad, M. I. (2015). *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) A Decade of Validation and Development*. December 2014.
- Authors, F. (2018). *M-payment adoption for bottom of pyramid segment : an empirical investigation*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2018-0013>
- Bank Indonesia. (2022). *QR Code Indonesian Standard (QRIS)*. Bi.Go.Id. <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>
- Bank Indonesia. (2023). *Statistik Ekonomi dan Keuangan Indonesia*. Bi.Go.Id. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/seki/Default.aspx>
- BPS Kabupaten Karanganyar. (2023). *Jumlah Pemeluk Agama (Jiwa), 2020-2022*. Karanganyarkab.bps.go.id.<https://karanganyarkab.bps.go.id/indicator/108/79/1/jumlah-pemeluk-agama.html>
- Brown, S. A., & Venkatesh, V. (2005). Model of adoption of technology in households: A baseline model test and extension incorporating household life cycle. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 29(3), 399–426. <https://doi.org/10.2307/25148690>
- Chania, N., & Rimenda, T. (2022). *Pengaruh Perceived Benefit dan Habit terhadap Minat Menggunakan QRIS*.
- Charisma, J. A. (2020). Analisis minat dan perilaku pengguna e-Wallet: Perluasan UTAUT 2 dengan budaya sebagai moderasi: Studi pada Mahasiswa di Kota Malang Etheses of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University. In *Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/18709/>
- Chen, Q. L., & Zhou, Z. H. (2016). Unusual formations of superoxo heptaoxomolybdates from peroxo molybdates. *Inorganic Chemistry Communications*, 67(3), 95–98. <https://doi.org/10.1016/j.inoche.2016.03.015>
- Dzulhaida, R., Rifaldi, R., & Giri, W. (2015). Di Indonesia dengan Menggunakan Model Modifikasi *Unified Theory Of Acceptance and Use Technology 2 (UTAUT 2)*. 15(2), 155–166.
- Farah, M. F., Hasni, M. J. S., & Abbas, A. K. (2018). Mobile-banking adoption: empirical evidence from the banking sector in Pakistan. *International Journal of Bank Marketing*, 36(7), 1386–1413. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2017-0215>
- Gupta, K., & Arora, N. (2019). *Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model An Indian perspective*. 2016. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-03-2019-0037>
- Isna Rifka Sri Rahayu. (2022). *Mayoritas Digunakan UMKM, Saat Ini Pengguna QRIS Mencapai 23 Juta*. Kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2022/10/04/142000726/mayoritas-digunakan-umkm-saat-ini-pengguna-qr-is-mencapai-23-juta#:~:text=jakarta%2C%20kompas.com%20Bank,30%20juta%20pengguna%20di%202022>.

- Kosim, K. P., Legowo, N., Finance, A., No, B. V., Kosim, K. P., Legowo, N., Klasifikasi, K., & Jel, E. (2021). *Machine Translated by Google Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Konsumen pada Pembayaran QR Mobile Banking : Studi Kasus di Indonesia Abstrak Machine Translated by Google*. 8(5), 391–401. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no5.0391>
- Limayem, M., Hirt, S. G., Cheung, C. M. K., & Hirt, S. G. (2015). *Quarterly How Habit Limits the Predictive Power Intention : The Case of Information Systems Continuance*. 31(4), 705–737.
- Mayanti, R. (2022). Preferensi Masyarakat Terhadap Quick Response Code Indonesian Standard Sebagai Sarana Teknologi Pembayaran Digital. *Faktor Exacta*, 15(1), 65–72.
- Merhi, M., Hone, K., & Tarhini, A. (2019). Technology in Society A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers : Extending UTAUT2 with security , privacy and trust. *Technology in Society*, 59(January), 101151. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101151>
- Morosan, C., & Defranco, A. (2016). International Journal of Hospitality Management It ' s about time : Revisiting UTAUT2 to examine consumers ' intentions to use NFC mobile payments in hotels &. *International Journal of Hospitality Management*, 53, 17–29. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.11.003>
- Nopiani, N. K. R., & Putra, I. M. P. D. (2021). Penerapan Model UTAUT 2 untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(10), 2569. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i10.p13>
- Pangestu, M. G., & Pasaribu, J. P. K. (2022). Behavior Intention Penggunaan Digital Payment QRIS Berdasarkan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)(Studi pada UMKM Sektor *Jurnal MANAGE*, 1(1), 29–37. <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage/article/view/23%0Ahttps://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage/article/download/23/18>
- Prof. Augusty Ferdinand, D. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* (Edisi 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Risma, A. A., & Sri, D. E. (2021). Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Teknologi Pembayaran. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17, 10–17.
- Silaen, M. F., Manurung, S., & Nainggolan, C. D. (n.d.). *Effect Analysis Of Benefit Perception , Ease Perception , Security And Risk Perception Of Merchant Interest In Using Quick Response Indonesia Standard (Qris)*. 1574–1581.
- Solopos. (2022). *Jumlah Merchant QRIS di Soloraya: Solo Terbanyak, Wonogiri Paling Sedikit*. Solopos.Com. <https://www.solopos.com/jumlah-merchant-qr-is-di-soloraya-solo-terbanyak-wonogiri-paling-sedikit>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Susanto, E., Solikin, I., & Purnomo, B. S. (2022). a Review of Digital Payment Adoption in Asia. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 4(11), 01–15. <https://doi.org/10.35631/aijbes.411001>

- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75. <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Wardani, L., & Masdiantini, P. R. (2022). Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial Budaya, Motivasi Hedonis Dan Nilai Harga Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (Qris). *Jurnal Ilmiah Akuntansi...*, 12(1), 254–263. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJA/article/view/38188%0A>
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJA/article/download/38188/22735>

LAMPIRAN

Lampiran 1
Jadwal Penelitian

No	Bulan Kegiatan	Oktober				November				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	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal	X	X	X	X	X	X	X	X	X																							
2	Konsultasi Proposal					X				X	X	X	X					X				X	X										
3	Revisi Proposal									X				X																			
4	Pendaftaran Seminar Proposal Skripsi																X																
5	Ujian Seminar Proposal Skripsi																X																
6	Pengumpulan Data																				X	X	X	X									
7	Analisis Data																								X								
8	Penulisan Akhir Naskah Skripsi																																
9	Pendaftaran Munagrasah																													X			
10	Ujian Munagrasah																													X			
11	Revisi Skripsi																													X	X		

Lampiran 2

KOESIONER PENELITIAN**A. Data Pribadi Responden**

Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini mohon Bapak/Ibu/Saudara/i dimohon untuk mengisi data berikut terlebih dahulu. (Jawaban yang diberikan dirahasiakan).

Nama Lengkap :

Jenis kelamin : Perempuan Laki-Laki

Usia :

Domisili :

- | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Colomadu | <input type="checkbox"/> Jumapolo | <input type="checkbox"/> Matesih |
| <input type="checkbox"/> Gondangrejo | <input type="checkbox"/> Jumantono | <input type="checkbox"/> Ngargoyoso |
| <input type="checkbox"/> Jaten | <input type="checkbox"/> Karanganyar | <input type="checkbox"/> Mojogedang |
| <input type="checkbox"/> Jatipuro | <input type="checkbox"/> Karangpandan | <input type="checkbox"/> Tasikmadu |
| <input type="checkbox"/> Jatiyoso | <input type="checkbox"/> Kebakramat | <input type="checkbox"/> Tawangmangu |
| <input type="checkbox"/> Jenawi | <input type="checkbox"/> Kerjo | |

Pekerjaan :

- | | | | | |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa | <input type="checkbox"/> Pegawai Swasta | <input type="checkbox"/> Wiraswasta | <input type="checkbox"/> PNS | <input type="checkbox"/> IRT |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------|------------------------------|

Apakah anda mengetahui pembayaran menggunakan QRIS ?

- Ya mengetahui
- Tidak Mengetahui

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Isilah biodata anda terlebih dahulu
2. Kejujuran anda dalam menjawab pertanyaan ini dan identitas responden akan dirahasiakan
3. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan penilaian anda dengan cara memberikan tanda (√) pada salah satu jawaban yang tersedia
4. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan penilaian anda dengan cara memberikan tanda (√) pada salah satu kolom jawaban yang tersedia

Kuisisioner ini terdiri dari berbagai pernyataan yang mungkin sesuai dengan pengalaman saudara/i dalam menghadapi kehidupan sehari-hari. Terdapat 5 pilihan jawaban yang disediakan untuk setiap pernyataan, yaitu:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Selanjutnya saudara/i diminta untuk menjawab dengan memberi tanda (√) yang sesuai dengan saudara/i. tidak ada jawaban benar ataupun salah, oleh karena itu, diisi sesuai dengan diri saudara/i yang sesungguhnya, yaitu dengan jawaban pertama yang terlintas dalam pikiran saudara/i.

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Ekspektasi Kinerja						
1	QRIS sangat bermanfaat untuk bertransaksi					
2	QRIS memungkinkan saya melakukan transaksi lebih mudah					
3	QRIS memungkinkan saya melakukan transaksi lebih cepat dari pada transaksi tunai					
4	Menggunakan QRIS meningkatkan produktivitas saya					
Ekspektasi Usaha						
1	QRIS mudah untuk dipelajari dan dipahami					
2	Saya merasa nyaman melakukan transaksi menggunakan QRIS					
3	Mudah bagi saya untuk terampil dalam menggunakan QRIS					
Motivasi Hedonis						
1	Saya merasa senang saat menggunakan QRIS					
2	Saya merasa menikmati ketika menggunakan QRIS					
3	Saya merasa tertarik menggunakan QRIS					
Nilai Harga						
1	Biaya penggunaan QRIS sesuai dengan nilai manfaat yang diberikan					
2	Saya merasa biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan QRIS terjangkau					
3	Saya merasa biaya menggunakan QRIS lebih terjangkau daripada layanan sejenis lainnya					
4	QRIS merupakan nilai yang baik untuk bertransaksi					
Kebiasaan						
1	Menggunakan QRIS telah menjadi kebiasaan bagi saya					

2	Saya merasa ketagihan menggunakan QRIS					
3	Saya harus menggunakan QRIS					
4	Menggunakan QRIS adalah sesuatu yang saya lakukan tanpa berfikir					
Minat Penggunaan						
1	Saya akan menggunakan QRIS di masa yang akan datang					
2	Saya akan sering menggunakan QRIS di masa yang akan datang					
3	Saya akan terus menggunakan QRIS di masa yang akan datang					

Lampiran 3
Tabulasi Data

Variabel Ekspektasi Kinerja

No	EK1	EK2	EK3	EK4	T.EK
1	5	5	5	4	19
2	5	3	4	4	16
3	5	5	4	4	18
4	5	4	5	4	18
5	5	5	5	4	19
6	5	4	5	4	18
7	5	5	4	4	18
8	5	5	5	4	19
9	5	4	3	2	14
10	5	5	4	4	18
11	5	3	3	4	15
12	5	5	5	4	19
13	5	4	4	5	18
14	5	5	5	4	19
15	5	4	5	5	19
16	5	5	5	4	19
17	5	5	4	3	17
18	5	2	3	3	13
19	5	4	5	3	17
20	5	5	5	5	20
21	4	4	4	4	16
22	4	3	4	5	16
23	4	4	4	3	15
24	4	4	4	3	15
25	4	4	4	4	16
26	4	4	4	4	16
27	4	3	4	4	15
28	4	3	3	3	13
29	4	5	3	3	15
30	4	4	4	4	16
31	4	4	3	3	14
32	4	4	4	3	15
33	4	4	4	3	15
34	4	3	4	3	14

35	4	5	5	4	18
36	4	4	4	4	16
37	4	4	5	4	17
38	4	5	4	5	18
39	4	3	3	3	13
40	4	3	4	3	14
41	4	3	4	3	14
42	4	4	4	4	16
43	4	4	5	4	17
44	4	3	4	4	15
45	4	4	3	3	14
46	4	5	4	4	17
47	4	4	5	3	16
48	4	4	4	4	16
49	4	5	5	4	18
50	4	4	4	3	15
51	4	4	4	4	16
52	4	4	4	3	15
53	4	4	3	3	14
54	4	4	5	3	16
55	4	3	3	3	13
56	4	5	4	5	18
57	4	4	4	4	16
58	4	3	4	3	14
59	4	5	5	4	18
60	4	5	5	5	19
61	4	4	4	5	17
62	4	4	5	4	17
63	4	4	4	4	16
64	4	4	3	4	15
65	4	3	4	4	15
66	4	4	5	3	16
67	4	4	5	4	17
68	4	5	4	4	17
69	4	3	1	1	9
70	4	3	2	3	12
71	4	3	1	2	10
72	4	3	3	3	13
73	4	4	4	3	15

74	4	4	4	3	15
75	4	3	4	4	15
76	3	4	5	4	16
77	3	4	3	3	13
78	3	3	3	2	11
79	3	2	3	2	10
80	3	3	3	2	11
81	3	3	4	3	13
82	3	4	4	4	15
83	3	3	3	3	12
84	3	3	2	3	11
85	3	2	3	2	10
86	3	3	2	2	10
87	3	3	2	3	11
88	3	2	1	2	8
89	3	2	1	1	7
90	3	2	1	3	9
91	3	4	2	1	10
92	3	3	2	1	9
93	3	3	1	2	9
94	3	1	1	2	7
95	3	3	3	3	12
96	3	2	2	3	10
97	3	3	2	3	11
98	3	3	1	3	10
99	3	2	1	3	9
100	3	3	2	3	11
101	3	2	1	3	9
102	3	2	1	3	9
103	3	2	2	2	9
104	3	3	2	2	10
105	3	2	2	3	10
106	3	3	2	3	11
107	3	3	3	3	12
108	2	3	2	2	9
109	2	2	3	3	10
110	2	2	2	3	9
111	2	2	2	1	7
112	2	3	2	3	10

113	2	2	1	2	7
114	2	3	2	3	10
115	2	2	1	2	7
116	2	1	1	1	5
117	2	2	2	2	8
118	2	2	2	2	8
119	2	1	4	3	10
120	2	2	2	3	9
121	2	1	1	2	6
122	2	2	3	3	10
123	2	3	2	2	9
124	1	1	1	2	5
125	1	2	3	2	8

Variabel Ekspektasi Usaha

No	EU1	EU2	EU3	T.EU
1	4	4	4	12
2	3	4	3	10
3	4	5	4	13
4	3	3	4	10
5	5	4	5	14
6	4	4	4	12
7	4	4	4	12
8	5	3	5	13
9	4	3	3	10
10	4	5	4	13
11	5	4	4	13
12	5	5	2	12
13	4	5	5	14
14	4	4	5	13
15	2	5	5	12
16	5	4	4	13
17	5	5	4	14
18	5	4	5	14
19	3	4	3	10
20	5	5	5	15
21	4	3	4	11
22	4	4	2	10
23	4	4	4	12
24	4	3	3	10
25	4	4	4	12
26	4	4	4	12
27	4	3	4	11
28	3	3	3	9
29	4	3	2	9
30	3	3	3	9
31	4	4	3	11
32	3	3	3	9
33	3	3	3	9
34	4	3	3	10
35	4	5	4	13
36	3	4	4	11

37	4	4	4	12
38	5	4	5	14
39	4	4	4	12
40	4	4	2	10
41	4	3	3	10
42	4	4	4	12
43	2	4	4	10
44	4	4	4	12
45	4	4	4	12
46	4	4	4	12
47	4	4	5	13
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	4	4	3	11
51	3	4	4	11
52	4	4	4	12
53	4	4	4	12
54	5	4	3	12
55	2	4	3	9
56	4	4	5	13
57	4	4	4	12
58	3	4	5	12
59	5	5	3	13
60	5	4	5	14
61	4	4	4	12
62	4	4	4	12
63	4	4	4	12
64	5	5	5	15
65	3	4	2	9
66	5	3	5	13
67	4	4	4	12
68	4	4	4	12
69	3	2	2	7
70	3	3	2	8
71	3	3	2	8
72	3	3	3	9
73	4	2	4	10
74	4	4	3	11
75	3	2	3	8

76	3	3	3	9
77	4	3	4	11
78	3	3	3	9
79	3	2	2	7
80	4	3	3	10
81	4	4	4	12
82	3	3	3	9
83	4	3	3	10
84	3	3	3	9
85	2	2	2	6
86	2	1	2	5
87	4	3	2	9
88	3	2	2	7
89	2	2	1	5
90	1	3	2	6
91	2	2	3	7
92	3	3	2	8
93	3	2	3	8
94	4	1	2	7
95	3	2	2	7
96	3	3	2	8
97	4	3	3	10
98	3	2	3	8
99	3	2	3	8
100	3	2	2	7
101	3	2	2	7
102	2	2	2	6
103	3	3	2	8
104	3	2	3	8
105	3	2	3	8
106	4	2	2	8
107	3	2	3	8
108	2	3	2	7
109	3	2	2	7
110	2	2	3	7
111	4	1	2	7
112	3	2	3	8
113	2	2	1	5
114	4	3	2	9

115	3	1	2	6
116	2	1	2	5
117	2	3	3	8
118	4	2	3	9
119	1	3	1	5
120	2	1	2	5
121	3	3	2	8
122	3	2	3	8
123	3	2	3	8
124	2	2	2	6
125	2	3	1	6

Variabel Motivasi Hedonis

No	MH1	MH2	MH3	T.MH
1	4	4	4	12
2	4	4	3	11
3	4	4	5	13
4	4	4	3	11
5	5	4	5	14
6	4	4	4	12
7	4	4	4	12
8	4	4	4	12
9	3	2	3	8
10	5	3	5	13
11	3	3	3	9
12	5	5	5	15
13	5	5	5	15
14	4	4	5	13
15	5	5	5	15
16	4	4	4	12
17	5	5	5	15
18	4	4	4	12
19	4	4	3	11
20	5	5	5	15
21	3	3	4	10
22	4	3	3	10
23	4	3	3	10
24	3	3	3	9
25	4	4	4	12
26	4	3	4	11
27	4	3	3	10
28	4	3	4	11
29	4	1	2	7
30	3	3	4	10
31	4	4	4	12
32	4	4	4	12
33	4	3	4	11
34	3	3	3	9
35	4	4	4	12
36	4	4	4	12

37	4	4	4	12
38	4	4	5	13
39	4	4	5	13
40	3	3	3	9
41	3	3	4	10
42	5	4	4	13
43	4	4	4	12
44	4	3	5	12
45	4	3	4	11
46	4	3	4	11
47	5	4	4	13
48	4	4	4	12
49	4	4	3	11
50	4	4	4	12
51	4	4	4	12
52	3	4	3	10
53	3	3	3	9
54	3	4	3	10
55	3	3	4	10
56	4	4	4	12
57	4	3	4	11
58	4	4	5	13
59	4	3	4	11
60	4	3	4	11
61	4	3	4	11
62	4	4	4	12
63	4	4	4	12
64	4	3	3	10
65	3	3	2	8
66	5	4	4	13
67	4	4	5	13
68	4	4	5	13
69	3	3	3	9
70	3	3	3	9
71	2	2	4	8
72	2	2	4	8
73	3	3	4	10
74	3	3	4	10
75	4	3	4	11

76	4	4	4	12
77	3	2	3	8
78	3	3	4	10
79	2	2	2	6
80	3	3	3	9
81	4	3	3	10
82	3	4	3	10
83	3	3	3	9
84	3	3	3	9
85	2	1	2	5
86	2	2	3	7
87	2	3	3	8
88	1	1	3	5
89	1	2	3	6
90	2	1	3	6
91	2	3	4	9
92	2	2	4	8
93	2	2	3	7
94	2	1	4	7
95	1	2	4	7
96	3	3	3	9
97	2	2	3	7
98	1	2	4	7
99	2	2	4	8
100	2	2	4	8
101	2	1	3	6
102	1	2	3	6
103	2	2	3	7
104	2	1	3	6
105	2	2	3	7
106	2	3	4	9
107	3	3	4	10
108	2	2	3	7
109	2	2	2	6
110	1	1	2	4
111	1	2	3	6
112	3	2	3	8
113	2	2	2	6
114	4	2	2	8

115	2	3	2	7
116	1	2	2	5
117	3	2	3	8
118	1	2	2	5
119	3	1	4	8
120	1	1	3	5
121	1	1	3	5
122	2	2	3	7
123	1	1	3	5
124	2	2	2	6
125	3	4	2	9

Variabel Nilai Harga

No	NH1	NH2	H3	NH4	T.NH
1	4	4	4	4	16
2	4	4	2	5	15
3	4	5	4	4	17
4	4	4	3	3	14
5	5	4	5	4	18
6	5	5	4	4	18
7	4	4	4	4	16
8	4	4	4	4	16
9	4	3	3	3	13
10	4	5	5	5	19
11	4	4	4	5	17
12	4	4	4	5	17
13	4	5	4	5	18
14	4	3	3	4	14
15	4	4	5	5	18
16	5	4	3	5	17
17	4	4	4	5	17
18	4	5	3	3	15
19	3	3	3	3	12
20	5	5	5	4	19
21	4	3	4	4	15
22	3	5	5	5	18
23	4	4	4	4	16
24	3	3	3	3	12
25	4	4	4	4	16
26	4	4	4	3	15
27	4	4	4	4	16
28	3	4	3	3	13
29	3	3	3	4	13
30	4	4	3	3	14
31	4	3	4	5	16
32	4	4	3	4	15
33	4	4	3	4	15
34	3	3	3	3	12
35	5	5	4	4	18
36	4	4	4	4	16

37	5	4	4	4	17
38	4	5	4	5	18
39	3	4	4	2	13
40	4	3	3	3	13
41	4	4	3	3	14
42	4	4	4	5	17
43	3	3	3	3	12
44	4	4	4	4	16
45	4	4	3	4	15
46	4	4	5	5	18
47	5	5	5	5	20
48	4	4	4	4	16
49	4	4	4	4	16
50	4	4	4	4	16
51	4	4	4	4	16
52	4	4	4	4	16
53	4	4	3	4	15
54	4	4	5	4	17
55	4	4	4	4	16
56	4	5	4	4	17
57	4	4	3	4	15
58	4	3	3	2	12
59	4	4	4	4	16
60	4	4	4	4	16
61	3	3	4	4	14
62	4	4	4	4	16
63	3	3	4	4	14
64	4	4	4	4	16
65	3	3	2	3	11
66	5	4	3	4	16
67	4	4	4	4	16
68	4	4	4	4	16
69	3	4	3	3	13
70	2	2	1	2	7
71	4	3	3	2	12
72	2	3	2	3	10
73	4	4	4	4	16
74	3	3	4	3	13
75	2	4	4	3	13

76	4	5	4	4	17
77	3	2	2	2	9
78	3	3	3	3	12
79	2	1	1	2	6
80	3	3	3	3	12
81	3	4	3	4	14
82	4	3	3	3	13
83	3	3	3	3	12
84	3	3	2	3	11
85	2	2	2	2	8
86	2	2	1	2	7
87	3	2	1	3	9
88	2	3	1	2	8
89	2	2	1	2	7
90	3	4	5	3	15
91	2	2	1	3	8
92	3	3	2	3	11
93	3	4	4	3	14
94	2	4	4	2	12
95	3	3	2	2	10
96	3	3	3	3	12
97	3	3	2	3	11
98	3	3	3	2	11
99	3	3	3	3	12
100	3	3	3	2	11
101	3	1	2	2	8
102	3	3	3	3	12
103	2	2	3	2	9
104	2	3	3	2	10
105	3	3	3	3	12
106	3	3	4	4	14
107	4	4	3	3	14
108	2	2	2	2	8
109	1	2	1	1	5
110	2	1	2	3	8
111	2	3	2	3	10
112	2	2	3	2	9
113	2	2	3	2	9
114	2	2	2	2	8

115	4	4	4	3	15
116	2	2	2	1	7
117	2	2	2	3	9
118	2	4	2	2	10
119	2	2	3	1	8
120	3	3	2	2	10
121	2	2	2	2	8
122	3	2	2	3	10
123	2	2	3	2	9
124	3	3	3	2	11
125	1	2	1	3	7

Variabel Kebiasaan

No	K1	K2	K3	K4	T.K
1	3	4	4	3	14
2	5	2	1	2	10
3	3	3	4	3	13
4	4	4	3	4	15
5	4	3	4	4	15
6	3	4	4	4	15
7	4	4	4	4	16
8	5	5	5	4	19
9	3	3	3	3	12
10	4	5	4	5	18
11	3	3	3	3	12
12	5	5	4	4	18
13	5	3	3	3	14
14	3	3	3	3	12
15	4	3	4	4	15
16	4	3	4	3	14
17	5	5	3	4	17
18	3	1	1	1	6
19	4	3	3	3	13
20	4	4	5	3	16
21	3	3	4	4	14
22	1	2	5	3	11
23	3	3	4	3	13
24	2	2	3	2	9
25	3	3	3	3	12
26	4	3	2	2	11
27	4	5	3	3	15
28	2	2	3	2	9
29	2	1	1	2	6
30	2	3	3	2	10
31	2	3	3	4	12
32	2	2	3	3	10
33	2	2	3	3	10
34	3	3	3	3	12
35	3	3	2	5	13
36	4	4	3	3	14

37	4	4	4	4	16
38	5	5	4	4	18
39	3	3	3	3	12
40	1	2	3	3	9
41	3	3	4	3	13
42	4	4	5	4	17
43	3	4	3	3	13
44	3	3	4	4	14
45	3	3	3	3	12
46	5	4	4	4	17
47	3	4	3	5	15
48	3	3	3	3	12
49	3	3	3	3	12
50	3	3	3	4	13
51	3	3	4	3	13
52	3	3	4	3	13
53	3	3	3	3	12
54	2	2	3	3	10
55	2	2	2	2	8
56	4	4	5	4	17
57	3	4	3	3	13
58	5	4	4	4	17
59	3	2	2	2	9
60	3	2	2	3	10
61	4	5	4	4	17
62	3	4	3	3	13
63	3	4	3	4	14
64	5	3	3	3	14
65	2	2	2	2	8
66	3	3	4	3	13
67	4	4	4	3	15
68	3	4	3	4	14
69	1	2	3	1	7
70	3	3	4	3	13
71	2	3	3	3	11
72	3	3	3	2	11
73	2	2	3	3	10
74	3	4	3	3	13
75	3	2	4	3	12

76	4	4	4	3	15
77	2	3	2	2	9
78	3	2	2	2	9
79	1	1	3	2	7
80	3	3	3	3	12
81	3	3	3	3	12
82	2	1	2	1	6
83	3	3	3	3	12
84	2	2	2	2	8
85	1	1	2	2	6
86	3	3	4	1	11
87	2	3	4	2	11
88	3	2	2	5	12
89	1	3	5	1	10
90	1	2	2	4	9
91	1	3	5	2	11
92	1	3	4	2	10
93	1	2	4	1	8
94	1	2	4	1	8
95	3	3	4	3	13
96	2	3	3	3	11
97	2	3	2	4	11
98	2	3	3	2	10
99	2	3	4	3	12
100	3	3	4	2	12
101	3	3	4	2	12
102	3	3	3	2	11
103	2	2	4	2	10
104	3	3	4	2	12
105	1	2	3	2	8
106	2	2	4	3	11
107	3	3	3	3	12
108	3	3	4	2	12
109	2	2	3	2	9
110	1	1	2	2	6
111	1	2	1	2	6
112	3	3	3	3	12
113	4	2	4	3	13
114	3	2	3	1	9

115	3	2	3	3	11
116	3	3	3	3	12
117	3	3	3	3	12
118	3	4	3	2	12
119	3	4	1	2	10
120	3	3	3	3	12
121	3	3	3	3	12
122	3	3	4	3	13
123	2	2	3	3	10
124	2	2	2	2	8
125	2	3	4	3	12

Variabel Minat

No	M1	M2	M3	T.M
1	4	4	3	11
2	5	4	5	14
3	4	4	3	11
4	5	4	5	14
5	4	4	4	12
6	4	4	4	12
7	4	4	4	12
8	5	5	4	14
9	3	3	3	9
10	5	4	5	14
11	3	3	3	9
12	4	4	4	12
13	3	4	4	11
14	3	3	3	9
15	5	5	4	14
16	4	4	4	12
17	5	5	5	15
18	4	3	3	10
19	3	3	3	9
20	4	4	4	12
21	4	4	4	12
22	1	4	1	6
23	4	3	4	11
24	3	2	3	8
25	4	4	4	12
26	3	2	3	8
27	3	4	3	10
28	2	2	2	6
29	3	2	2	7
30	3	2	3	8
31	3	3	3	9
32	3	2	2	7
33	3	1	2	6
34	3	3	3	9
35	3	3	3	9
36	4	4	4	12
37	4	4	4	12

38	4	5	4	13
39	4	3	3	10
40	3	3	3	9
41	5	4	5	14
42	5	5	5	15
43	4	4	4	12
44	4	5	4	13
45	3	3	3	9
46	4	5	4	13
47	5	3	4	12
48	4	4	4	12
49	3	3	3	9
50	4	3	3	10
51	4	3	3	10
52	4	4	4	12
53	3	3	3	9
54	3	1	2	6
55	2	2	2	6
56	4	4	4	12
57	4	3	3	10
58	4	4	4	12
59	3	3	3	9
60	4	3	4	11
61	4	4	4	12
62	3	3	4	10
63	4	3	3	10
64	3	3	3	9
65	4	3	3	10
66	4	2	4	10
67	4	4	4	12
68	4	3	4	11
69	3	1	2	6
70	3	1	2	6
71	4	2	2	8
72	3	2	3	8
73	3	3	3	9
74	4	3	3	10
75	4	3	3	10
76	5	4	4	13
77	3	2	3	8

78	3	3	3	9
79	3	3	2	8
80	3	3	3	9
81	4	4	4	12
82	2	2	4	8
83	3	3	3	9
84	3	3	3	9
85	2	2	2	6
86	2	2	1	5
87	3	2	2	7
88	2	3	3	8
89	2	1	3	6
90	2	3	1	6
91	3	2	2	7
92	3	2	3	8
93	4	2	3	9
94	3	3	3	9
95	3	3	3	9
96	3	3	3	9
97	3	2	3	8
98	3	3	2	8
99	3	3	2	8
100	4	3	2	9
101	2	2	2	6
102	3	2	1	6
103	3	2	2	7
104	3	2	2	7
105	2	2	1	5
106	4	2	2	8
107	3	3	3	9
108	3	3	2	8
109	3	3	3	9
110	2	2	3	7
111	2	3	2	7
112	3	3	2	8
113	3	3	2	8
114	3	3	3	9
115	2	2	1	5
116	2	1	2	5
117	4	3	3	10

118	3	3	3	9
119	4	1	2	7
120	2	2	1	5
121	3	2	1	6
122	3	1	1	5
123	2	2	1	5
124	1	2	2	5
125	4	1	2	7

Lampiran 4
Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ekspektasi Kinerja	1255	20	13,42	3,764	
Ekspektasi Usaha	1255	15	9,90	2,541	
Motivasi Hedonis	1254	15	9,69	2,650	
Nilai Harga	1255	20	13,26	3,441	
Kebiasaan	1256	19	11,90	2,842	
Minat	1255	15	9,26	2,521	
Valid N (listwise)	125				

Lampiran 5
Uji Validitas Ekspektasi Kinerja

Correlations

		EK1	EK2	EK3	EK4	Ekspektasi Kinerja
EK1	Pearson Correlation	1	,736**	,679**	,609**	,854**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	125	125	125	125	125
EK2	Pearson Correlation	,736**	1	,744**	,635**	,891**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	125	125	125	125	125
EK3	Pearson Correlation	,679**	,744**	1	,718**	,913**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	125	125	125	125	125
EK4	Pearson Correlation	,609**	,635**	,718**	1	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	125	125	125	125	125
Ekspektasi Kinerja	Pearson Correlation	,854**	,891**	,913**	,837**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	125	125	125	125	125

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

Uji Validitas Ekspektasi Usaha
Correlations

		EU1	EU2	EU3	Ekspektasi Usaha
EU1	Pearson Correlation	1	,531**	,589**	,817**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	125	125	125	125
EU2	Pearson Correlation	,531**	1	,626**	,853**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	125	125	125	125
EU3	Pearson Correlation	,589**	,626**	1	,877**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	125	125	125	125
Ekspektasi Usaha	Pearson Correlation	,817**	,853**	,877**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	125	125	125	125

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

Uji Validitas Motivasi Hedonis
Correlations

		MH1	MH2	MH3	Motivasi Hedonis
MH1	Pearson Correlation	1	,796**	,570**	,920**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	125	125	125	125
MH2	Pearson Correlation	,796**	1	,569**	,913**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	125	125	125	125
MH3	Pearson Correlation	,570**	,569**	1	,783**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	125	125	125	125
Motivasi Hedonis	Pearson Correlation	,920**	,913**	,783**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	125	125	125	125

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

Uji Validitas Nilai Harga
Correlations

		NH1	NH2	NH3	NH4	Nilai Harga
NH1	Pearson Correlation	1	,744**	,668**	,724**	,884**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	125	125	125	125	125
NH2	Pearson Correlation	,744**	1	,738**	,694**	,898**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	125	125	125	125	125
NH3	Pearson Correlation	,668**	,738**	1	,656**	,873**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	125	125	125	125	125
NH4	Pearson Correlation	,724**	,694**	,656**	1	,873**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	125	125	125	125	125
Nilai Harga	Pearson Correlation	,884**	,898**	,873**	,873**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	125	125	125	125	125

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

Uji Validitas Kebiasaan
Correlations

		K1	K2	K3	K4	Kebiasaan
K1	Pearson Correlation	1	,652**	,202*	,497**	,796**
	Sig. (2-tailed)		,000	,024	,000	,000
	N	125	125	125	125	125
K2	Pearson Correlation	,652**	1	,440**	,556**	,875**

	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	125	125	125	125	125
K3	Pearson Correlation	,202*	,440**	1	,231**	,602**
	Sig. (2-tailed)	,024	,000		,010	,000
	N	125	125	125	125	125
K4	Pearson Correlation	,497**	,556**	,231**	1	,750**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,010		,000
	N	125	125	125	125	125
Kebiasaan	Pearson Correlation	,796**	,875**	,602**	,750**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	125	125	125	125	125

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

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

Uji Validitas Minat

Correlations

		M1	M2	M3	Minat
M1	Pearson Correlation	1	,578**	,715**	,853**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	125	125	125	125
M2	Pearson Correlation	,578**	1	,704**	,871**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	125	125	125	125
M3	Pearson Correlation	,715**	,704**	1	,919**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	125	125	125	125
Minat	Pearson Correlation	,853**	,871**	,919**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	125	125	125	125

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

Lampiran 6

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Ekspektasi Kinerja

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,893	4

Uji Reliabilitas Ekspektasi Usaha

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,806	3

Uji Reliabilitas Motivasi Hedonis

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,844	3

Uji Reliabilitas Nilai Harga

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,904	4

Uji Reliabilitas Kebiasaan

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,752	4

Uji Reliabilitas Minat

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,855	3

Lampiran 7
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		125
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,50390120
Most Extreme Differences	Absolute	,054
	Positive	,054
	Negative	-,042
Test Statistic		,054
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 8
Uji Heterokedastisitas

Correlations

		Ekspektasi Kinerja	Ekspektasi Usaha	Motivasi Hedonis	Nilai Harga	Kebiasaan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Ekspektasi Kinerja	1,000	,851**	,863**	,807**	,588**	-,015
	Correlation Coefficient						
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,000	,871
	N	125	125	125	125	125	125
Ekspektasi Usaha	Ekspektasi Usaha	,851**	1,000	,830**	,807**	,564**	-,020
	Correlation Coefficient						
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,000	,826
	N	125	125	125	125	125	125
Motivasi Hedonis	Motivasi Hedonis	,863**	,830**	1,000	,807**	,622**	-,013
	Correlation Coefficient						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000	,000	,888
	N	125	125	125	125	125	125
Nilai Harga	Nilai Harga	,807**	,807**	,807**	1,000	,537**	-,017
	Correlation Coefficient						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,000	,854
	N	125	125	125	125	125	125
Kebiasaan	Kebiasaan	,588**	,564**	,622**	,537**	1,000	,021
	Correlation Coefficient						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	.	,819
	N	125	125	125	125	125	125

Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,015	-,020	-,013	-,017	,021	1,000
	Sig. (2-tailed)	,871	,826	,888	,854	,819	.
	N	125	125	125	125	125	125

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

Lampiran 9
Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1(Constant)	,257	,668		,385	,701	
Ekspektasi Kinerja	,093	,085	,138	1,094	,276	,187
Ekspektasi Usaha	,230	,114	,232	2,014	,046	,226
Motivasi Hedonis	,239	,117	,251	2,041	,043	,197
Nilai Harga	-,036	,074	-,050	-,493	,623	,296
Kebiasaan	,306	,061	,345	5,029	,000	,634

a. Dependent Variable: Minat

Lampiran 10

Uji R

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,803 ^a	,644	,629	1,535

a. Predictors: (Constant), Kebiasaan , Nilai Harga , Ekspektasi Usaha , Motivasi Hedonis , Ekspektasi Kinerja

Lampiran 11
Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	507,355	5	101,471	43,055	,000 ^b
Residual	280,453	119	2,357		
Total	787,808	124			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Kebiasaan , Nilai Harga , Ekspektasi Usaha , Motivasi Hedonis , Ekspektasi Kinerja

Lampiran 12
Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,257	,668		,385	,701		
	Ekspektasi Kinerja	,093	,085	,138	1,094	,276	,187	5,360
	Ekspektasi Usaha	,230	,114	,232	2,014	,046	,226	4,423
	Motivasi Hedonis	,239	,117	,251	2,041	,043	,197	5,066
	Nilai Harga	-,036	,074	-,050	-,493	,623	,296	3,384
	Kebiasaan	,306	,061	,345	5,029	,000	,634	1,577

a. Dependent Variable: Minat

Lampiran 13
Uji t parsial

Model		Coefficients ^a		t	Sig.	
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error			Standardized Coefficients Beta
1	(Constant)	,257	,668		,385	,701
	Ekspektasi Kinerja	,093	,085	,138	1,094	,276
	Ekspektasi Usaha	,230	,114	,232	2,014	,046
	Motivasi Hedonis	,239	,117	,251	2,041	,043
	Nilai Harga	-,036	,074	-,050	-,493	,623
	Kebiasaan	,306	,061	,345	5,029	,000

a. Dependent Variable: Minat

Lampiran 14**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Data Pribadi**

Nama : Amalia Ramadhan
Tempat Tanggal Lahir : Karanganyar, 01 Desember 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Nomor Handphone : 081 225 943 763
Email : amaliaramadhan00@gmail.com
Nama Ayah : Tarto
Nama Ibu : Sarmi

B. Pendidikan

2007 – 2013 : SD Negeri 01 Klodran
2013 – 2016 : SMP Negeri 01 Colomadu
2016 – 2019 : SMAN Colomadu
2019 – 2023 : UIN Raden Mas Said Surakarta

Lampiran 15

Hasil Uji Plagiarisme

Amalia R PBS_Skripsi

ORIGINALITY REPORT

25%	25%	13%	15%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.radenintan.ac.id	2%
2	eprints.walisongo.ac.id	1%
3	etheses.uin-malang.ac.id	1%
4	repository.ub.ac.id	1%
5	ejournal.undiksha.ac.id	1%


Internet Source

<1%		
45	www.bi.go.id	<1%
46	Submitted to Universitas Islam Negeri Sumatera Utara	<1%
47	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia	<1%

Exclude quotes On Exclude matches < 20 words
Exclude bibliography On

Lampiran 16

Legalitas Turnitin





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Pandawa Pucangan Kartasura-Sukoharjo Telp. (0271) 782336 Fax (0271) 782336 Website: iain-surakarta.ac.id. – Email: info@iain-surakarta.ac.id.

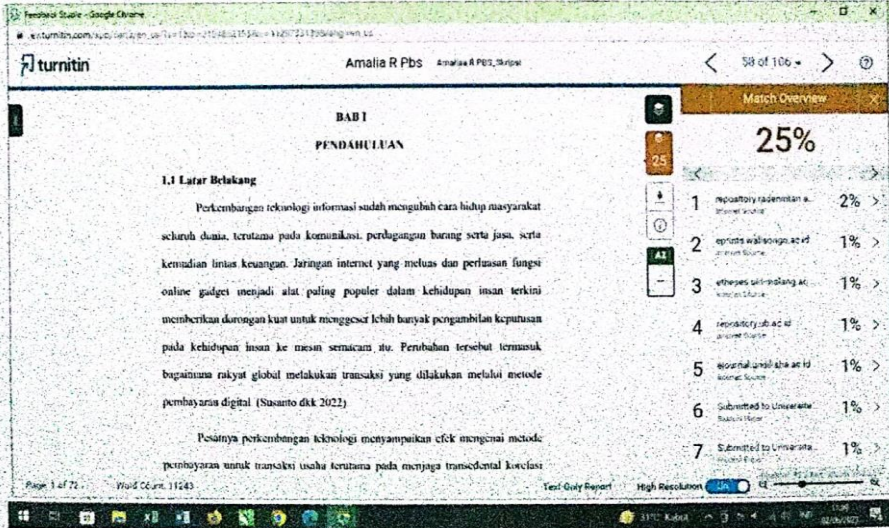
SURAT KETERANGAN TURNITIN

Setelah melakukan tes uji *similarity*, menerangkan bawah mahasiswa di bawah ini:

Nama : Amalia Ramadhan
 NIM : 195231281
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, dan Kebiasaan Terhadap Minat Penggunaan QRIS(Studi pada Masyarakat Muslim di Kabupaten Karanganyar)
 Paper ID : 21048621531
 Date : 30-05-2023
 Hasil menunjukkan SIMILARITY INDEX : 25%



Sukoharjo, 30 Mei 2023

 Farah Nilawati, S.Sos.I
 NIK:198906072018102003



Match Overview	
25%	
1	repository rademian a. 2%
2	reprints walibawa.ac.id 1%
3	etheses.uns.ac.id 1%
4	repository.uns.ac.id 1%
5	journal.uns.ac.id 1%
6	Submitted to Universitas 1%
7	Submitted to Universitas 1%

Lampiran 17 Dokumentasi Pengumpulan Data

