SKRIPSI ARDIYANSYAH AKUNTANSI.pdf

WORD COUNT 23135
TIME SUBMITTED 12-AUG-2026 02:41PM
PAPER ID 123617548

PENGARUH PENGETAHUAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI SIKAP PENGGUNA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN QRIS PADA KONSUMEN UMKM SEKTOR KULINER DIKOTA TEMBILAHAN

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S1)
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Islam Indragiri

OLEH :

ARDIYANSAH

NIM. 102221010031

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI

TEMBILAHAN

2026

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/atau doktor), baik di Universitas Islam Indragiri maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Masukan Tim Penelaah/Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanski lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Tembilahan, 20 Juli 2026
Yang Membuat Pernyataan,

ARDIYANSAH
NIM. 102221010031

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PENGETAHUAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI SIKAP PENGGUNA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN QRIS PADA KONSUMEN UMKM SEKTOR KULINER DIKOTA TEMBILAHAN

Ardiyansah, Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Islam Indragiri
e-mail : **ardy281222@gmail.com**

Abstrak : Adopsi QRIS pada UMKM kuliner di Kota Tembilahan masih belum optimal meskipun digitalisasi sistem pembayaran berkembang pesat. Penelitian ini menganalisis pengaruh pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, dan persepsi sikap pengguna terhadap keputusan penggunaan QRIS, dengan berlandaskan pada Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). Menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal, data dikumpulkan dari 101 responden melalui purposive sampling dan kuesioner berskala Likert, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan SPSS 26. Hasil menunjukkan bahwa kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, dengan kepercayaan sebagai faktor paling dominan, sedangkan pengetahuan dan sikap pengguna tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Secara simultan, keempat variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS dengan kontribusi sebesar 67,5%. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keamanan dan keandalan sistem menjadi pendorong utama adopsi QRIS pada konsumen UMKM kuliner.
Kata Kunci: pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, persepsi sikap pengguna, keputusan penggunaan

Abstract : *QRIS adoption among culinary MSMEs in Tembilahan City remains suboptimal despite the rapid digitalization of payment systems. This study examines the influence of knowledge, ease of use, trust, and perceived user attitude on QRIS usage decisions, based on the Technology Acceptance Model (TAM) and Theory of Planned Behavior (TPB). Using a quantitative causal-associative approach, data were collected from 101 respondents via purposive sampling and Likert-scale questionnaires, then analyzed through multiple linear regression in SPSS 26. Results show that ease of use and trust significantly and positively affect usage decisions, with trust being the most dominant factor, while knowledge and user attitude show no significant partial effect. Simultaneously, all four variables significantly influence QRIS usage decisions, explaining 67.5% of the variance. The study concludes that security and reliability are the primary drivers of QRIS adoption among culinary MSME consumers.*

Keywords: *trust, ease of use, knowledge, perceived user attitude, usage decision*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berakat dan rahmat yang telah dilimpahkannya serta senantiasa memberikan kesehatan, keselamatan, kekuatan dan kesempatannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **" Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, Kepercayaan Dan Persepsi Sikap Pengguna Terhadap Keputusan Penggunaan Qris Pada Konsumen Umkm Sektor Kuliner Dikota Tembilahan".** Skripsi ini disusun melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan kelulusan pada Program Sarjana (S1) Program Studi Akuntansi Universitas Islam Indragiri.

Dalam lembar halaman ini adalah halaman yang paling bermakna, karena disinilah penulis dapat menyampaikan ucapan terimakasih yang tidak mampu penulis ucapkan dengan kata-kata, penulis menyadari bahwa tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa adanya bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu daengan berbagai kerendahan hati penulis ingin mengucapkan banyak-banyak terimakasih yang sebesar-besarnya.

Teristimewa untuk kedua orang tua penulis, Bapak Nordin dan Ibu Salmah atas segala pengorbanan yang telah diberikan, baik secara moral maupun financial, tidak henti-hentinya berusaha, mendoakan dan meberikan semangat, semoga dengan selesainya skripsi ini abah dan mamak lebih bangga telah berhasil menjadikan anaknya ini mennyandang gelar sarajana seperti yang diharapkan dan besar harapan penulis semoga abah dan mamak sehat selalu, panjang umur, dan bisa menyaksikan keberhasilan lainya yang penulis raih dimasa depan.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini baik secara moril maupun material, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Najamuddin, Lc., MA selaku Rektor Universitas Islam Indragiri.
2. Bapak Dr. Ahmad Rifa'i, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri.
3. Ibu Novriani Susanti, SE., M.Ak, Ak selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
4. Ibu Ranti Melasari S.E., M.Si sebagai pembimbing I yang telah berkenan memberikan banyak waktu untuk membimbing dan memberikan banyak tambahan ilmu kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. dan Ibu Roaliana S.E., M.Si sebagai pembimbing II yang banyak membantu mengoreksi dan memberikan masukan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen, Beserta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Program Studi Akuntansi Universitas Islam Indragiri.
6. Semua Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada peneliti serta seluruh staff pegawai dan administrasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri tembilahan

7. Kepada Kakak dan Abang-abang penulis, terimakasih penulis ucapkan atas doa serta dukugan agar penulis lebih bersemangat dalam menempuh proses perkuliahan serta menyelesaikan dengan sebaik- baiknya.
8. Rekan-rekan Angkatan tahun 2022 yang selalu mendukung selama pembuatan skripsi ini.

Hanya doa dan ucapan syukur yang dapat penulis panjatkan, semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan Bapak, ibu, Saudara dan teman-teman sekalian. Akhir kata, semoga penelitian ini bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Tembilahan 20 juli 2026

Yang Membuat Pernyataan

ARDIYANSAH
NIM. 102221010031

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN SKRIPSI .....
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....
ABSTRAK .....
KATA PENGANTAR .....**I**
DAFTAR ISI.....**IV**
DAFTAR TABEL ..... **VII**
DAFTAR GAMBAR ..... **VIII**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **IIX**
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....**X**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah..... 1
1.2 Perumusan Masalah 9
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian 10
1.3.1 Tujuan Penelitian..... 10
1.3.2 Manfaat Penelitian..... 11
1.3.2.1 Manfaat Teoritis..... 11
1.3.2.2 Manfaat Praktis 12
1.4 Sistematika Penulisan 13
BAB II TELAAH PUSTAKA **15**
2.1 Landasan Teori..... 15
2.1.1 *Technology Acceptance Model* (TAM) 15
2.1.2 *Theory of Planned Behavior* (TPB) 16
2.1.3 *Quick Response Indonesian Standar* (QRIS) 17
2.1.4 Keputusan Penggunaan 18
2.1.5 Pengetahuan 23
2.1.6 Kemudahan Penggunaan 25
2.1.7 Kepercayaan 30
2.1.8 Persepsi Sikap Pengguna..... 33
2.2 Penelitian Terdahulu 37
2.3 Kerangka Pemikiran 42
2.4 Hipotesis..... 43
BAB III METODE PENELITIAN **44**
3.1 Desain penelitian 44
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 44
3.3 Populasi dan Sampel 45
3.4 Definisi operasional dan pengukuran variabel 46
3.4.1 Variabel dependen (Y) 46

3.4.1.1 Keputusan Penggunaan 46
3.4.2 Variabel Independen (X) 47
3.4.2.1 Pengetahuan (X_1) 47
3.4.2.2 Kemudahan (X_2) 48
3.4.2.3 Kepercayaan (X_3) 49
3.4.2.4 Persepsi Sikap Pengguna 49
3.5 Prosedur dan Pengumpulan Data 50
3.6 Analisis Data 51
3.6.1 Statistik Deskriptif 51
3.6.2 Uji Kualitas Data 52
3.6.2.1 Uji Validitas 52
3.6.2.2Uji Reliabilitas 52
3.6.3 Uji Asumsi Klasik 52
3.6.3.1 Uji Normalitas 53
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas 53
3.6.3.3 Uji Heterokedastisitas 54
3.6.4. Uji Hipotesa 54
3.6.4.1 Regresi Linier Berganda 54
3.6.4.2 Pengujian Koefisien Regresi Parsial (Uji T) 55
3.6.4.3 Uji Simultan (Uji F) 56
3.6.4.4 Koefisien Determinasi (R^2) 56
BAB IV HASIL PENELITIAN 58
4.1 Gambaran ojek Penelitian 58
4.1.1 Sejarah kota tembilahan 58
4.1.2 Umkm dikota Tembilahan 59
4.1.3 Deskriptif Responden 62
4.2 Hasil penelitian 63
4.2.1 Statistik Deskriptif 63
4.2.2 Uji Kualitas Data 65
4.2.2.1 Uji Validitas data 65
4.2.2.2 Uji Reliabilitas 69
4.2.3 Uji Asumsi Klasik 71
4.2.3.1 Uji Normalitas 71
4.2.3.2 Uji Multikolinieritas 74
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas 75
4.2.4 Uji Hipotesa 76
4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda 76
4.2.4.2 Uji Parsial (Uji T) 78
4.2.4.3 Uji Simultan (Uji F) 80
4.2.5 Pengujian Koefesien determinan (R2) 81

4.3 Pembahasan 81
4.3.1 Pengaruh Pengetahuan (X_1) Terhadap Keputusan Penggunaan Qris (Y) 81
4.3.2 Pengaruh Kemudahan (X_2) Terhadap Keputusan Penggunaan Qris (Y) 83
4.3.3 Pengaruh Kepercayaan (X_3) Terhadap Keputusan Penggunaan Qris 84
4.3.4 Pengaruh Persepsi Sikap Pengguna (X_4) Terhadap Keputusan Penggunaan Qris 85
4.3.5 Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi sikap pengguna Terhadap Keputusan Penggunaan Qris 87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 88
5.1 Kesimpulan 88
5.2 Saran 89
DAFTAR PUSTAKA 91
LAMPIRAN 95

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Teknik pengambilan Kuesioner 62
Tabel 4. 2 Demografi Responden 63
Tabel 4. 3 Hasil Uji Statistik deskriptif 64
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Pengetahuan (X1) 66
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Kemudahan (X2) 67
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X3) 67
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Persepsi Sikap Pengguna (X4) 68
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan (Y) 69
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reabilitas 70
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas 73
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas 74
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda 76
Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial 78
Tabel 4. 14 Hasil Uji Simultan (F) 80
Tabel 4. 15 Hasil Koefesien Determinasi 81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran 42
Gambar 4. 1 Grafik Normal Probabiliti plot 72
Gambar 4. 2 Grafik Histogram 72
Gambar 4. 3 Grafik Scatterplot 75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 95
Lampiran 2 Tabulasi Data 101
Lampiran 3 Hasil Pengolahan SPSS 103
Lampiran 4 Tabel Distribusi t 110
Lampiran 5 Tabel Distribusi F 111
Lampiran 6 Tabel Distribusi R 112
Lampiran 7 Penyebaran Kuesioner 113
Lampiran 8 Daftar Nama UMKM 114

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Ardiyansah
Tempat Tanggal Lahir	: Belantaraya, 20 Desember 2004
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Status	: Mahasiswa
Alamat	: Belantaraya
Kewarganegaraan	: Indonesia
Agama	: Islam
Nomor Handphone	: 0852-7491-7113
Email	: ardy281222@gmail.com

Pendidikan:

1. SD : SD Negeri 004 Belantaraya
2. SMP : SMP Negeri 2 Gaung
3. SMA : SMA Negeri 2 Gaung
4. Pendidikan Sarjana : Universitas Islam Indragiri

Pengalaman Organisasi:

1. Himpunan Mahasiswa Jurusan Akuntansi (HMJA)

Minat dan Keahlian yang Dimiliki:

1. Saya memiliki minat yang tinggi dalam bidang Akuntansi Manajemen.
2. Saya menguasai pencatatan transaksi keuangan, pengelompokan, perhitungan dan penyajian laporan keuangan sesuai dengan standar akuntansi keuangan.

Hormat Saya,

ARDIYANSAH
NIM. 102221010031

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam sistem transaksi keuangan di berbagai negara. Pergeseran dari transaksi berbasis uang tunai menuju pembayaran elektronik merupakan fenomena global yang didorong oleh tuntutan efisiensi, keamanan, serta kecepatan dalam proses transaksi (Word Bank 2020). Digitalisasi sistem pembayaran bahkan telah menjadi fondasi utama dalam memperkuat pertumbuhan ekonomi modern. Tren ini menunjukkan bahwa masyarakat dunia semakin mengarah pada penggunaan sistem pembayaran berbasis teknologi sebagai bagian dari gaya hidup dan kebutuhan finansial harian.

Di Indonesia, perkembangan digitalisasi sistem pembayaran semakin pesat sejak diterapkannya program Gerakan Nasional Non-Tunai oleh Bank Indonesia. Kebijakan ini diarahkan untuk memperluas inklusi keuangan dan mendorong masyarakat beralih dari pembayaran tunai ke sistem non-tunai melalui uang elektronik, dompet digital, dan layanan mobile banking (Bank Indonesia, 2020). Perubahan ini lahir dari kebutuhan masyarakat akan metode transaksi yang lebih praktis, aman, serta kompatibel dengan perkembangan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut menandakan bahwa digitalisasi sistem pembayaran bukan hanya sebuah inovasi baru, melainkan menjadi kebutuhan penting dalam mendukung aktivitas ekonomi di indonesia terkhusus dalam bidang umkm sektor kuliner

Salah satu inovasi penting dalam digitalisasi pembayaran di Indonesia adalah *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Teknologi ini diluncurkan oleh Bank Indonesia pada Januari 2020 untuk menjadi standar nasional bagi seluruh sistem pembayaran berbasis *QR Code* (Bank Indonesia, 2020). Melalui QRIS, pengguna dapat melakukan transaksi lintas aplikasi dengan satu kode yang terstandardisasi, sehingga mampu meningkatkan interoperabilitas, kecepatan, serta efisiensi proses pembayaran. Implementasi QRIS berada pada posisi strategis dalam memperluas akses keuangan digital ke seluruh lapisan masyarakat.

Penggunaan QRIS secara nasional menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2023, jumlah pengguna QRIS mencapai 30,87 juta, sementara jumlah merchant mencapai 24,9 juta (Rahmawati & Arfiansyah, 2024). Pertumbuhan ini memperlihatkan bahwa QRIS telah menjadi salah satu instrumen penting dalam ekosistem pembayaran digital nasional. Hal tersebut semakin diperkuat dengan meningkatnya volume transaksi QRIS yang mencapai 1,59 miliar transaksi dengan nilai transaksi sebesar Rp 24,97 triliun pada Januari–Oktober 2023 (CNBC Indonesia, 2023). Pencapaian ini bahkan melampaui target Bank Indonesia, menandakan bahwa masyarakat semakin terbiasa memanfaatkan pembayaran berbasis QR Code dalam aktivitas ekonomi.

Fenomena *cashless society* di Indonesia juga semakin terlihat dalam berbagai pemberitaan nasional. Salah satu berita menyebutkan bahwa "Era digital telah membawa perubahan besar dalam sistem transaksi jual-beli masyarakat. Di

era ini sistem pembayaran mulai beralih dari sistem tunai ke sistem non-tunai (*cashless society*). Pembayaran non tunai memberikan dampak positif bagi masyarakat karena dinilai memberikan kemudahan, keamanan, dan efisiensi" (iNews, 2023b). Hal ini menunjukkan bahwa pola transaksi masyarakat Indonesia sedang berubah secara signifikan, dan QRIS menjadi salah satu metode pembayaran yang berperan penting dalam pergeseran tersebut.

Salah satu pengguna Qris terbesar iyalah UMKM maka dari itu penting untuk memahami terlebih dahulu definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai subjek utama yang menjadi fokus analisis. UMKM merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri dan dikelola oleh individu atau kelompok, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Republik Indonesia, 2008). Dalam ketentuan tersebut, UMKM dikelompokkan berdasarkan jumlah kekayaan bersih serta hasil penjualan tahunan. Usaha mikro memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50 juta atau hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300 juta, sedangkan usaha kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50 juta hingga Rp500 juta atau hasil penjualan tahunan antara Rp300 juta hingga Rp2,5 miliar.

Adapun usaha menengah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500 juta hingga Rp10 miliar atau hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2,5 miliar hingga Rp50 miliar (Republik Indonesia, 2008). UMKM memiliki peranan strategis dalam perekonomian nasional karena berkontribusi pada penyerapan tenaga kerja, pertumbuhan ekonomi daerah, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, karakteristik UMKM termasuk skala usaha, kapasitas digital, dan

kemampuan adaptasi terhadap teknologi menjadi penting dalam menganalisis tingkat adopsi teknologi pembayaran digital seperti QRIS pada sektor kuliner di Kota Tembilahan (Republik Indonesia, 2008).

Jika ditinjau pada konteks daerah, Kabupaten Indragiri Hilir, khususnya Kota Tembilahan, merupakan wilayah dengan pertumbuhan UMKM yang cukup pesat, terutama sektor kuliner. Sektor ini memiliki intensitas transaksi yang tinggi setiap hari sehingga sangat potensial untuk mengadopsi sistem pembayaran digital. Namun, tingkat adopsi QRIS pada UMKM kuliner di Tembilahan masih belum optimal jika dibandingkan dengan kota-kota besar di Indonesia. Sebagian pelaku UMKM masih mengandalkan pembayaran tunai untuk transaksi sehari-hari, meskipun teknologi pembayaran digital sudah tersedia secara luas.

Salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan penggunaan QRIS pada UMKM adalah pengetahuan. Pengetahuan didefinisikan sebagai pemahaman individu terkait informasi, prosedur, dan manfaat suatu teknologi. (Arnanda et al., 2025) menemukan bahwa pemahaman yang baik mengenai QRIS dapat meningkatkan kemungkinan konsumen untuk mengadopsi suatu teknologi dalam hal ini iyalah Qris. Dalam konteks Tembilahan daerah yang masih berkembang, perbedaan tingkat literasi digital menjadi salah satu hambatan yang menyebabkan sebagian konsumen UMKM belum memahami sepenuhnya cara kerja dan manfaat QRIS.

Selain pengetahuan, kemudahan penggunaan juga berperan penting dalam memengaruhi keputusan adopsi QRIS. Kemudahan dipahami sebagai sejauh mana teknologi mudah dipelajari, mudah digunakan, dan tidak membutuhkan upaya

besar dalam pengoperasiannya (Rupa et al., 2025). Namun, di daerah seperti Tembilahan, akses internet yang kurang stabil, keterbatasan perangkat, dan minimnya pendampingan digital menjadi kendala bagi banyak konsumen UMKM sektor kuliner dalam mengoptimalkan penggunaan QRIS.

Faktor kepercayaan juga menjadi faktor sensitif dalam adopsi teknologi pembayaran digital. Kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan pengguna bahwa sistem pembayaran digital aman, dapat diandalkan, dan mampu melindungi data finansial (Meri & Ermansyah, 2024). Namun, tingkat kepercayaan masyarakat tidak selalu stabil dan dapat dipengaruhi oleh berbagai fenomena yang terjadi di lapangan. Salah satu fenomena tersebut adalah kasus pemalsuan QR Code QRIS pada kotak amal masjid yang membuat sebagian masyarakat menjadi waspada. Dalam laporan tersebut disebutkan bahwa "Kasus pemalsuan QR Code QRIS pada kotak amal masjid membuat kepercayaan masyarakat berkurang. Bank Indonesia mengaku prihatin atas penyalah gunaan QRIS tersebut. BI juga memastikan keamanan dan keandalan QRIS agar masyarakat tetap percaya. Setelah kejadian ini, BI bersama penyedia jasa pembayaran dan pihak keamanan langsung memblokir QRIS palsu tersebut. Namun, kasus ini berdampak pada kepercayaan masyarakat terhadap layanan pembayaran digital dan membuat sebagian masyarakat menjadi waspada saat menggunakan QRIS" (iNews, 2023a). Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun teknologi QRIS telah dirancang aman, persepsi masyarakat sangat rentan dipengaruhi oleh isu-isu keamanan.

Variabel lain yang tidak kalah penting adalah persepsi sikap pengguna, yaitu sikap positif atau negatif seseorang terhadap suatu teknologi. Sikap pengguna muncul dari keyakinan bahwa teknologi memberikan manfaat nyata serta mendukung aktivitas pengguna (Rupa et al., 2025). Sikap positif yang kuat akan meningkatkan kecenderungan konsumen UMKM menggunakan QRIS. Namun, sikap tersebut sangat dipengaruhi oleh pengalaman, lingkungan sosial, serta informasi yang diterima oleh konsumen UMKM.

Seluruh faktor pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, dan persepsi sikap pengguna berkaitan langsung dengan keputusan penggunaan QRIS. Keputusan penggunaan merupakan perilaku aktual individu dalam memilih apakah teknologi tersebut digunakan dalam proses transaksi (Putri & Noviasari, 2024). Keputusan ini dapat berbeda-beda antar konsumen tergantung dari cara mereka menilai manfaat, kemudahan, keamanan, dan sikap mereka terhadap teknologi digital tersebut.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa variabel seperti kemudahan, kepercayaan, pengetahuan, dan persepsi pengguna memiliki pengaruh yang beragam terhadap keputusan penggunaan QRIS. Beberapa studi seperti Arnanda et al., (2025), Pengaruh Pemahaman dan Kemudahan terhadap Keputusan Menggunakan QRIS pada UMKM di Pontianak. Meri & Ermansyah, (2024), Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan risiko terhadap keputusan penggunaan QRIS pada masyarakat Tuah Madani, menegaskan bahwa kemudahan dan kepercayaan secara konsisten memberikan pengaruh signifikan. Namun, hasil tersebut belum sepenuhnya menggambarkan kondisi pada sector tertentu,

terutama sektor kuliner di Kota Tembilahan, yang memiliki karakteristik perilaku konsumen dan pedagang yang berbeda dengan daerah lain.

Namun, hasil penelitian juga memperlihatkan adanya inkonsistensi terkait pengaruh pengetahuan dan kemudahan. Misalnya, Cindy & Mujiyati, (2023) Pengaruh pengetahuan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan QRIS, menemukan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan, sedangkan Rupa et al., (2025) Pengaruh persepsi pengetahuan, persepsi kemudahan, dan sikap pengguna terhadap keputusan penggunaan QRIS pada konsumen UMKM kuliner, menunjukkan bahwa pengetahuan dan kemudahan justru tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS. Ketidaksesuaian ini menunjukkan adanya celah penelitian terkait faktor kontekstual seperti tingkat literasi digital, pengalaman menggunakan teknologi, serta dukungan infrastruktur di masing-masing daerah yang belum dijelaskan secara mendalam.

Kesenjangan berikutnya muncul pada aspek sikap pengguna. Meskipun penelitian Rupa et al. (2025) menyatakan bahwa sikap pengguna berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS, variabel ini belum banyak diintegrasikan bersama variabel pengetahuan, kemudahan, dan kepercayaan dalam satu model penelitian yang komprehensif. Padahal, sikap merupakan bagian penting dari teori perilaku konsumen dan dapat memediasi atau memperkuat hubungan antara persepsi individu dan keputusan penggunaan teknologi pembayaran digital.

Selain itu, penelitian mengenai QRIS pada konsumen UMKM kuliner di Kota Tembilahan masih sangat terbatas. Sebagian besar studi dilakukan pada masyarakat umum atau UMKM di kota-kota besar sehingga belum menggambarkan kondisi lokal, yang mungkin memiliki tingkat adopsi QRIS, budaya transaksi, dan persepsi pengguna yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki peluang penting untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis pengaruh pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, dan sikap pengguna dalam konteks UMKM kuliner di Tembilahan, sehingga mampu memberikan gambaran empiris yang lebih akurat dan relevan secara regional.

Alasan Pemilihan UMKM sektor kuliner di Kota Tembilahan didasarkan pada pesatnya pertumbuhan usaha di sektor ini serta tingginya aktivitas transaksi harian yang berpotensi mendorong penggunaan QRIS. Meskipun demikian, tingkat adopsi QRIS masih rendah karena dipengaruhi oleh keterbatasan literasi digital, akses internet, dan pendampingan teknis. Selain itu, penelitian mengenai penggunaan QRIS pada konsumen UMKM kuliner di Tembilahan masih minim, sehingga diperlukan kajian yang mampu memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan teknologi tersebut.

Melihat berbagai fenomena dan hasil penelitian tersebut, penelitian mengenai pengaruh pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, dan persepsi sikap pengguna terhadap keputusan penggunaan QRIS pada konsumen UMKM kuliner di Kota Tembilahan menjadi sangat relevan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris hubungan variabel-variabel tersebut dalam konteks

UMKM kuliner yang memiliki karakteristik tersendiri dalam adaptasi teknologi digital.

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai adopsi teknologi pembayaran digital pada UMKM di daerah non-metropolitan. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pemerintah daerah, Bank Indonesia, serta penyedia jasa pembayaran digital dalam meningkatkan edukasi, sosialisasi, dan pendampingan penggunaan QRIS. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan bagi konsumen dan pelaku UMKM dalam meningkatkan pemahaman dan pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung keberlanjutan usaha mereka.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, membuat peneliti tertarik melakukan penelitian berjudul **PENGARUH PENGETAHUAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI SIKAP PENGGUNA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN QRIS PADA KONSUMEN UMKM SEKTOR KULINER DIKOTA TEMBILAHAN**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Qris pada Konsumen UMKM sektor Kuliner dikota Tembilahan ?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Qris pada KonsumenUMKM sektor Kuliner dikota Tembilahan ?

3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Qris pada Konsumen UMKM sektor Kuliner dikota Tembilahan ?
4. Apakah Persepsi sikap pengguna berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Qris pada Konsumen UMKM sektor Kuliner dikota Tembilahan?
5. Apakah pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, dan Persepsi sikap pengguna berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan Qris pada Konsumen UMKM sektor kuliner dikota tembilahan ?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

a. Untuk menguji dan mendapatkan bukti empiris Pengaruh pengetahuan terhadap keputusan penggunaan Qris pada Konsumen UMKM sektor Kuliner dikota Tembilahan.
b. Untuk menguji dan mendapatkan bukti empiris Pengaruh kemudahan terhadap keputusan penggunaan Qris pada Konsumen UMKM sektor Kuliner dikota Tembilahan.
c. Untuk menguji dan mendapatkan bukti empiris Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan Qris pada Konsumen UMKM sektor Kuliner dikota Tembilahan.
d. Untuk menguji dan mendapatkan bukti empiris Pengaruh persepsi sikap pengguna terhadap keputusan penggunaan Qris pada Konsumen UMKM sektor Kuliner dikota Tembilahan.
e. Untuk menguji dan mendapatkan bukti empiris Pengaru pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, dan Persepsi sikap pengguna secara simultan

terhadap keputusan penggunaan Qris pada Konsumen UMKM sektor kuliner dikota tembilahan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1.3.2.1 Manfaat Teoritis

a. Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian teoritis mengenai peran pengetahuan dalam membentuk keputusan penggunaan teknologi keuangan digital. Secara konseptual, pengetahuan merupakan bagian dari literasi keuangan digital yang memengaruhi pemahaman individu terhadap manfaat, risiko, serta prosedur penggunaan sistem pembayaran elektronik.

b. Kemudahan

kemudahan (perceived ease of use) merupakan salah satu konstruk utama dalam teori penerimaan teknologi. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dengan menguji kembali relevansi konsep kemudahan dalam konteks sistem pembayaran QRIS pada konsumen UMKM.

c. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan faktor penting dalam transaksi berbasis digital yang melibatkan sistem elektronik dan keamanan data. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dengan memperkaya literatur mengenai peran kepercayaan dalam memengaruhi keputusan penggunaan sistem pembayaran berbasis QR code.

d. Persepsi sikap pengguna

Persepsi sikap pengguna berkaitan dengan evaluasi individu terhadap suatu teknologi, apakah dipandang positif atau negatif. Dalam perspektif teori perilaku, sikap merupakan determinan utama dalam pembentukan niat dan keputusan.

e. Keputusan Penggunaan

Sebagai variabel dependen, keputusan penggunaan menjadi representasi perilaku aktual dalam mengadopsi QRIS. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperluas model empiris mengenai faktor-faktor determinan keputusan penggunaan teknologi pembayaran digital pada sektor UMKM.

1.3.2.2 Manfaat Praktis

Adapun penelitian ini dilakukan dengan harapan bermanfaat bagi :

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah dan memperoleh ilmu pengetahuan tentang seberapa besar Pengaruh pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, dan Persepsi sikap pengguna terhadap keputusan penggunaan Qris pada konsumen UMKM sektor kuliner dikota tembilahan, serta melatih keterampilan teknis penulis dalam menganalisa suatu masalah.

b. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat menjadi sebagai ilmu pengetahuan dan menambah wawasan, tentang sejauh mana pengaruh pengetahuan, kemudahan,

kepercayaan, dan Persepsi sikap pengguna terhadap keputusan penggunaan Qris pada konsumen UMKM sektor kuliner dikota tembilahan.

c. Bagi Akademik

Sebagai bahan masukan untuk menambah karya tulis yang dapat dijadikan referensi dalam penelitian selanjutnya yang ada hubungannya dengan penulisan ini.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau acuan bagi pihak lain untuk menambah pengetahuan, sumbangan pikiran terutama mengenai Persepsi pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, dan Persepsi sikap pengguna terhadap keputusan penggunaan Qris.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam proposal ini memuat tentang urutan-urutan dalam penulisan proposal. Adapun sistematika penulisan proposal ini terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang menguraikan latar belakangmasalah,perumusan masalah,tujuan penelitian dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini merupakan telaah pustaka yang menguraikan telaah teoritis, penelitan terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesa

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang rancangan penelitian, waktu dan tempat penelitan, populasi dan sampel yang digunakan, prosedur pengumpulan data, definisi

operasional dan pengukuran variabel serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini merupakan bab pembahasan yang menguraikan gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup yang menguraikan tentang kesimpulan dan saran yang sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB II
TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah teori yang berhubungan dengan penerimaan teknologi pada penelitian ini, yang mana teori ini menerangkan keputusan perilaku pada penggunaan teknologi yang mempengaruhi minat penggunanya. Menurut Wicaksono, (2022) TAM ialah konsep yang menggambarkan penjelasan terkait suatu faktor terhadap penerimaan teknologi informasi secara general serta mendeskripsikan perilaku pengguna akhir dari teknologi. TAM memiliki lima dimensi yaitu kemudahan penggunaan, sikap pengguna, kemanfaatan, perilaku pengguna dan kondisi nyata penggunaan sistem. Dalam penelitian ini, penulis menambahkan 2 variabel ekstrak di luar konstruk utama TAM yaitu pengetahuan dan kepercayaan, hal ini dikarenakan pelaku UMKM harus mengetahui dulu hal-hal terkait dengan QRIS dan kepercayaan sebagai keyakinan akan keamanan, lalu bisa masuk ke bagian kemudahan dan sikap pengguna. Seiring teknologi yang berkembang, terbentuk marketplace atau pasar-pasar digital ataupun platform yang membuka ruang untuk UMKM secara lebih luas dalam melakukan pemasaran produk dan juga menjangkau wilayah baik di dalam ataupun luar negeri. Terbentuk program digitalisasi UMKM yang digalakkan pemerintah lewat Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah sebab dipercaya bahwa untuk bisa membangkitkan dan memulihkan

UMKM yaitu dengan transformasi digital. QRIS mempunyai keunggulan seperti bisa menerima *switching* dari beragam *merchant*.

Menurut Teori TAM dipergunakan pada penelitian ini dalam rangka mengimplementasikan pendekatan pada sistem pembayaran digital baru atau yang disebut dengan QRIS. QRIS adalah standar sistem pembayaran berbasis kode QR yang diterapkan oleh Bank Indonesia guna menunjang transaksi pembayaran nontunai. Metode ini telah resmi diterima untuk menjadi metode pembayaran semenjak tanggal 1 Januari 2020. Gubernur Bank Indonesia menyatakan QRIS bersifat sederhana, menguntungkan, universal, serta mudah. Pengenalan QRIS untuk menjadi metode pembayaran bertujuan untuk mendorong sistem pembayaran terintegrasi lewat standarisasi. Dikarenakan teori TAM ini adalah suatu teori yang menilai penerimaan perkembangan teknologi, maka pendekatan teori TAM bisa dipergunakan untuk mengukur tingkat penggunaan dan penerimaan perkembangan metode pembayaran QRIS, yang bisa berpengaruh terhadap sikap pengguna terhadap penerimaan pemakaian teknologi ini (Husnayetti & Sestri, 2019).

2.1.2 *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) dikembangkan oleh Ajzen (1985), teori ini terfokus pada faktor-faktor yang menentukan perilaku aktual individu. Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan perluasan dari *Theory of Reasoned Action* (Ajzen & Fishbein, 1980) dan (Fishbein & Ajzen, 1975). Faktor utama dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) adalah minat individu untuk melakukan suatu perilaku. Minat merupakan suatu kemampuan untuk menangkap faktor-faktor

motivasional yang mempengaruhi suatu perilaku. Dimana faktor-faktor motivasional tersebut menunjukkan seberapa kuat keinginan seseorang untuk mencoba, seberapa banyak usaha yang direncanakan untuk menerapkan usaha tersebut (Ajzen, 1991). Dalam teori ini keinginan perilaku (*behavioral intention*) terdiri dari: sikap (*attitude*), normanorma subjektif (*subjective norms*) dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Dalam teori TPB terdapat Persepsi Pengendalian Diri (*Perceived Behavioral Control*) yang diartikan sebagai fungsi berdasarkan control beliefs yaitu kepercayaan tentang ada atau tidaknya faktor pendukung maupun penghambat dalam memunculkan perilaku penggunaan teknologi. Teori ini menjelaskan bahwa terdapat kepercayaan dan risiko yang bisa mempengaruhi seseorang berminat atau berkeinginan menggunakan teknologi. Faktor kontrol perilaku yang diambil sebagai variabel pada penelitian ini adalah kepercayaan yang menjadi faktor pendukung ataupun penghambat perilaku penggunaan teknologi.

2.1.3 *Quick Response Indonesian Standar* (QRIS)

Azzahroo & Estiningrum, (2021) memberikan penjelasan bahwa *Quick Response Code Indonesia Standard* merupakan sistem pembayaran baru yang resmi digunakan Bank Indonesia semenjak 1 Januari 2020. QRIS adalah suatu standar pembayaran berbasis kode QR yang Bank Indonesia tetapkan dalam rangka menunjang serta mendorong pembayaran digital yang ada di Indonesia serta memfasilitasi terwujudnya sistem pembayaran terintegrasi (Sriekaningsih, 2020). QRIS merupakan gabungan berbagai jenis kode QR pembayaran milik seluruh penyelenggara jasa sistem pembayaran pengembangan Bank Indonesia

serta industri sistem pembayaran. QRIS kini sudah terintegrasi dengan aplikasi mobile payment dan mobile banking dan juga ditunjang dengan penyedia jasa keuangan, baik perbankan ataupun nonbank (Bank Indonesia, 2020).

QRIS diluncurkan oleh Bank Indonesia dengan slogan "QRIS UNGGUL". Fitur-fitur di dalamnya adalah sistem pembayaran untuk era digital diperkenalkan, meliputi universalitas, kesederhanaan, profitabilitas, dan keterarahan. Diperkenalkannya QRIS untuk menjadi metode pembayaran baru berbasis kode QR adalah sebuah wujud nyata visi SPI (Sistem Pembayaran Indonesia) 2025. Aturan mengenai transaksi pembayaran QRIS diatur dalam Piagam Anggota Dewan. Pengumuman Gubernur Bank Indonesia Nomor 21/18/PADG/2019 tentang Penerapan Standar Nasional Quick Response Code di Bidang Pembayaran. Ada dua model penggunaan dari QRIS, yakni *customer presented* mode (CPM) dan *seller presented* mode (MPM) (Sriekaningsih, 2020). MPM adalah pembayaran melalui pedagang atau kode QR yang disediakan pedagang QRIS. Dengan cara ini, pengguna atau konsumen sebatas perlu memindai kode QR. Sedangkan metode customer presented adalah metode paling baru dan masih dikembangkan. Konsumen tinggal memperlihatkan kode QRIS di aplikasi pembayaran serta pedagang memindainya (Bank Indonesia, 2020).

2.1.4 Keputusan Penggunaan

Menurut Kusrini, (2007), pengambilan keputusan adalah pemilihan suatu strategi akhir dalam pemecahan masalah untuk mencapai tujuan atau tindakan spesifik yang perlu dilaksanakan. Keputusan merupakan akhir dari suatu proses berpikir yang menjawab segala permasalahan yang ada secara tepat dan

memungkinkan individua tau kelompok dalam mengatasi permasalahan yang ada dengan cara membuat suatu pilihan. Memutuskan berarti memilih di antara tindakan (Fiorentina, 2023). Dalam mengambil keputusan, seseorang harus melalui suatu proses. Pengambilan keputusan konsumen menjadi suatu proses penggabungan berbagai wawasan, yang kemudian dijadikan bahan evaluasi pengambilan keputusan (Hafifuddin & Wahyudi, 2022).

2.1.4.1 Pengertian Keputusan penggunaan

Menurut Kotler & Keller, (2014), Keputusan penggunaan adalah proses di mana konsumen memilih dari berbagai alternatif yang ada untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut (Peter & Olson, 2023) keputusan penggunaan yaitu suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alernatif dan memilih satu diantaranya. Hasil dari proses integrasi tersebut menghasilkan suatu pilihan secara kognitif yang mencerminkan intensi perilaku seseorang. Intensi perilaku merupakan kecenderungan atau rencana individu untuk melakukan satu atau lebih tindakan sebagai respons terhadap suatu kondisi atau informasi yang diterima. Dalam konteks pemasaran, manajemen, dan perilaku konsumen, keputusan penggunaan menjadi salah satu aspek yang sangat penting karena mencerminkan kesediaan individu untuk menggunakan suatu produk, layanan, atau teknologi. Keputusan tersebut juga dapat memengaruhi tingkat kepuasan, loyalitas, serta frekuensi penggunaan, sehingga berperan penting dalam menentukan keberhasilan penerapan suatu produk atau layanan.

2.1.4.2 Faktor – Faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan

Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan menurut Kotler & Armstrong, (2012) yaitu:

a. Faktor Budaya

Budaya mencakup nilai-nilai, persepsi, dan perilaku yang dipelajari oleh individu dalam lingkungan sosialnya. Ini termasuk sub budaya dan kelas sosial yang dapat mempengaruhi preferensi dan perilaku konsumen terhadap produk tertentu.

b. Faktor Sosial

Pengaruh dari kelompok acuan, keluarga, dan status sosial sangat berperan dalam keputusan penggunaan. Individu cenderung mengikuti rekomendasi atau perilaku kelompok yang mereka anggap penting, yang dapat mempengaruhi pilihan mereka dalam menggunakan produk atau layanan.

c. Faktor Pribadi

Karakteristik pribadi seperti usia, pekerjaan, pendapatan, dan gaya hidup juga mempengaruhi keputusan penggunaan. Misalnya, kebutuhan dan preferensi seorang remaja akan berbeda dengan orang dewasa karena perbedaan dalam pengalaman hidup dan tanggung jawab

d. Faktor Psikologis

Faktor-faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap memainkan peran penting dalam keputusan penggunaan. Konsumen cenderung menggunakan produk yang sesuai dengan kebutuhan emosional dan psikologis mereka

e. Faktor Situasional

Kondisi tertentu seperti waktu, tempat, dan keadaan ekonomi dapat mempengaruhi keputusan penggunaan. Misalnya saat situasi darurat atau kebutuhan mendesak, konsumen mungkin lebih cenderung untuk menggunakan produk tertentu tanpa mempertimbangkan semua faktor lainnya.

2.1.4.3 Tahapan Keputusan Penggunaan

Menurut Kotler & Keller, (2014) keputusan penggunaan merupakan suatu proses yang dilalui konsumen sebelum dan sesudah menggunakan suatu produk atau jasa. Proses tersebut terdiri atas lima tahapan, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, niat penggunaan jasa, dan perilaku pasca penggunaan jasa. Kelima tahapan tersebut menggambarkan bagaimana konsumen mempertimbangkan berbagai faktor sebelum mengambil keputusan serta mengevaluasi pengalaman yang diperoleh setelah menggunakan produk atau jasa tersebut.

1) Pengenalan kebutuhan

Suatu proses pembelian akan diawali dengan mengidentifikasian masalah atau kebutuhan oleh konsumen. Kebutuhan ini dapat ditimbulkan dari adanya rangsangan yang bersifat internal maupun eksternal. Rangsangan ini kemudian berubah menjadi dorongan yang ada pada diri konsumen. Konsumen kemudian akan mencari objek yang di ketahui untuk dapat memenuhi dorongan tersebut.

2) Pencarian informasi

Untuk mengetahui apa yang dibeli, model bagaimana, maka konsumen mencari informasi dari sumber pribadi, komersial, publik, pengalaman masa lalu yang pernah menggunakan suatu produk atau jasa. Konsumen yang telah memiliki minat akan melalui antara 2 kemungkinan yakni mencari informasi secara aktif atau mencari informasi untuk disimpan dalam ingatan saja.

3) Evaluasi alternatif

Evaluasi alternatif, dalam hal ini konsumen sangat berbeda evaluasinya karena tergantung pada pilihan atribut produk, sesuai atau tidak dengan keinginan mereka. Pada tahap ini, informasi-informasi yang telah diperoleh digunakan untuk mengevaluasi produk-produk alternatif. Konsumen dapat menciptakan niat untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang di sukai.

4) Niat penggunaan

jasa Ketika konsumen mengambil keputusan, maka ia akan mempunyai serangkaian keputusan menyangkut jenis produk, merek, kualitas, model, waktu, harga, cara pembayaran. Terkadang dalam pengambilan keputusan ini ada saja pihak lain yang memberi pengaruh terakhir, sehingga dapat merubah seketika keputusan semula.

5) Perilaku pasca penggunaan jasa

Ini sangat ditentukan oleh pengalaman konsumen dalam mengonsumsi produk yang ia beli. Apakah ia akan puas atau kecewa, jadi tergantung pada jarak ekspektasi dengan kenyataan yang dihadapi. Jika kualitas produk sesuai

dengan harapan, maka konsumen akan puas. Jika kualitas produk melebihi harapan, maka konsumen akan sangat puas, sebaliknya jika kualitas produk tidak memenuhi harapan, maka konsumen akan tidak puas.

2.1.4.4 Indikator Keputusan Penggunaan

Menurut Kotler & Keller, (2014), indikator keputusan penggunaan adalah:

a. *Product choice*, yaitu konsumen memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensinya.
b. *Brand choice*, yaitu konsumen memilih merek yang memiliki citra dan kualitas yang baik di mata konsumen.
c. *Time of purchase*, yaitu konsumen memilih waktu yang tepat untuk melakukan pembelian, misalnya saat ada diskon, promo, atau musim tertentu.
d. *of products purchased*, yaitu konsumen membeli produk dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan dan anggarannya.
e. *Payment method*, yaitu konsumen memilih cara pembayaran yang mudah, aman, dan nyaman, misalnya tunai, kartu kredit, atau e-wallet

2.1.5 Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo, (2014), pengetahuan merupakan hasil keingintahuan seseorang terhadap suatu subjek tertentu dan dirasakan melalui kelima indera. Pengetahuan seseorang dipengaruhi beragam faktor, di antaranya pendidikan. Seiring meningkatnya jenjang pendidikan, jenjang pengetahuan pun cenderung menjadi lebih luas. Akan tetapi, ilmu pengetahuan bukan sebatas didapatkan lewat pendidikan formal saja, sehingga seseorang yang tingkat pendidikannya rendah belum tentu tingkat pengetahuannya rendah. Pengetahuan

secara intinya memuat dua aspek yang mempengaruhi kepribadian seseorang, positif dan negatif. Bertambah banyaknya aspek positif yang diketahui seorang individu, maka akan semakin positif pula sifat kepribadian yang dimilikinya, begitu pula sebaliknya.

Pengetahuan produk termasuk bagian penting dari pengetahuan yang perlu dimiliki konsumen, yang mencakup pula di sektor keuangan. Pengetahuan keuangan merupakan komponen utama literasi keuangan dan penting bagi pembangunan masyarakat dan individu secara berkelanjutan (Sari, 2024). Untuk menggunakan produk QRIS, layanan pembayaran nontunai yang disediakan oleh Bank Indonesia, calon pengguna memerlukan informasi dan pengetahuan tentang produk tersebut. Hal ini untuk memastikan tidak ada pihak yang dirugikan saat menggunakan QRIS. Jika pengguna memiliki pengetahuan yang baik tentang, mereka akan lebih cenderung terlibat dengan menggunakan QRIS dan mampu memproses informasi dan memberikan jawaban yang tepat dan relevan (Rupa et al., 2025).

Pengetahuan mengenai *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) menjadi semakin penting di era digital karena berperan dalam mendukung kelancaran sistem pembayaran non-tunai di Indonesia. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan meningkatnya penggunaan transaksi digital, masyarakat dituntut untuk memahami konsep, manfaat, serta cara penggunaan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran yang praktis, aman, dan efisien. Pemahaman yang baik mengenai QRIS tidak hanya memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi, tetapi juga mendukung

terciptanya ekosistem pembayaran digital yang lebih inklusif dan modern. Oleh karena itu, sebagai bagian dari masyarakat yang berperan dalam mendukung transformasi digital nasional, setiap individu perlu memiliki pengetahuan yang memadai mengenai penggunaan QRIS. Untuk meningkatkan pemahaman tersebut, Bank Indonesia terus memperkuat berbagai program sosialisasi dan edukasi melalui media sosial, seminar, kampanye digital, serta berbagai media informasi lainnya agar penggunaan QRIS semakin luas dan mampu mendukung percepatan digitalisasi sistem pembayaran di Indonesia. Menurut Kotler & Keller, (2014), indikator pengetahuan terdiri dari:

a. Pengetahuan tentang kemanfaatan

   Pengetahuan pengguna atau masyarakat mengenai kemanfaatan dari sistem yang digunakan.

b. Pengetahuan mengenai sistem Qris

   Pengetahuan pengguna mengenai sistem Qris untuk transaksi sehari – hari.

2.1.6 Kemudahan Penggunaan

2.1.6.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan

Menurut Davis dalam Rupa et al., (2025) kemudahan penggunaan adalah tingkat ekspektasi pengguna mengenai usaha yang diperlukan untuk menggunakan suatu sistem. Menurut (Jogiyanto, 2019) kemudahan penggunaan merupakan ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya. Apabila Seseorang

yang memiliki persepsi tentang kemudahan dalam menggunakan suatu sistem menjadikan meningkat kepercayaan nya kepada sistem penggunaan nya.

Menurut Cindy & Mujiyati, (2023) kemudahan penggunaan merupakan suatu pengalaman pengguna dalam mempercayai suatu teknologi bahwa mudah dipelajari dan dipahami. Sistem yang seringkali digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal dan lebih mudah digunakan penggunanya. Kemudahan juga dapat dikatakan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penjualan atau pemasaran yang dilakukan merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Kemudahan dalam penggunaan adalah salah satuhal yang menjadi pertimbangan bagi pembeli.

2.1.6.2 Dimensi Kemudahan

Dimensi kemudahan penggunaan menurut Kotler & Keller, (2014) mencakup beberapa aspek yang penting untuk memahami bagaimana konsumen menilai kemudahan penggunaan suatu produk atau layanan. Berikut adalah dimensi- dimensi tersebut:

a. Kemudahan untuk Dipelajari *(Ease to Learn)*

   Ini merujuk pada sejauh mana pengguna dapat dengan cepat memahami cara menggunakan produk atau layanan. Semakin mudah suatu sistem dipelajari, semakin tinggi kemungkinan pengguna akan mengadopsinya.

b. Kemudahan untuk Digunakan (*Ease of Use*) Dimensi ini menggambarkan seberapa sederhana dan intuitif interaksi pengguna dengan produk atau layanan. Produk yang mudah digunakan akan meningkatkan kepuasan pengguna dan mendorong penggunaan berulang.

c. Kejelasan dan Pemahaman (*Clear and Understandable*) Tingkat kejelasan informasi yang disediakan oleh produk atau layanan sangat penting. Jika pengguna dapat dengan mudah memahami cara kerja sistem, mereka akan lebih cenderung untuk menggunakannya.

d. Kemudahan untuk Menjadi Terampil (*Become Skillful*) Dimensi ini berkaitan dengan seberapa cepat dan mudah pengguna dapat menjadi mahir dalam menggunakan produk atau layanan. Semakin cepat pengguna dapat menguasai penggunaan sistem, semakin besar kemungkinan mereka akan terus menggunakannya.

e. Kemudahan Secara Keseluruhan (*Overall Ease*) Ini mencakup penilaian umum pengguna tentang kemudahan penggunaan produk atau layanan secara keseluruhan. Jika pengalaman keseluruhan dirasakan positif, maka kepercayaan dan loyalitas terhadap merek akan meningkat.

2.1.6.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemudahan Dalam Konteks Digital

Dalam konteks digital, kemudahan menurut Kotler dan Keller (2014) merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan suatu produk atau layanan berbasis teknologi. Kemudahan mencerminkan sejauh mana suatu sistem mudah dipahami, dipelajari, dan digunakan oleh pengguna tanpa memerlukan usaha yang besar. Semakin mudah suatu teknologi dioperasikan, semakin tinggi pula kemungkinan teknologi tersebut diterima dan digunakan secara berkelanjutan. Menurut Kotler & Keller, (2014), terdapat beberapa aspek yang memengaruhi tingkat kemudahan dalam konteks

digital. Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan dalam konteks digital:

a. Desain Antarmuka Pengguna

Desain antarmuka yang intuitif dan menarik sangat penting untuk memastikan pengguna dapat dengan mudah menavigasi aplikasi atau situs web. dan meningkatkan kenyamanan pengguna dalam berinteraksi dengan teknologi.

b. Aksesibilitas Informasi

Ketersediaan informasi yang mudah diakses, seperti panduan pengguna, FAQ, dan dukungan pelanggan, berkontribusi pada kemudahan penggunaan. Jika pengguna dapat dengan cepat menemukan informasi yang mereka butuhkan, mereka akan merasa lebih percaya diri dalam menggunakan layanan digital.

c. Integrasi Teknologi

Kemudahan penggunaan juga dipengaruhi oleh seberapa baik teknologi diintegrasikan ke dalam kehidupan sehari-hari pengguna. Misalnya, aplikasi yang memungkinkan pembayaran digital atau transaksi online harus terintegrasi dengan sistem lain seperti perbankan untuk mempermudah proses.

d. Pengalaman Pengguna

Pengalaman keseluruhan saat menggunakan produk atau layanan digital memainkan peran besar dalam persepsi kemudahan. Pengalaman positif, termasuk kecepatan akses dan responsivitas aplikasi, dapat meningkatkan kepuasan pengguna.

e. Dukungan Pelanggan yang Efektif

Ketersediaan dukungan pelanggan yang responsif melalui berbagai saluran (chat, email, telepon) dapat membantu pengguna menyelesaikan masalah dengan cepat dan meningkatkan rasa percaya diri mereka dalam menggunakan produk.

f. Fitur Otomatisasi

Fitur otomatisasi yang mengurangi langkah-langkah manual dalam penggunaan produk atau layanan dapat meningkatkan kemudahan. Contohnya adalah pengisian otomatis formulir atau pengingat transaksi yang mempermudah pengguna.

g. Ulasan dan Rekomendasi

Ulasan positif dari pengguna lain dapat memberikan keyakinan kepada konsumen baru tentang kemudahan penggunaan suatu produk atau layanan. Rekomendasi dari teman atau keluarga juga berperan penting dalam membangun kepercayaan.

2.1.6.3 Indikator Kemudahan Penggunaan

Menurut Cindy & Mujiyati, (2023) Ada beberapa indikator yang dapat digunaka nuntuk mengukur kemudahan yaitu:

1) Sistem jelas dan mudah dimengerti
2) Tidak memerlukan banyak usaha
3) Mudah digunakan
4) Mudah dioperasikan sesuai dengan keinginan

2.1.7 Kepercayaan

Menurut Kotler & Keller, (2014) kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis, Kepercayaan ini mencerminkan harapan konsumen bahwa penyedia jasa dapat diandalkan dalam memenuhi janji mereka. Meri & Ermansyah, (2024) kepercayaan adalah pemikiran, perasaan, emosi atau perilaku dimanifestasikan ketika pelanggan merasa bahwa penyedia dapat diandalkan. Kepercayaan menggunakan *Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)* merujuk pada keyakinan atau rasa percaya yang dimiliki pengguna dan pelaku bisnis terhadap keamanan dan kemudahan dalam menggunakan sistem pembayaran berbasis QR code yang telah distandarisasi di Indonesia.

Dengan QRIS pengguna bisa melakukan transaksi pembayaran hanya dengan memindai QR code menggunakan aplikasi pembayaran yang telah terdaftar. Ini memudahkan proses pembayaran dan mengurangi kebutuhan untuk menggunakan uang tunai atau kartu kredit/debit. Berikut adalah beberapa aspek kepercayaan terkait penggunaan QRIS :

1. Keamanan, QRIS telah dirancang dengan standar keamanan yang tinggi untuk melindungi data dan transaksi pengguna.Pengguna dan pelaku bisnis percaya bahwa sistem ini aman dari risiko penipuan atau kebocoran data.
2. Kemudahan, QRIS mempermudah proses pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai atau kartu. Kepercayaan terhadap kemudahan ini mendorong lebih banyak orang untuk mengadopsi metode pembayaran ini.

3. Standarisasi, QRIS merupakan standar nasional yang disetujui oleh Bank Indonesia, sehingga ada kepercayaan bahwa sistem ini telah memenuhi kriteria keamanan dan operasional yang ketat.
4. Interoperabilitas, QRIS memungkinkan berbagai aplikasi pembayaran yang berbeda untuk saling beroperasi, sehingga pengguna dapat melakukan pembayaran dengan berbagai aplikasi yang berbeda, meningkatkan fleksibilitas dan kepercayaan dalam penggunaannya.

2.1.7.1 Faktor – faktor yang mempengaruhi kepercayaan

Menurut Kotler & Keller, (2014) faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu :

a) Kemampuan (*Ability*), kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/organisasi dalam memengaruhi dan mengotorisasi wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi.
b) Kebaikan hati (*Benevolence*), kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. Profit yang diperoleh penjual dapat dimaksimalkan, tetapi kepuasan konsumen juga tinggi. Penjual bukan semata- mata mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan konsumen
c) Integritas (*Integrity*), integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk yang dijual apakah dapat dipercaya atau tidak.

2.1.7.2 Strategi Membangun Persepsi Kepercayaan

Strategi membangun kepercayaan menurut Kotler & Keller, (2014) mencakup beberapa pendekatan yang fokus pada aspek komunikasi, integritas dan kualitas layanan. Berikut ada beberapa strategi utama yang diterapkan yaitu :

a. Kejujuran dalam komunikasi Perusahaan harus menyampaikan informasi yang akurat dan transparan mengenai produk atau layanan. Kejujuran dalam komunikasi membuat mengurangi kebingungan konsumen dan membangun kepercayaan yang kuat terhadap merek.
b. Menunjukkan Kompetensi Menyediakan bukti kompetensi melalui sertifikasi, testimoni, atau studi kasus dapat meningkatkan keyakinan konsumen terhadap kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Konsumen lebih cenderung mempercayai perusahaan yang menunjukkan keahlian di bidangnya.
c. Membangun Reputasi Positif Reputasi perusahaan berperan penting dalam membangun kepercayaan. Perusahaan harus fokus pada memberikan layanan berkualitas tinggi dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan untuk menciptakan citra positif di mata publik.
d. Kebaikan Hati (*Benevolence*) Menunjukkan niat baik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan berkomitmen pada kepuasan mereka dapat memperkuat kepercayaan. Ini termasuk memberikan layanan purna jual yang baik dan responsif terhadap keluhan pelanggan.
e. Konsistensi dalam Layanan Menjaga konsistensi dalam kualitas produk dan layanan sangat penting untuk membangun kepercayaan jangka panjang.

Ketika konsumen tahu apa yang diharapkan dari suatu merek, mereka lebih cenderung untuk tetap setia.

f. Mengurangi Mengurangi risiko yang dirasakan oleh konsumen, seperti menawarkan garansi atau kebijakan pengembalian yang jelas, dapat meningkatkan rasa aman dan kepercayaan mereka terhadap produk atau layanan.

g. Meningkatkan Keterlibatan Pelanggan Melibatkan pelanggan dalam proses pengembangan produk atau meminta umpan balik secara aktif dapat membuat mereka merasa dihargai dan lebih percaya kepada perusahaan. Keterlibatan ini juga menciptakan hubungan yang lebih kuat antara merek dan konsumen.

2.1.7.3 Indikator Kepercayaan

Indikator kepercayaan menurut Kotler & Keller, (2014) yaitu:

1) *Benevolence* (kesungguhan atau ketulusan).
2) *Ability* (kemampuan).
3) *Integrity* (integritas).
4) *Willingnessto depend* (kesediaan bergantung)

2.1.8 Persepsi Sikap Pengguna

Persepsi sikap pengguna merupakan respon evaluatif individu terhadap penggunaan suatu teknologi yang dinilai dari aspek *kognitif* (keyakinan), *afektif* (perasaan), dan *konatif* (kecenderungan tindakan). Dalam konteks penggunaan QRIS oleh UMKM sektor kuliner, sikap pengguna sangat menentukan apakah seseorang mendukung, menerima, atau menolak pemanfaatan sistem pembayaran digital tersebut. Menurut (Ajzen, 1991) sikap adalah predisposisi psikologis yang

terbentuk melalui penilaian individu terhadap manfaat dan konsekuensi suatu perilaku. Sikap positif terhadap QRIS muncul ketika pelaku UMKM meyakini bahwa teknologi tersebut mampu memberikan kenyamanan, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperbaiki kualitas layanan kepada pelanggan. Sebaliknya, sikap negatif biasanya muncul ketika pengguna merasa tidak percaya diri, tidak terbiasa dengan teknologi digital, atau memiliki persepsi risiko yang tinggi terhadap keamanan transaksi (Davis, 1989).

Pada era digital saat ini, sikap pengguna memainkan peran penting karena keputusan penggunaan teknologi bukan hanya dipengaruhi faktor teknis, tetapi juga aspek psikologis seperti kepercayaan, persepsi risiko, dan preferensi pribadi. Venkatesh & Davis, (2000) menegaskan bahwa sikap merupakan variabel penentu yang memediasi hubungan antara persepsi pengguna terhadap teknologi dan niat perilaku mereka untuk menggunakannya.

2.1.8.1 Pengertian Sikap Pengguna

Sikap pengguna adalah evaluasi internal individu baik yang bersifat positif maupun negatif terhadap penggunaan suatu sistem teknologi. Sikap terbentuk berdasarkan pengetahuan, keyakinan, pengalaman, serta penilaian seseorang mengenai keuntungan dan kemudahan teknologi tersebut. Fishbein & Ajzen, (1975) menyatakan bahwa sikap muncul dari keyakinan terhadap atribut suatu objek serta penilaian individu mengenai dampak dari atribut tersebut.

Sikap pengguna juga dipengaruhi oleh interaksi dengan lingkungan sosial seperti pelanggan, mitra usaha, dan tren pasar. Pengaruh eksternal tersebut

mampu memperkuat atau melemahkan keyakinan pengguna sehingga mempercepat pembentukan sikap positif maupun negatif (Hadi & Bhilawa, 2024).

2.1.8.2 Faktor-Faktor yang Membentuk Sikap Pengguna

Berikut adalah faktor-faktor utama yang memengaruhi sikap pengguna terhadap penggunaan QRIS:

1. Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) Pengguna akan memiliki sikap positif apabila mereka yakin bahwa QRIS mampu meningkatkan efisiensi usaha, mempercepat proses pembayaran, dan mengurangi kesalahan transaksi. Davis (1989) menekankan bahwa persepsi manfaat merupakan prediktor paling kuat dalam membentuk sikap seseorang terhadap teknologi baru.
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) Kemudahan merupakan faktor penting dalam membentuk sikap positif. Jika QRIS dinilai mudah dipelajari dan dioperasikan, pengguna akan lebih nyaman dan memiliki perasaan positif terhadap teknologi tersebut (Venkatesh & Davis, 2000).
3. Persepsi Keamanan (*Perceived Security*) Keamanan transaksi digital menjadi perhatian utama pelaku UMKM. Pengguna akan menunjukkan sikap positif ketika mereka merasa bahwa QRIS aman, terlindungi secara regulasi, dan tidak menimbulkan risiko penyalahgunaan data (Astuti & Putra, 2022).
4. Kepercayaan Pengguna (*Trust*) Kepercayaan merupakan keyakinan bahwa sistem pembayaran digital berjalan dengan baik dan dapat diandalkan.

Tingkat kepercayaan yang tinggi berkontribusi langsung pada pembentukan sikap positif terhadap QRIS (Pradana & Sari, 2024).

5. Pengalaman Penggunaan (*User Experience*) Pengalaman langsung pengguna saat mencoba QRIS, baik positif maupun negatif, memengaruhi sikap selanjutnya. Pengalaman yang lancar dan memuaskan menciptakan sikap positif, sedangkan gangguan teknis dapat memperburuk persepsi (Hadi & Bhilawa, 2024).
6. Pengaruh Sosial (*Social Influence*) Rekomendasi dari pelanggan, rekan usaha, atau komunitas UMKM dapat mendorong pengguna membentuk sikap positif terhadap teknologi pembayaran digital seperti QRIS (Nugroho & Wicaksono, 2021).
7. Kesiapan Teknologi (*Technology Readiness*) Kesiapan individu dalam menggunakan perangkat digital, aplikasi, dan internet turut menentukan sikap mereka terhadap teknologi. Pelaku UMKM yang terbiasa dengan teknologi digital akan memiliki kecenderungan sikap yang lebih positif (Astuti & Putra, 2022).

91

2.1.8.3 Indikator Sikap Pengguna

Indikator yang sering digunakan untuk mengukur sikap pengguna terhadap penggunaan QRIS antara lain:

1) Perasaan Senang dan Nyaman Menggunakan QRIS Sikap positif tercermin dari rasa nyaman, senang, dan percaya diri ketika menggunakan QRIS dalam transaksi (Fishbein & Ajzen, 1975).

2) Penilaian Positif terhadap Manfaat QRIS Pengguna meyakini bahwa QRIS meningkatkan kualitas pelayanan, efisiensi transaksi, dan profesionalitas usaha (Davis, 1989).
3) Kecenderungan untuk Menggunakan QRIS Secara Konsisten Sikap positif mendorong pengguna untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran utama secara berkelanjutan (Venkatesh & Davis, 2000).
4) Kesediaan Merekomendasikan kepada Pengguna Lain Pengguna yang puas akan menyarankan pelanggan atau pelaku UMKM lain untuk menggunakan QRIS, menunjukkan sikap penerimaan teknologi yang tinggi (Pradana & Sari, 2024).

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul dan Identitas Jurnal	Variabel Penelitian dan Alat Analisis Data	Hasil Penelitian
1	**Arnanda, Syahbudi & Yulia (2025)**	*Pengaruh Pemahaman dan Kemudahan terhadap Keputusan Menggunakan QRIS pada UMKM di Pontianak*.	X1 Pemahaman, X2 Kemudahan; Y Keputusan Penggunaan. Analisis: Regresi linier berganda.	Pemahaman dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS.

No	Nama Peneliti	Judul dan Identitas Jurnal	Variabel Penelitian dan Alat Analisis Data	Hasil Penelitian
2	**Meri & Ermansyah (2024)**	*Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Risiko terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru*.	X1 Kepercayaan, X2 Kemudahan, X3 Risiko; Y Keputusan Penggunaan. Analisis: Regresi linier berganda.	Kepercayaan, kemudahan, dan risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS.
3	**Cindy & Mujiyati (2023)**	*Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Menggunakan QRIS*.	X1 Pengetahuan, X2 Persepsi Manfaat, X3 Persepsi Kemudahan, X4 Persepsi Risiko; Y Keputusan Penggunaan. Analisis: Regresi linier berganda.	Pengetahuan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS.

No	Nama Peneliti	Judul dan Identitas Jurnal	Variabel Penelitian dan Alat Analisis Data	Hasil Penelitian
4	**Rayhan,Nursaidah & Dian (2025)**	*Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan QRIS*.	X1 Persepsi Manfaat, X2 Persepsi Kemudahan, X3 Persepsi Risiko; Y Keputusan Penggunaan. Analisis: Regresi linier berganda.	Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS, sedangkan persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan.
5	**Rupa, Reu & Djo (2025)**	*Pengaruh Persepsi Pengetahuan, Persepsi Kemudahan, dan Sikap Pengguna terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada UMKM Kuliner*.	X1 Persepsi Pengetahuan, X2 Persepsi Kemudahan, X3 Sikap Pengguna; Y Keputusan Penggunaan. Analisis: Regresi linier berganda.	Persepsi pengetahuan dan kemudahan tidak berpengaruh signifikan, sedangkan sikap pengguna berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS.

Sumber : Data Olahan, 2026

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa variabel seperti kemudahan, kepercayaan, pengetahuan, dan persepsi pengguna memiliki pengaruh yang beragam terhadap keputusan penggunaan QRIS. Beberapa studi seperti Arnanda et al. (2023), Meri & Ermansyah (2024), menegaskan bahwa kemudahan dan kepercayaan secara konsisten memberikan pengaruh signifikan. Namun, hasil tersebut belum sepenuhnya menggambarkan kondisi pada sektor UMKM tertentu, terutama sektor kuliner di Kota Tembilahan, yang memiliki karakteristik perilaku konsumen dan pedagang yang berbeda dengan daerah lain.

Selain itu, hasil penelitian juga memperlihatkan adanya inkonsistensi terkait pengaruh pengetahuan dan kemudahan. Misalnya, Cindy & Mujiyati (2023) menemukan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan, sedangkan Rupa et al. (2025) menunjukkan bahwa pengetahuan dan kemudahan justru tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS. Ketidaksesuaian ini menunjukkan adanya celah penelitian terkait faktor kontekstual seperti tingkat literasi digital, pengalaman menggunakan teknologi, serta dukungan infrastruktur di masing-masing daerah yang belum dijelaskan secara mendalam.

Kesenjangan berikutnya muncul pada aspek sikap pengguna. Meskipun penelitian Rupa et al. (2025) menyatakan bahwa sikap pengguna berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS, variabel ini belum banyak diintegrasikan bersama variabel pengetahuan, kemudahan, dan kepercayaan dalam satu model penelitian yang komprehensif. Padahal, sikap merupakan bagian penting dari teori perilaku konsumen dan dapat memediasi atau memperkuat

hubungan antara persepsi individu dan keputusan penggunaan teknologi pembayaran digital.Selain itu, penelitian mengenai QRIS pada konsumen UMKM kuliner di Kota Tembilahan masih sangat terbatas. Sebagian besar studi dilakukan pada masyarakat umum atau UMKM di kota-kota besar sehingga belum menggambarkan kondisi lokal, yang mungkin memiliki tingkat adopsi QRIS, budaya transaksi, dan persepsi pengguna yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki peluang penting untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis pengaruh pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, dan sikap pengguna dalam konteks UMKM kuliner di Tembilahan, sehingga mampu memberikan gambaran empiris yang lebih akurat dan relevan secara regional.

Penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan mengintegrasikan empat variabel utama pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, dan sikap pengguna dalam satu model analisis yang spesifik ditujukan pada konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Tembilahan. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang cenderung memisahkan variabel atau hanya menguji sebagian faktor, studi ini menyajikan pendekatan yang lebih komprehensif untuk menjelaskan keputusan penggunaan QRIS. Termasuk di dalamnya variabel sikap pengguna yang masih jarang dipadukan bersama pengetahuan, kemudahan, dan kepercayaan pada konteks UMKM, meskipun sikap memiliki peran penting dalam teori perilaku adopsi teknologi.

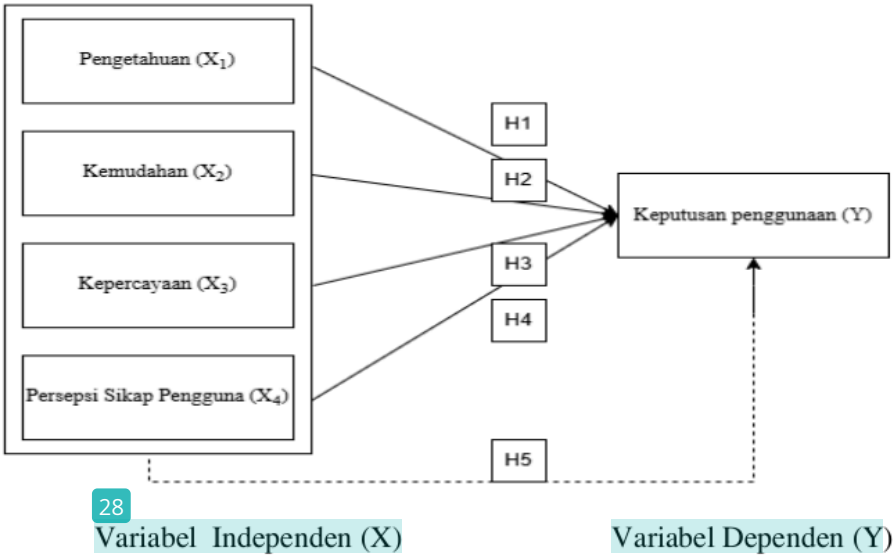
Selain itu, kebaruan penelitian ini terletak pada fokus lokasinya, yaitu UMKM kuliner di Tembilahan yang masih jarang menjadi objek penelitian terkait penggunaan QRIS. Wilayah ini memiliki karakteristik yang berbeda, seperti

tingkat literasi digital yang beragam dan penggunaan transaksi tradisional yang masih dominan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan menghasilkan temuan empiris yang sesuai dengan kondisi lokal serta menjadi referensi bagi pengembangan kebijakan untuk meningkatkan adopsi QRIS di daerah dengan karakteristik serupa.

2.3 Kerangka Pemikiran

Ditinjau dari jenis hubungan variabel, maka penelitian ini termasuk hubungan sebab-akibat, yaitu suatu variabel dapat memengaruhi variabel yang lain. Dengan demikian, variabel bebas (independent variable) adalah Pengetahuan (X1), kemudahan (X2), kepercayaan (X3) Dan persepsi sikap pengguna (X4). Sementara itu, variabel terikat (dependent variable) adalah keputusan penggunaan (Y). Dengan demikian, sekema kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



Keterangan :

→ Parsial

– – – – – → Simultan

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya di susun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diverikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiric (Sugiyono 2022). Berdasaran telaah teoritis, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran maka berdasarkan penjabaran diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H_1 : Pengetahuan berpengaruh terhadap Keputusan penggunaan Qris pada Konsumen UMKM sektor kuliner dikota tembilahan

H_2 : Kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan penggunaan Qris pada Konsumen UMKM sektor kuliner dikota tembilahan

H_3 : Kepercayaan berpengaruh Terhadap Keputusan penggunaan Qris pada Konsumen UMKM sektor kuliner dikota tembilahan

H_4 : Persepsi sikap Pengguna berpengaruh Terhadap Keputusan penggunaan Qris pada Konsumen UMKM sektor kuliner dikota tembilahan

H_5 : Pengetahuan, kemudahan, kepercayaan dan persepsi sikap pengguna berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan penggunaan Qris pada Konsumen UMKM sektor kuliner dikota tembilahan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain penelitian

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Desain ini dipilih karena penelitian ingin melihat hubungan sebab-akibat antara pengetahuan (X1), kemudahan (X2), kepercayaan (X3) dan persepsi sikap pengguna terhadap keputusan penggunaan QRIS (Y) pada Konsumen UMKM sektor kuliner di Kota Tembilahan. Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti melakukan pengukuran yang objektif, terstruktur, dan dapat diuji secara statistik.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui survei dengan kuesioner, yang diberikan kepada Konsumen UMKM kuliner yang telah atau berpotensi menggunakan QRIS. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi dan minat responden. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan regresi linier berganda guna mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan. Desain penelitian ini memberikan gambaran empiris yang kuat mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan QRIS dalam konteks UMKM lokal

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Konsumen UMKM sektor kuliner dikota tembilahan. yang mana mereka menggunakan Quick Response Code Indonesia

Standard (QRIS) sebagai alat pembayaran. Waktu Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 3 (tiga) bulan mulai dari bulan februari-april tahuan 2026

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu sedangkan sampel yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya adalah sebagian dari populasi itu (Sugiyono, 2022). Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen pengguna Qris pada UMKM sektor kuliner dikota tembilahan.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut, dikarenakan penelitian ini tidak mengetahui jumlah pasti dari dari populasi yang akan diteliti, maka perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Cochran (sugiyono, 2022,)

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{1{,}96^2 (0{,}5)(0{,}5)}{0{,}1^2}$$

$$n = \frac{3{,}8416 \; x \; 0{,}25}{0{,}01}$$

$$n = \frac{0{,}9604}{0{,}01} = 96{,}4$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Harga dalam kurve untuk simpangan 5% dengan nilai = 1,96

p = Peluang benar 50% =0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel atau sampling error = 10%

Dari hasil yang diperoleh di atas yaitu 96,04 sehingga jumlah sampel yang dibulatkan dalam penelitian ini adalah 97 orang responden. Penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan Teknik Porposive Sampling, Teknik Porposive Sampling adalah Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Peneliti akan menentukan kriteria yang memenuhi persyaratan pada penelitianya, keriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah:

1. Pernah melakukan transaksi menggunakan QRIS pada UMKM sektor kuliner di Kota Tembilahan.
2. Berusia minimal 17 tahun.
3. Pernah menggunakan QRIS minimal satu kali dalam tiga bulan terakhir.
4. Bersedia mengisi kuesioner secara lengkap.

3.4 Definisi operasional dan pengukuran variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022).

3.4.1 Variabel dependen (Y)

3.4.1.1 Keputusan Penggunaan

Menurut Kotler & Keller, (2014), Keputusan penggunaan adalah proses di mana konsumen memilih dari berbagai alternatif yang ada untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut (Peter & Olson, 2023) keputusan penggunaan yaitu suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alernatif dan memilih satu diantaranya. Hasil proses

integrasi tersebut adalah suatu pilihan secara kognitif yang menunjukkan intensi perilaku. Intensi perilaku sendiri adalah suatu rencana untuk menjalankan satu perilaku atau lebih. Keputusan penggunaan merupakan salah satu aspek penting dalam bidang pemasaran, manajemen, dan perilaku konsumen, karena dapat memengaruhi tingkat loyalitas, kepuasan, dan frekuensi penggunaan suatu produk, layanan, atau teknologi, Adapun indikator keputusan penggunaan menurut (Kotler & Keller, 2014) adalah:

a. *Product choice*

b. *Brand choice*.

c. *Time of purchase*.

d. *Payment method*

3.4.2 Variabel Independen (X)

3.4.2.1 Pengetahuan (X_1)

Menurut Notoatmodjo, (2014), pengetahuan merupakan hasil keingintahuan seseorang terhadap suatu subjek tertentu dan dirasakan melalui kelima indera. Pengetahuan seseorang dipengaruhi beragam faktor, di antaranya pendidikan. Seiring meningkatnya jenjang pendidikan, jenjang pengetahuan pun cenderung menjadi lebih luas. Akan tetapi, ilmu pengetahuan bukan sebatas didapatkan lewat pendidikan formal saja, sehingga seseorang yang tingkat pendidikannya rendah belum tentu tingkat pengetahuannya rendah. Pengetahuan secara intinya memuat dua aspek yang mempengaruhi kepribadian seseorang, positif dan negatif. Bertambah banyaknya aspek positif yang diketahui seorang in dividu, maka akan semakin positif pula sifat kepribadian yang dimilikinya,

begitu pula sebaliknya. Pengetahuan tentang QRIS sangat berguna dimasa yang serba digital terlebih untuk kelancaran sistem pembayaran non-tunai di Indonesia. Sebagai generasi penentu bangsa, masyarakat haruslah mengetahui dan paham apa itu QRIS. Hal ini mendorong Bank Indonesia untuk semakin gencar memperkenalkan dan menginformasikan mengenai QRIS di media sosial.

Menurut Kotler & Keller, (2014), indikator pengetahuan terdiri dari beberapa yaitu :

a. Pengetahuan tentang kemanfaatan
b. Pengetahuan mengenai sistem Qris
c. Pengetahuan mengenai kelebihan
d. Pengetahuan mengenai penggunaan
e. Pengetahuan mengenai risiko

3.4.2.2 Kemudahan (X_2)

Menurut Davis dalam Rupa et al., (2025) kemudahan penggunaan adalah tingkat ekspektasi pengguna mengenai usaha yang diperlukan untuk menggunakan suatu sistem. Menurut (Jogiyanto, 2019) kemudahan penggunaan merupakan ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya. Apabila seseorang memiliki persepsi bahwa suatu sistem mudah digunakan, maka tingkat kepercayaannya terhadap sistem tersebut akan semakin meningkat. Kemudahan dalam penggunaan membuat pengguna merasa lebih yakin, nyaman, dan terdorong untuk menggunakan sistem tersebut secara berkelanjutan.

Menurut Cindy & Mujiyati, (2023) Ada beberapa indikator yang dapat digunaka nuntuk mengukur kemudahan yaitu:

1) Sistem jelas dan mudah dimengerti
2) Tidak memerlukan banyak usaha
3) Mudah digunakan
4) Mudah dioperasikan sesuai dengan keinginan

3.4.2.3 Kepercayaan (X_3)

Menurut Kotler & Keller, (2014) kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis, Kepercayaan ini mencerminkan harapan konsumen bahwa penyedia jasa dapat diandalkan dalam memenuhi janji mereka. Kepercayaan merupakan kesediaan pihak tertentu terhadap pihak lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya tersebut akan melakukan tindakan sesuai dengan yang diharapkan.

Indikator kepercayaan menurut (Kotler & Keller, 2014) yaitu sebagai berikut:

1) *Benevolence* (kesungguhan atau ketulusan).
2) *Ability* (kemampuan).
3) *Integrity* (integritas).
4) *Willingnessto depend*

3.4.2.4 Persepsi Sikap Pengguna

Sikap pengguna adalah evaluasi internal individu baik yang bersifat positif maupun negatif terhadap penggunaan suatu sistem teknologi. Sikap terbentuk berdasarkan pengetahuan, keyakinan, pengalaman, serta penilaian seseorang

mengenai keuntungan dan kemudahan teknologi tersebut. Fishbein & Ajzen (1975) menyatakan bahwa sikap muncul dari keyakinan terhadap atribut suatu objek serta penilaian individu mengenai dampak dari atribut tersebut. Indikator yang sering digunakan untuk mengukur sikap pengguna terhadap penggunaan QRIS antara lain:

1) Perasaan Senang dan Nyaman Menggunakan QRIS
2) Penilaian Positif terhadap Manfaat QRIS
3) Kecenderungan untuk Menggunakan QRIS
4) Kesediaan Merekomendasikan kepada Pengguna Lain

3.5 Prosedur dan Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sampel yang telah ditentukan untuk diteliti atau melalui sumber asli atau tanpa melalui perantara, dengan menggunakan metode *survey* dengan menggunakan kuesioner dan (Nurjanah & Patin, 2024). Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data yaitu peneliti menyebarkan kuesioner langsung atau google forms pada UMKM yang menggunakan Qris yang dijadikan sebagai sampel pada penelitian ini. Kemudian dalam pengukurannya setiap responden diminta pendapatnya mengenai suatu pertanyaan dengan skala penilaian dari 1 sampai 5 skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*.

Menurut Sugiyono, (2022) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dari kuisioner tersebut responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan jawaban yang telah ditentukan seperti instrumen dibawah ini (*skala likert)*.

1. Sangat Setuju (SS) = 5
2. Setuju (S) = 4
3. Ragu Ragu (RG) = 3
4. Tidak Setuju (TS) = 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

3.6 Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kuantitatif. Sugiyono, (2022) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul, kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis reponden, menatabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang sudah diajukan, pengelolaan data menggunakan *spss*.

3.6.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaiman adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2022).

3.6.2 Uji Kualitas Data

3.6.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. untuk mengetahui apakah suatu item dikatakan valid atau tidak maka dilakukan pembandingan antara koefisien r hitung dengan koefisien r tabel. Jika korelasi antar butir dengan skor total lebih dari 0,05 maka instrumen tersebut dinyatakan valid, atau sebaliknya jika korelasi antar butir dengan skor total kurang dari 0,05 maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Dan jika r hitung > r tabel dengan $\alpha = 0,05$ maka koefisien korelasi tersebut signifikan. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 23 dengan kriteria uji apabila *correlated item – total correlation* lebih besar dibandingkan dengan 0,05 maka data tersebut kuat (valid) (Sugiyono, 2022).

3.6.2.2Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas terhadap instrumen penelitian (kuesioner) dilakukan untuk menguji apakah hasil pengukuran dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas data dilakukan dengan uji statistik *Cronbach's Alpha*, apabila nilai *alpha*> 0,60 maka instrumen yang digunakan adalah *reliable* (Sugiyono 2022).

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian model regresi dalam menguji hipotesis haruslah menghindari kemungkinan terjadinya penyimpangan asumsi klasik.Pengujian asumsi klasik ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program computer *SPSS*.Dalam penelitian ini asumsi klasik yang dianggap penting adalah tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan memeiliki distribusi normal (Budi et al., 2024).

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Maksudnya adalah apakah dalam regresi variabel dependen dan independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal. Karena *test statistic* yang dihasilkan *valid*. Salah satu teknik yang digunakan untuk menguji normalitas yaitu *kolmogrow test*. Alat yang digunakan dalam menguji distribusi mormalitas adalah *normality test with probability plots*.Jika nilai signifikan > 0,05 berarti dapat disimpulkan bahwa data diambil dari populasi yang berdistribusi normal atau yang paling sederhana dengan melihat *Grafik Chart Normal Probability Plot*. Jika titiknya mendekati garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa datadiambil dari populasi yang berdistribusi normal (Ghozali, 2021).

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model yang baik sebaiknya tidak terjadi korelasi diantara variabel-variabel independennya.Dalam penelitian ini, uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah

adahubungan diantaravariabel Pengendalian Internal dan Kesadaran Anti Fraud Terhadap Pencegahan Kecurangan.Dengan bantuan *softwere* SPSS, uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan menggunakan VIF (*variance Inflation Factors*) dan nilai toleransi. Jika VIF > 10 dan nilai *tolerance*< 0,10 maka terjadi gejala multikolinieritas(Ghozali, 2021).

3.6.3.3 Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas terjadi dalam regresi apabila varian error tidak konstan untuk beberapa nilai X (variabel independen). Pendeteksian konstan tidaknya varian *error*. Dapat dilakukan dengan menggambarkan grafik antara Y dengan residu. Apabila garis yang membatasi sebagian titik-titik relatif paralel maka varian *error* dikatakan konstan.Tujuan uji heterokedastisitas ini untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan kepengamatan lain kostan, maka disebut dengan homokedastisitas. Dan jika varian dari residual satu pengamatan lain berbeda disebut heterokedastisitas (Ghozali, 2021).

3.6.4. Uji Hipotesa

3.6.4.1 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengetahui dan mengukur pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Selain itu, metode ini juga dapat digunakan untuk memprediksi nilai variabel terikat berdasarkan perubahan pada variabel-variabel bebas yang diteliti. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji besarnya pengaruh masing-masing variabel

independen terhadap variabel dependen. Adapun persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Y = Keputusan Penggunaan

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefesien Regresi

X_1 = Pengetahuan

X_2 = Kemudahan

X_3 = Kepercayaan

X_4 = Persepsi sikap pengguna

ε = *Error* (tingkat kesalahan)

3.6.4.2 Pengujian Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

Menurut Ghozali, (2011), uji statistik t pada dasarnya di gunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level 0,05* (α =5%). Penerimaan atau penolakan hipotesa dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesa terima. Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesa ditolak. Ini berarti secara parsial independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.4.3 Uji Simultan (Uji F)

Uji F di gunakan pada dasarnya untuk menunjukkan apakah semua variabel-variabel independen mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian yang di gunakan adalah jika *probability value* < 0,05, maka H_3 diterima dan jika *probability value* > 0,05, maka H_3 di tolak. Uji F dapat juga di lakukan dengan membandingkan F hitung dan F tabel Jika *F hitung* > *F tabel*, maka H_3 diterima artinya, data yang ada dapat membuktikan bahwa semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika *F hitung* < *F tabel* maka H_3 di tolak. Artinya, data yang ada membuktikan bahwa semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021).

3.6.4.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji adjust R^2 digunakan untuk mengetahui besarnya variasi dari variabel dependen dan sisanya yang tidak dapat dijelaskan yang merupakan bagian variasi dari variabel lain yang tidak termasuk dalam model. Pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Tidak ada ukuran yang pasti berapa besarnya R^2 untuk mengatakan bahwa suatu pilihan variabel sudah tepat. Jika R^2 semakin besar mendekati 1, maka model semakin tepat. Untuk data survai berupa *cross section* data yang diperoleh dan banyak responden pada waktu yang sama, maka nilai R^2 = 0,2 atau 0,3 sudah cukup baik. Semakin besar n (ukuran sampel) maka nilai R^2 cenderung makin kecil. Sebaliknya dalan data kurun waktu *(time serries)* dimana peneliti mengamati hubungan dari beberapa variabel pada satu unit analisis (perusahaan

atau negara) pada beberapa tahun maka R^2 akan cenderung besar. Hal ini disebabkan variasi data yang relatif kecil pada data kurun waktu yang terdiri dari satu unit analisis saja (Ghozali, 2021).

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran ojek Penelitian

4.1.1 Sejarah kota tembilahan

Kota Tembilahan merupakan ibu kota Kabupaten Indragiri Hilir yang terletak di Provinsi Riau. Kota ini memiliki peran penting sebagai pusat pemerintahan, perdagangan, pendidikan, dan jasa di Kabupaten Indragiri Hilir. Letaknya yang berada di kawasan pesisir timur Pulau Sumatra serta dilalui oleh Sungai Indragiri menjadikan Tembilahan memiliki posisi strategis dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat sejak dahulu. Secara historis, wilayah Tembilahan telah berkembang sejak masa Kesultanan Indragiri. Pada masa tersebut, Sungai Indragiri menjadi jalur transportasi utama yang menghubungkan berbagai wilayah di Sumatra dengan kawasan Semenanjung Malaya. Kondisi ini menjadikan Tembilahan sebagai salah satu pelabuhan penting yang berfungsi sebagai tempat persinggahan kapal-kapal dagang sekaligus pusat pertukaran hasil pertanian, perkebunan, dan perikanan.

Nama "Tembilahan" dipercaya berasal dari bahasa Melayu yang memiliki makna sebagai tempat persinggahan atau tempat berlabuh. Penamaan tersebut berkaitan erat dengan kondisi geografis wilayah yang berada di tepi sungai besar sehingga sejak dahulu menjadi lokasi singgah bagi para pedagang maupun pelayar yang melakukan perjalanan melalui Sungai Indragiri. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan sistem pembayaran digital, Kota Tembilahan juga mengalami perubahan dalam aktivitas transaksi ekonomi

masyarakat. Berbagai sektor usaha, seperti toko ritel, rumah makan, kafe, minimarket, pusat perbelanjaan, serta pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), mulai memanfaatkan sistem pembayaran digital berbasis Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Penerapan QRIS didukung oleh perbankan, penyedia jasa sistem pembayaran, serta program digitalisasi pembayaran yang dicanangkan oleh Bank Indonesia. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Kota Tembilahan mulai beradaptasi dengan perkembangan teknologi pembayaran digital sebagai alternatif transaksi yang lebih praktis, cepat, dan aman.

Perkembangan penggunaan QRIS di Kota Tembilahan menjadi salah satu indikator meningkatnya transformasi digital di sektor ekonomi daerah. Oleh karena itu, Kota Tembilahan dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki karakteristik masyarakat yang semakin akrab dengan penggunaan pembayaran digital, sehingga dinilai sesuai untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, dan persepsi sikap pengguna terhadap keputusan penggunaan QRIS.

4.1.2 Umkm dikota Tembilahan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di Kota Tembilahan, Kabupaten Indragiri Hilir. Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan, tetapi juga menjadi penggerak aktivitas perdagangan dan meningkatkan pendapatan masyarakat.

Sebagian besar UMKM di Kota Tembilahan bergerak pada sektor perdagangan, kuliner, jasa, kerajinan, serta usaha pengolahan hasil pertanian dan perkebunan. Sebagai ibu kota Kabupaten Indragiri Hilir, Kota Tembilahan memiliki aktivitas ekonomi yang cukup tinggi. Hal tersebut mendorong pertumbuhan jumlah UMKM yang tersebar di berbagai wilayah, baik di pusat kota maupun kawasan permukiman. UMKM menjadi salah satu penopang perekonomian daerah karena mampu memenuhi kebutuhan masyarakat sekaligus memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan pelaku usaha.

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi digital telah mendorong pelaku UMKM di Kota Tembilahan untuk mulai beradaptasi dengan sistem transaksi non-tunai. Salah satu bentuk digitalisasi yang banyak diterapkan adalah penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai metode pembayaran. Penerapan QRIS memberikan berbagai kemudahan bagi pelaku usaha, seperti mempercepat proses transaksi, mengurangi penggunaan uang tunai, mempermudah pencatatan keuangan, serta meningkatkan keamanan dalam bertransaksi.

Penerapan QRIS pada UMKM juga didukung oleh berbagai program digitalisasi pembayaran yang dilaksanakan oleh Bank Indonesia bersama pemerintah daerah, perbankan, dan penyedia jasa sistem pembayaran. Program tersebut bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan digital, memperluas penggunaan transaksi non-tunai, serta mempercepat transformasi digital pada sektor UMKM. Melalui berbagai kegiatan sosialisasi dan edukasi, semakin

banyak pelaku UMKM yang memahami manfaat penggunaan QRIS dalam mendukung operasional usaha.

Meskipun demikian, tingkat penggunaan QRIS di kalangan pelaku UMKM masih dipengaruhi oleh berbagai faktor. Sebagian pelaku usaha telah memanfaatkan QRIS sebagai metode pembayaran utama karena dinilai lebih praktis dan efisien. Namun, masih terdapat pelaku UMKM yang belum mengoptimalkan penggunaannya akibat perbedaan tingkat pengetahuan mengenai teknologi digital, persepsi terhadap kemudahan penggunaan, tingkat kepercayaan terhadap keamanan sistem, maupun sikap terhadap penggunaan teknologi pembayaran digital.

Selain itu, perubahan perilaku konsumen juga menjadi salah satu faktor yang mendorong pelaku UMKM untuk menyediakan layanan pembayaran menggunakan QRIS. Masyarakat, khususnya generasi muda dan pengguna layanan perbankan digital, cenderung memilih metode pembayaran non-tunai karena dianggap lebih cepat, praktis, dan efisien. Kondisi tersebut mendorong pelaku UMKM untuk mengikuti perkembangan teknologi agar tetap mampu bersaing dan memenuhi kebutuhan konsumen. Berdasarkan kondisi tersebut, UMKM di Kota Tembilahan menjadi objek yang relevan dalam penelitian ini.

Perkembangan penggunaan QRIS di kalangan pelaku UMKM maupun konsumen menunjukkan adanya proses transformasi digital dalam sistem pembayaran. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, dan persepsi sikap pengguna terhadap keputusan penggunaan QRIS di Kota Tembilahan diharapkan dapat memberikan gambaran

mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan sistem pembayaran digital serta menjadi masukan bagi pihak-pihak terkait dalam meningkatkan adopsi QRIS di daerah.

4.1.3 Deskriptif Responden

Data Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang melalui penyebaran daftar pertanyaan yang telah diantarakan secara langsung pada pengguna qris di Umkm sektor kuliner dikota tembilahan. Populasi penelitian ini adalah konsumen pengguna qris

Tabel 4. 1 Teknik pengambilan Kuesioner

keterangan	Jumlah data
Total kuesioner yang disebarkan	150
Total kuesioner kembali	101
Total kuesioner yang tidak kembali	49
Total kuesioner yang dapat di olah	101
Tingkat pengembalian kuesioner 101/110 x 100%	67,33%

Sumber : Data olahan 2026

Data tabel 4.1 dapat dilihat bahwa peneliti telah menyebarkan sebanyak 150 (seratus lima puluh) kuesioner, dimana terdapat 49 (empat puluh sembilan) kuesioner dari total kuesioner yang tidak dikembalikan, sedangkan 101 (seratus satu) kuesioner dapat diolah berarti tingkat pengembalian dari kuesioner yang telah dibagikan sebesar 67,33

Tabel 4. 2 Demografi Responden

No	Data Responden	Jumlah responden	Persentase
1	Usia	101	100%
	17 S/d 22	54	53%
	23 S/d 30	47	47%
2	Jenis Kelamin	76	100%
	Laki-Laki	66	65%
	Perempuan	35	35%

Sumber : Data Olahan :2026

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat demografi dari responden pada sisi usia terdapat sebanyak 54 responden atau setara (53%) yang berada direntang usia 17-22 tahun, kemudian sebanyak 47 responden atau setara (47%) yang berada di rentang usia 23-30 tahun. Sedangkan jenis kelamin dari masing-masing responden lebih dominan Laki - Laki dengan jumlah 55 responden atau setara (65%) dan Perempuan hanya berkisaran 35 responden atau sebesar (35%).

4.2 Hasil penelitian

4.2.1 Statistik Deskriptif

Menurut sugiyono (2022) statistik deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau meringkas data yang telah terkumpul. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran umum tentang data tanpa membuat generalisasi atau kesimpulan yang berlaku untuk populasi yang lebih luas. Dengan statistik deskriptif, kumpulan data yang diperoleh akan disajikan dengan ringkasan dan rapi serta dapat memberikan informasi inti dari kumpulan data yang ada.

Pada statistik deskriptif, ada dua jenis utama pengolahan data. Pertama adalah penyajian data, yang bisa dilakukan melalui tabel, grafik batang, diagram lingkaran, histogram, atau bentuk visual lainnya. Tujuannya agar data dapat dilihat dengan cepat dan mudah dipahami. Salah satunya adalah ukuran pemusatan, yang mencakup mean atau rata-rata, median sebagai nilai tengah dalam data yang diurutkan, dan modus sebagai nilai yang paling sering muncul.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Statistik deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan	101	7	35	30,31	4,487
Kemudahan	101	6	25	21,58	3,617
Kepercayaan	101	6	25	21,06	3,373
Persepsi Sikap Pengguna	101	3	15	12,43	2,188
Keputusan Penggunaan	101	5	25	21,13	3,730
Valid N (listwise)	101				

Sumber : Hasil Pengolahan Data Spss, 2026

Dari table 4.3 dapat diketahui bahwa jumlah responden (N) yang diolah dalam penelitian berjumlah 101 responden. Nilai terendah dari data ditunjukkan oleh skor minimum, sedangkan nilai tertinggi dari data ditunggukkan oleh skor maksimum dalam table. *Mean* digunakan untuk mengukur nilai rata-rata dari data dan standar deviasi menunjukkan simpangan baku.

Variabel pengetaguan (X1) memiliki nilai minimum sebesar 7, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 35 dengan nilai rata-rata sebesar 30,31 dan standar deviasi sebesar 4,487 Variabel Kemudahan (X2) memiliki nilai minimum sebesar 5, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 25 dengan nilai rata-rata sebesar 21,58 dan standar deviasi sebesar 3,617 Variabel Kepercayaan (X3) memiliki nilai

minimum sebesar 5, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 25 dengan nilai rata-rata sebesar 21,06 dan standar deviasi sebesar 3,373. Variabel Persepsi Sikap Pengguna (X4) memiliki nilai minimum sebesar 3, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 15 dengan nilai rata-rata sebesar 12,43 dan standar deviasi sebesar 2,188. Variabel Keputusan Penggunaan (Y) memiliki nilai minimum sebesar 5, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 25 dengan nilai rata-rata sebesar 21,13 dan standar deviasi sebesar 3,730.

4.2.2 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini (dalam bentuk kuesioner) benar-benar mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara akurat (*valid*) dan konsisten (*Reliabel*). Pengujian ini penting karena kualitas data yang baik merupakan dasar bagi keakuratan analisis statistik dan kesimpulan yang diambil dalam penelitian.

4.2.2.1 Uji Validitas data

Menurut Sugiyono (2022) instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut *valid*. "Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur". Teknik yang digunakan untuk mengukur validitas pernyataan kuesioner adalah product moment pearson dengan cara mengkorelasikan masing-masing item pernyataan kuesioner dan membandingkan rtabel dengan rhitung. Dengan kata lain, validitas menunjukkan ketepatan dan kecocokan antara indikator/pernyataan dalam kuesioner dengan konsep yang diteliti. Biasanya uji validitas dilakukan menggunakan rumus korelasi Pearson (dalam SPSS, Excel, atau aplikasi statistik

lainnya). Hasil korelasi kemudian dibandingkan dengan nilai *r tabel* (pada taraf signifikansi tertentu, biasanya 0,05). Jika nilai korelasi (*r hitung*) lebih besar *dari r tabel*, maka item dinyatakan valid.

Kriterian Pengambilan Keputusan :

1. Apabila *rhitung* > *rtabel* atau Sig < 0,05,maka Ho ditolak
2. Apabila *rhitung* < *rtabel* atau Sig > 0,05, maka Ho diterima
3. Nilai *rtabel* pada a=5% dan df = n-2

a. Pengetahuan

Pengujian validitas dari instrument peneloitian dengan menghitung angka kolerasi atau *r hitung* dari nilai jawaban tiap responden untuk setiap butir pertanyaan kemudian dibandingkan dengan *r table*.

Tabel 4. 4 Hasil Uji validitas Pengetahuan (X1)

Item/Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	**0,860**	**0,195**	**Valid**
2	**0,883**	**0,195**	**Valid**
3	**0,734**	**0,195**	**Valid**
4	**0,867**	**0,195**	**Valid**
5	**0,810**	**0,195**	**Valid**
6	**0,865**	**0,195**	**Valid**
7	**0,689**	**0,195**	**Valid**

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Pada instrument persepsi kemudahan terdiri dari 7 pertanyaan berdasarkan table 4.4 hasil perhitungan kolerasi setiap butir pertanyaan terhadap totoalnya. variabel persepsi kemudahan diatas mempunyai nilai *r hitung* yang lebih besar dari *r table*, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap butir pertanyaan pada instrument persepsi kemudahan adalah valid dan setiap butir pertanyaan memiliki kolerasi yang positif dengan skor totalnya.

b. Kemudahan

Pengujian validitas dari instrument peneloitian dengan menghitung angka kolerasi atau *r hitung* dari nilai jawaban tiap responden untuk setiap butir pertanyaan kemudian dibandingkan dengan *r table*.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Kemudahan (X2)

Item/Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	**0,825**	**0,195**	**Valid**
2	**0,777**	**0,195**	**Valid**
3	**0,906**	**0,195**	**Valid**
4	**0,815**	**0,195**	**Valid**
5	**0,863**	**0,195**	**Valid**

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Pada instrument kemudahan terdiri dari 5 pertanyaan berdasarkan table 4.5 hasil perhitungan kolerasi setiap butir pertanyaan terhadap totoalnya. variabel kemudahan diatas mempunyai nilai *r hitung* yang lebih besar dari *r table*, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap butir pertanyaan pada instrument kemudahan adalah valid dan setiap butir pertanyaan memiliki kolerasi yang positif dengan skor totalnya.

c. Kepercayaan

Pengujian validitas dari instrument peneloitian dengan menghitung angka kolerasi atau r hitung dari nilai jawaban tiap responden untuk setiap butir pertanyaan kemudian dibandingkan dengan *r table*.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X3)

Item/Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	**0,851**	**0,195**	**Valid**
2	**0,876**	**0195**	**Valid**
3	**0,835**	**0,195**	**Valid**
4	**0,811**	**0,195**	**Valid**
5	**0,879**	**0,195**	**Valid**

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Pada instrument kepercayaan terdiri dari 5 pertanyaan berdasarkan table 4.6 hasil perhitungan kolerasi setiap butir pertanyaan terhadap totoalnya. variabel kepercayaan diatas mempunyai nilai *r hitung* yang lebih besar dari *r table*, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap butir pertanyaan pada instrument kepercayaan adalah valid dan setiap butir pertanyaan memiliki kolerasi yang positif dengan skor totalnya.

d. Persepsi Sikap Pengguna

Pengujian validitas dari instrument peneloitian dengan menghitung angka kolerasi atau *r hitung* dari nilai jawaban tiap responden untuk setiap butir pertanyaan kemudian dibandingkan dengan *r table*.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Persepsi Sikap Pengguna (X4)

Item/Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	**0,866**	**0,195**	**Valid**
2	**0,835**	**0,195**	**Valid**
3	**0,818**	**0,195**	**Valid**

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Instrumen variabel persepsi sikap pengguna terdiri atas tiga butir pertanyaan. Berdasarkan hasil uji validitas yang disajikan pada Tabel 4.7, diketahui bahwa nilai korelasi (r hitung) pada setiap butir pertanyaan lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan pada instrumen variabel persepsi sikap pengguna telah memenuhi kriteria validitas. Dengan demikian, setiap butir pertanyaan dinyatakan valid karena memiliki korelasi yang positif dan signifikan dengan skor total, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian untuk mengukur variabel persepsi sikap pengguna.

e. Keputusan Penggunaan

Pengujian validitas dari instrument peneloitian dengan menghitung angka kolerasi atau *r hitung* dari nilai jawaban tiap responden untuk setiap butir pertanyaan kemudian dibandingkan dengan *r table*.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan (Y)

Item/Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	**0,764**	**0,195**	**Valid**
2	**0,895**	**0,195**	**Valid**
3	**0,829**	**0,195**	**Valid**
4	**0,790**	**0,195**	**Valid**
5	**0,822**	**0,195**	**Valid**

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Pada instrument Keputusan Penggunaan terdiri dari 5 pertanyaan berdasarkan table 4.8 hasil perhitungan kolerasi setiap butir pertanyaan terhadap totoalnya. variabel Keputusan Penggunaan diatas mempunyai nilai *r hitung* yang lebih besar dari *r table*, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap butir pertanyaan pada instrument Keputusan Penggunaan adalah valid dan setiap butir pertanyaan memiliki kolerasi yang positif dengan skor totalnya.

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2022) uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap kuesioner stabil dari waktu kewaktu. Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala/kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Menurut Sugiyono (2022) jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 maka item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan *reliabel*. Dan

sebaliknya, apabila nilai *Cronbach Alpha* kurang dari 0,60 maka item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan tidak *reliabel*. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan program SPSS (*Statistical Program and Service Solution*) versi 26.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	*Cronbanch' alpha*	Nilai standard	Keterangan
Pengetahuan	**0,908**	**0,60**	**Reliabel**
Kemudahan	**0,890**	**0,60**	**Reliabel**
Kepercayaan	**0,900**	**0,60**	**Reliabel**
Persepsi sikap pengguna	**0,791**	**0,60**	**Reliabel**
Keputusan Penggunaan Qris	**0,902**	**0,60**	**Reliabel**

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Pada table 4.9, menunjukka nilai *Cronbanch's alpha* terhadap variabel pengetahuan adalah sebesar (0,908), kemudahan (0,890), kepercayaan (0,900), persepsi sikap pengguna (0,791) dan keputusan penggunaan qris (0,902). Dari 5 variabel yang diteliti yakni pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, persepsi sikap pengguna dan keputusan penggunaan qris bisa dikatakan reliable karena memiliki nilai > 0,60.

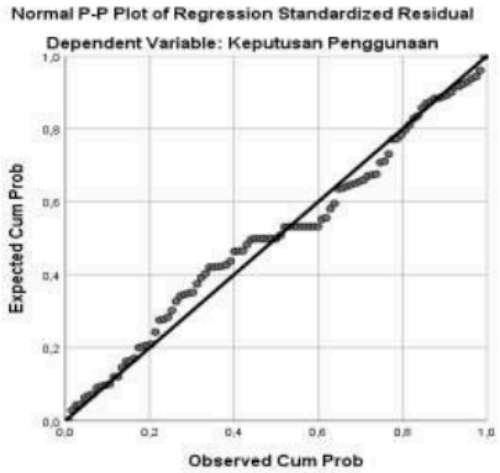
4.2.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui data yang digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kelayakan penggunaan model regresi dlam penelitian. Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap uji yaitu dengan uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan bantuan computer SPSS versi 26.

4.2.3.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel residual berdistribusi secara normal dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik mempunyai variabel residual yang berdistribusi secara normal. Menurut Ghozali (2021), hipotesis uji normalitas One Kolmogorov-Smirnov, Data residual berdistribusi secara normal Jika Sig. (*2-tailed*) > 0,05, maka tidak tolak H0, artinya variabel residual berdistribusi secara normal. Data residual berdistribusi secara tidak normal Jika Sig. (*2-tailed*) < 0,05, maka tolak H0, artinya variabel residual berdistribusi secara tidak normal. Uji normalitas adalah suatu pengujian statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Distribusi normal adalah salah satu asumsi penting dalam berbagai jenis analisis statistik parametrik seperti regresi, uji t, dan ANOVA. Distribusi normal artinya data tersebar secara simetris, membentuk kurva lonceng (*bell curve*), dengan mayoritas nilai berada di sekitar nilai rata-rata.

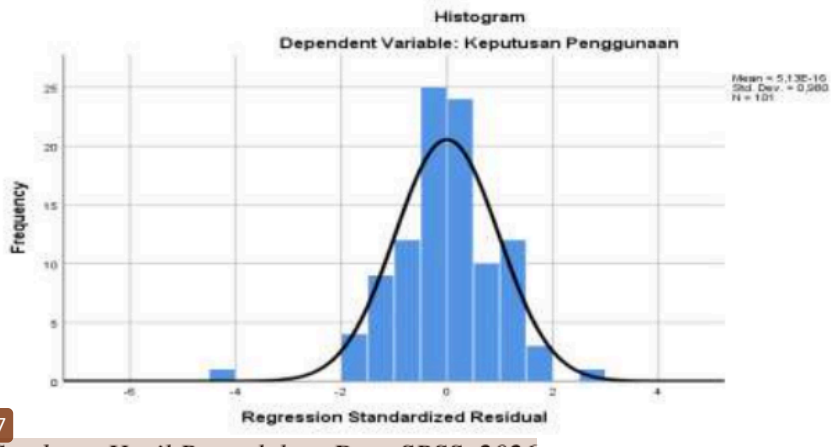
Gambar 4. 1 Pengujian Normalitas dengan Grafik Normal Probabiliti plot



Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Berdasarkan gambar 4.1 dapat dilihat grafik *chart normal probability plot* (*p-p plot*) menunjukkan bahwa titik-titik mendekati garis diagonal dan tidak melenceng kekanan dan kekiri. Sehingga bisa disimpulkan bahwa distribusi data penelitian adalah normal.

Gambar 4. 2 Grafik Histogram



Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Dari Gambar 4.2, terlihat bahwa grafik histogram membentuk pola simetris menyerupai kurva lonceng (*bell-shaped curve*). Hal ini mengindikasikan bahwa

sebaran data residual berada dalam distribusi yang mendekati normal. Grafik ini memperkuat temuan dari grafik P–P Plot sebelumnya. Untuk menguatkan hasil analisis grafik, dilakukan juga uji statistik *Kolmogorov–Smirnov (K–S Test)* terhadap residual unstandardized. Hipotesis yang digunakan: • H1 : Data residual terdistribusi normal, H0 : Data residual tidak terdistribusi normal. Adapun hasil output SPSS uji normalitas dapat dilihat pada table 4.10 dibawah ini :

Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		101
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,12538112
Most Extreme Differences	Absolute	,082
	Positive	,071
	Negative	-,082
Test Statistic		,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		,090[c]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Berdasarkan table 4.10, hasil *uji Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan bahwa data distribusi normal. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi 0,090 artinya lebih besar dari 0,05 maka model oenelitian ini memenuhi uji asumsi klasik normalitas. Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas terpenuhi dan data dapat dianalisis menggunakan metode statistik parametrik.

4.2.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Pendeteksian multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat dua indikator utama, yaitu nilai *Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF)*. Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai *VIF* kurang dari 10, maka model dapat dikatakan bebas dari multikolinearitas.

Tabel 4. 11

Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,737	1,535		,480	,632		
	Pengetahuan	,044	,087	,053	,506	,614	,310	3,228
	Kemudahan	,239	,107	,231	2,232	,028	,315	3,176
	Kepercayaan	,488	,128	,441	3,813	,000	,253	3,956
	Persepsi Sikap Pengguna	,293	,165	,172	1,773	,079	,361	2,773

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada Tabel *Coefficients*, diperoleh bahwa semua variabel independen dalam model regresi memiliki nilai *tolerance* di atas 0,10 dan nilai *VIF* di bawah 10. Variabel pengetahuan memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,310 dan *VIF* sebesar 3,228. kemudahan menunjukkan nilai *tolerance* sebesar 0,315 dan *VIF* sebesar 3,175. Selanjutnya, kepercayaan

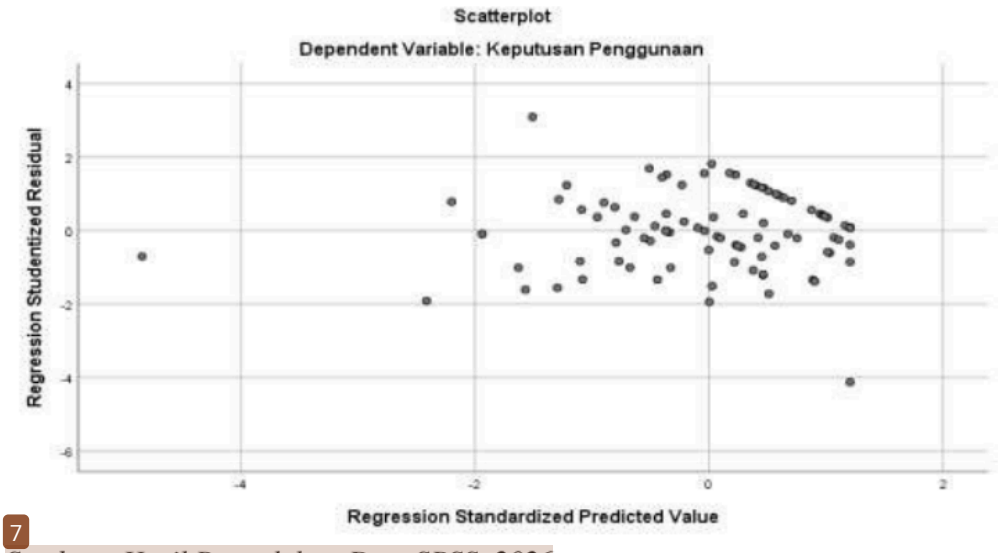
memiliki *tolerance* sebesar 0,258 dan *VIF* sebesar 3,958, sedangkan persepsi sikap pengguna memiliki *tolerance* tertinggi sebesar 0,361 dan *VIF* terendah sebesar 2,773. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat adanya gejala multikolinearitas dalam model persamaan regresi didalam penelitian yang dilakukan ini.

4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan metode grafik, yaitu dengan *scatterplot* antara nilai *SRESID* (residual yang telah distandarkan) dengan *ZPRED* (nilai prediksi terstandarisasi). Grafik *scatterplot* digunakan untuk melihat apakah terdapat pola tertentu pada penyebaran data. Model regresi yang baik tidak menunjukkan pola yang jelas (acak) dan tidak membentuk kurva atau garis tertentu. Berikut adalah grafik *scatterplot* hasil olahan data penelitian ini:

Gambar 4. 3

Grafik Scatterplot untuk Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Berdasarkan Gambar 4.3 dapat dilihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah sumbu horizontal (nilai 0) dan tidak membentuk pola tertentu, seperti pola melengkung, menyempit, atau melebar. Penyebaran titik-titik yang tidak teratur tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa asumsi klasik mengenai homoskedastisitas telah terpenuhi, sehingga model regresi dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut secara valid dan efisien.

4.2.4 Uji Hipotesa

4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,737	1,535		,480	,632
	X1	,044	,087	,053	,506	,614
	X2	,239	,107	,231	2,232	,028
	X3	,488	,128	,441	3,813	,000
	X4	,293	,165	,172	1,773	,079

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Model persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y = 0{,}737 + 0{,}044X1 + 0{,}239X2 + 0{,}488X3 - 0{,}293X4 + \varepsilon$$

1. Nilai konstanta sebesar 0,737 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen, yaitu X1, X2, X3, dan X4, dianggap bernilai 0 atau tidak mengalami perubahan, maka nilai keputusan penggunaan QRIS tetap sebesar

0,737. Nilai konstanta ini menggambarkan besarnya keputusan penggunaan QRIS yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam model regresi.

2. Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat dianalisis pengaruh masing-masing variabel independen terhadap keputusan penggunaan qris, yaitu koofisien regresi 0,044 (X1) pada variabel penegetahuan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada pengetahuan akan meningkatkan keputusan penggunaan QRIS sebesar 0,044 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Namun, berdasarkan nilai signifikansi sebesar 0,614 > 0,05, pengaruh tersebut tidak signifikan. Dengan demikian, pengetahuan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan QRIS.
3. Nilai koefisien regresi 0,239 (X2) pada variabel kemudahan bernilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kemudahan akan meningkatkan keputusan penggunaan QRIS sebesar 0,239 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. nilai signifikansi sebesar 0,028 < 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh kemudahan terhadap keputusan penggunaan QRIS berpengaruh positif dan signifikan.
4. Nilai koefisien regresi 0,488 (X3) pada variabel kepercayaan bernilai positif. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada kepercayaan akan meningkatkan keputusan penggunaan QRIS sebesar 0,488 satuan dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

penggunaan QRIS. Selain itu, nilai *Standardized Beta* sebesar 0,441 merupakan yang terbesar dibandingkan variabel lainnya, sehingga kepercayaan menjadi variabel yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap keputusan penggunaan QRIS.

5. Nilai koefisien regresi 0,293 (X4) pada variabel persepsi sikap pengguna bernilai positif. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada kepercayaan akan meningkatkan keputusan penggunaan QRIS sebesar 0,293 satuan dengan asumsi variabel lain tetap. Namun, berdasarkan nilai signifikansi sebesar 0,079 > 0,05, pengaruh tersebut tidak signifikan. Dengan demikian, persepsi sikap pengguna tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan QRIS.

4.2.4.2 Uji Parsial (Uji T)

Uji-t dilakukan untuk menguji seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Dengan demikian, *uji-t* membantu menentukan variabel mana yang berkontribusi.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,737	1,535		,480	,632
	X1	,044	,087	,053	,506	,614
	X2	,239	,107	,231	2,232	,028
	X3	,488	,128	,441	3,813	,000
	X4	,293	,165	,172	1,773	,079

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Berdasarkan hasil *uji-t* yang ditujukan pada tabel 4.13 diatas, menunjukkan bahwa variabel pengetahuan memiliki nilai *t hitung* sebesar 0,506 lebih kecil dari *t tabel* sebesar 1,984 dan tingkat signifikasi 0,614 lebih besar dari tingkat signifikasi yang ditetapkan yaitu 0,05, maka H1 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan qris.

Variabel kemudahan memiliki nilai *t hitung* sebesar 2,232 lebih besar dari *t tabel* sebesar 1,984 dan tingkat signifikasi 0,028 lebih kecil dari tingkat signifikasi yang ditetapkan yaitu 0,05, maka H2 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan qris.

Variabel kepercayaan memiliki nilai *t hitung* sebesar 3,813 lebih besar dari *t tabel* sebesar 1,984 dan tingkat signifikasi 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikasi yang ditetapkan yaitu 0,05, maka H3 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan qris.

Variabel persepsi sikap pengguna memiliki nilai *t hitung* sebesar 1,773 lebih kecil dari *t tabel* sebesar 1,993 dan tingkat signifikasi 0,079 lebih besar dari tingkat signifikasi yang ditetapkan yaitu 0,05, maka H4 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi sikap pengguna tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan qris.

Berdasarkan hasil *uji-t*, yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan, kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan

penggunaan qris, sedangkan variabel pengetahuan, persepsi sikap pengguna tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan gris tersebut.

4.2.4.3 Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2021) *Uji F* disini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama–sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). *Uji F* bertujuan untuk menunjukan apakah semua variabel independent yang dimasukan kedalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 14 Uji Simultan (F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	939,602	4	234,901	49,921	,000[b]
	Residual	451,724	96	4,705		
	Total	1391,327	100			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji ANOVA pada tabel di atas, diperoleh nilai *F hitung* sebesar 49,921 yang lebih besar daripada *F tabel* sebesar 2,466. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara simultan variabel pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, dan persepsi sikap pengguna berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Dengan demikian, H5 diterima dan H0 ditolak, yang berarti keempat variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan pada variabel keputusan penggunaan QRIS.

4.2.5 Pengujian Koefesien determinan (R2)

Hasil uji koefisien determinasi (R2) pada dasarnya untuk mengetahui seberapa jauh kamampuan model dalam menjelaskan variasi variabel independen. Hasil pengujian *koefisien (R2)* dapat dilihat pada tabel 4.15

Tabel 4. 15 Hasil Koefesien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,822[a]	,675	,662	2,16921	,675	49,921	4	96	,000

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Berdasarkan table diatas besarnya nilai *R Square* (R^2) adalah 0,675 , ini berarti 67,5% variasi independen yang terdiri dari variabel pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, dan persepsi sikap pengguna sedangkan 32,5% dijelaskan sebab-sebab lainnya.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Pengetahuan (X_1) Terhadap Keputusan Penggunaan Qris (Y)

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, variabel pengetahuan memperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,044 dengan nilai signifikansi 0,614. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 (0,614 > 0,05), sehingga menunjukkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa tingkat pengetahuan yang dimiliki responden mengenai QRIS belum menjadi faktor utama dalam

menentukan keputusan penggunaan. Responden tetap menggunakan QRIS meskipun tingkat pengetahuan yang dimiliki berbeda-beda. Hal ini dapat terjadi karena penggunaan QRIS saat ini telah menjadi bagian dari kebiasaan masyarakat dalam melakukan transaksi digital. Kemudahan akses teknologi, promosi dari penyedia layanan pembayaran digital, serta meningkatnya jumlah merchant yang menerima pembayaran menggunakan QRIS memungkinkan masyarakat menggunakan QRIS tanpa harus memiliki pemahaman yang mendalam mengenai sistem, mekanisme, maupun regulasi yang mendasarinya.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Cindy dan Mujiyati (2023) yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Menurut penelitian tersebut, semakin tinggi pengetahuan seseorang mengenai QRIS, maka semakin besar pula kecenderungan untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran. Perbedaan hasil penelitian dapat disebabkan oleh karakteristik responden, lokasi penelitian, maupun tingkat literasi digital yang berbeda. Pada penelitian Cindy dan Mujiyati, responden kemungkinan memiliki tingkat pemahaman yang lebih beragam sehingga pengetahuan menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan penggunaan.

Sebaliknya, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rupa, Reu, dan Djo (2025) yang menyatakan bahwa persepsi pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS pada UMKM kuliner. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa meskipun responden memiliki tingkat pengetahuan yang berbeda mengenai QRIS, keputusan penggunaan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain, seperti kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital dan

kebutuhan transaksi sehari-hari. Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa pengetahuan belum menjadi faktor utama dalam memengaruhi keputusan penggunaan QRIS. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS ditolak. Pengetahuan hanya memberikan pengaruh positif yang relatif kecil, namun belum mampu meningkatkan keputusan penggunaan QRIS secara signifikan.

4.3.2 Pengaruh Kemudahan (X_2) Terhadap Keputusan Penggunaan Qris (Y)

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, variabel kemudahan memperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,239 dengan nilai signifikansi 0,028. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 (0,028 > 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan pengguna terhadap QRIS, maka semakin tinggi pula keputusan pengguna dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah QRIS digunakan, maka semakin tinggi keputusan pelaku UMKM untuk menggunakannya. Kemudahan dalam proses transaksi, kecepatan pembayaran, kemudahan memperoleh kode QR, serta kemudahan pengoperasian aplikasi menjadi faktor yang mendorong responden memilih QRIS sebagai alat pembayaran. Hasil penelitian ini sesuai dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis, yang menjelaskan bahwa perceived ease of use (persepsi kemudahan) merupakan

salah satu faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi. Semakin mudah suatu teknologi dipahami dan digunakan, maka semakin tinggi kemungkinan seseorang menerima dan menggunakannya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Arnanda, Syahbudi, dan Yulia (2025) yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS pada UMKM di Pontianak. Selain itu, penelitian ini juga mendukung hasil penelitian Meri dan Ermansyah (2024) yang menemukan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS pada masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru.

4.3.3 Pengaruh Kepercayaan (X_3) Terhadap Keputusan Penggunaan Qris

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, variabel kepercayaan memperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,448 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 (0,000 < 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap QRIS, maka semakin tinggi pula keputusan pengguna dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Selain itu, nilai Standardized Beta sebesar 0,441 merupakan yang terbesar dibandingkan variabel independen lainnya, sehingga kepercayaan merupakan variabel yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap keputusan penggunaan QRIS.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Meri dan Ermansyah (2024) yang menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan penggunaan QRIS pada masyarakat Kecamatan Tuah Madani Kota Pekanbaru. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap keamanan dan keandalan sistem QRIS, maka semakin tinggi pula keputusan masyarakat untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa dibandingkan dengan pengetahuan, kemudahan, maupun persepsi sikap pengguna, faktor kepercayaan memiliki kontribusi yang paling besar dalam memengaruhi keputusan penggunaan QRIS. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengguna lebih mengutamakan keyakinan bahwa transaksi akan berlangsung dengan aman, cepat, dan bebas dari kesalahan dibandingkan hanya mempertimbangkan kemudahan penggunaan aplikasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS diterima. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap QRIS, maka semakin tinggi pula keputusan pengguna untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran digital.

4.3.4 Pengaruh Persepsi Sikap Pengguna (X_4) Terhadap Keputusan Penggunaan Qris

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, variabel persepsi sikap pengguna memperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,293 dengan nilai signifikansi 0,079. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 (0,079 > 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi sikap pengguna tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Nilai

koefisien regresi yang negatif menunjukkan adanya arah hubungan yang berlawanan, namun karena pengaruhnya tidak signifikan maka perubahan pada persepsi sikap pengguna tidak memberikan pengaruh yang nyata terhadap keputusan penggunaan QRIS.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Rupa, Reu, dan Djo (2025) yang menyatakan bahwa sikap pengguna berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS pada UMKM kuliner. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin positif sikap pengguna terhadap penggunaan QRIS, maka semakin besar pula kecenderungan pengguna untuk memutuskan menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran.

Perbedaan hasil penelitian ini dapat disebabkan oleh karakteristik responden maupun lingkungan penelitian yang berbeda. Pada penelitian Rupa dkk., responden merupakan pelaku UMKM kuliner yang secara langsung memanfaatkan QRIS dalam aktivitas usahanya sehingga sikap terhadap teknologi pembayaran digital menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan penggunaan. Sementara itu, pada penelitian ini responden kemungkinan telah menganggap QRIS sebagai metode pembayaran yang umum digunakan sehingga sikap terhadap QRIS tidak lagi menjadi faktor utama yang menentukan keputusan penggunaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan persepsi sikap pengguna berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS ditolak. Persepsi sikap pengguna belum mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS karena terdapat

faktor lain yang lebih dominan, terutama kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital.

4.3.5 Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi sikap pengguna Terhadap Keputusan Penggunaan Qris

Berdasarkan hasil *uji F* (simultan), diperoleh nilai *Fhitung* sebesar 49,921 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 (0,000 < 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, dan persepsi sikap pengguna secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, dan persepsi sikap pengguna secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS diterima.

Selain itu, berdasarkan hasil *Model Summary*, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,662. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 66,2% variasi keputusan penggunaan QRIS dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, dan persepsi sikap pengguna. Sementara itu, sisanya sebesar 33,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian yang tidak diteliti, seperti persepsi manfaat, persepsi risiko, promosi, pengaruh sosial, kualitas layanan, gaya hidup digital, maupun faktor-faktor lainnya. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan keputusan penggunaan QRIS.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan pengujian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan dari masing-masing hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Persepsi Sikap Pengguna Terhadap Keputusan Penggunaan Qris, dengan jumlah sampel sebanyak 101 responden.
2. Variabel pengetahuan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan qris, hasil ini menunjukan bahwa variabel pengetahuan memiliki nilai *t hitung* sebesar 0,506 lebih kecil dari *t tabel* sebesar 1,984 dan tingkat signifikasi 0,614 lebih besar dari tingkat signifikasi yang ditetapkan yaitu 0,05, maka H1 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan qris.
3. Variabel kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan qris, hasil ini menunjukan bahwa variabel kemudahan memiliki nilai *t hitung* sebesar 2,232 lebih besar dari *t tabel* sebesar 1,984 dan tingkat signifikasi 0,028 lebih kecil dari tingkat signifikasi yang ditetapkan yaitu 0,05, maka H2 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan sangat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan qris.
4. Variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan qris, hasil ini menunjukan bahwa variabel

kepercayaan memiliki nilai *t hitung* sebesar 3,813 lebih besar dari *t tabel* sebesar 1,984 dan tingkat signifikasi 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikasi yang ditetapkan yaitu 0,05, maka H3 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan qris.

5. Variabel persepsi sikap pengguna secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan qris, hasil ini menunjukan bahwa variabel persepsi sikap pengguna memiliki nilai *t hitung* sebesar 1,773 lebih kecil dari *t tabel* sebesar 1,993 dan tingkat signifikasi 0,079 lebih besar dari tingkat signifikasi yang ditetapkan yaitu 0,05, maka H4 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan qris.
6. Secara simultan variabel pengetahuan, kemudahan, kepercayaan, persepsi sikap pengguna terhadap keputusan penggunaan qris. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa nilai *Fhitung* sebesar 49,921 lebih besar dari *Ftabel* sebesar 2,466 dan tingkat signifikasi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel penetahuan, kemudahan, kepercayaan, dan persepsi sikap pengguna berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan qris, sehingga H5 diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil uji dalam penelitian yang telah dilakukan ini, maka penelitian merangkum beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi pengguna diharapkan Agar semakin memanfaatkan teknologi uang elektronik untuk kemudahan bertransaksi sehari-hari, namun untuk tetap

memperhatikan aturan dan batasan dan jangan sampai terjatuh pada pola prilaku konsumtif yang berlebihan. Untuk terus meningkatkan literasi keuangan dengan mengikuti perkembangan teknologi keuangan yang ada dengan mencoba berbagai fitur serta memanfaatkan layanan yang telah diberikan oleh penyedia jasa teknologi keuangan supaya transaksi menjadi lebih praktis dan ekonomi digita indonesia semakin berkembang

2. Diharapkan dapat menambahkan variabel untuk dapat dilakukan perbandingan minat dengan objek tambahan melalui penelitian selanjutnya yang berpengaruh terhadap keputusan penggunaan qris dan hasil penelitian tersebut dapat digeneralisasikan.
3. Penelitian selanjutnya sebaiknya dilakukan dengan populasi yang lebih luas, tidak hanya di Kota tembilahan saja, agar hasilnya dapat digeneralisasi lebih luas. Selain itu, penggunaan metode campuran (kuantitatif dan kualitatif) dapat memperkaya data dan mendalami alasan-alasan yang tidak terjangkau oleh kuesioner.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179–211.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice-Hall.

Arnanda, R., Syahbudi, & Yulia. (2025). Pengaruh pemahaman dan kemudahan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada UMKM di Pontianak. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, *8*(1). https://doi.org/10.36778/jesya.v8i1.1810

Astuti, R., & Putra, D. (2022). Attitude toward digital payment and behavioral intention: Evidence from Indonesian SMEs. *Journal of Business Digital*, *4*(2), 115–123.

Azzahroo, R. A., & Estiningrum, S. D. (2021). Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Teknologi Pembayaran. *Jurnal Manajemen Motivasi*, *17*(1), 10. https://www.academia.edu/download/75403244/pdf.pdf

Bank, W. (2020). *Digital financial services*. https://www.worldbank.org

Budi, A. D. A. S., Septiana, L., & Mahendra, B. P. (2024). Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Kajian Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, *3*(1), 1–11.

Cindy, E., & Mujiyati. (2023). *Pengaruh pengetahuan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan QRIS* [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. https://journals.ums.ac.id

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user

acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, *13*(3), 319–340.

Fiorentina, E. L. (2023). *Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan dan sikap penggunaan teknologi terhadap keputusan penggunaan QRIS pada UMKM di Kecamatan Tegowanu*. Universitas Islam Negeri Walisongo.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hadi, D. A. S., & Bhilawa, L. (2024). Analisis faktor yang mempengaruhi penggunaan QRIS pada Generasi Z di Surabaya. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *8*(1), 1–12.

Hafifuddin, H., & Wahyudi, R. (2022). Analisis Persepsi Jamaah Masjid di Kecamatan Gondokusuman Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Business*, *5*(2), 114–127. https://upgradeojs.rifqisyams.id/index.php/dinamis/article/download/3347/1956

Husnayetti, H., & Sestri, E. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Online Banking Generasi X, Y, dan Z. *Liquidity: Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*, *8*(2), 175–182. https://www.ojs.itb-ad.ac.id/index.php/LQ/article/download/341/195

Indonesia, B. (2020). *Laporan Kebijakan Sistem Pembayaran Nasional 2020*. https://www.bi.go.id

Indonesia, C. (2023). *Transaksi QRIS tembus 1,59 miliar pada 2023*.

https://www.cnbcindonesia.com

iNews, K. (2023a). *Dampak kasus pemalsuan QR Code QRIS, kepercayaan masyarakat berkurang*. https://karawang.inews.id/read/282715/dampak-kasus-pemalsuan-qr-code-qris-kepercayaan-masyarakat-berkurang

iNews, K. (2023b). *Mahasiswa magister pengembangan IKM IPB bicara fenomena cashless society*. https://karawang.inews.id/read/450982/mahasiswa-magister-pengembangan-ikm-ipb-bicara-soal-fenomena-cashless-society

Jogiyanto. (2019). *Kajian Literatur dan Arah Topik Riset Kedepan*. Andi.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. (2014). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall.

Kusrini. (2007). *Konsep dan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan*. Andi.

Meri, S., & Ermansyah. (2024). Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan risiko terhadap keputusan penggunaan QRIS. *Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, *3*(2). https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/JEIS

Nugroho, A., & Wicaksono, H. (2021). Consumer attitude and intention to use e-wallet services. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, *23*(1), 40–49.

Nurjanah, D. I., & Patin, N. N. (2024). Survei Pendapatan terhadap Pengembangan Sumber Daya Manusia. *Sosiosaintika*, *2*(1), 62–73.

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2023). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.

Pradana, W., & Sari, N. (2024). Determinants of QRIS adoption using TAM and attitude toward use. *Jurnal Manajemen & Digital Business*, *5*(1), 1–10.

Putri, P. A., & Noviasari, H. (2024). Pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan melalui kepercayaan terhadap keputusan penggunaan QRIS. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, *9*(2). https://jim.usk.ac.id/ekm

Rahmawati, S., & Arfiansyah. (2024). *Statistik penggunaan QRIS 2023*. Bank Indonesia. https://www.bi.go.id

Rupa, M. K., Reu, F., & Djo, F. C. (2025). Pengaruh persepsi pengetahuan, persepsi kemudahan, dan sikap pengguna terhadap keputusan penggunaan QRIS pada UMKM kuliner. *Jurnal Akuntansi*, *15*(1). https://doi.org/10.37478/als.v15i01.5329

Sari, I. P. (2024). Adoption of QRIS through a strategy to increase financial literacy of UMKM players in Solo. *Indonesian Journal of Interdisciplinary Research in Science and Technology (MARCOPOLO)*, *2*(6), 931–942.

Sriekaningsih, A. (2020). *QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0*. Andi.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, *46*(2), 186–204.

Wicaksono, W. W. (2022). *Pengaruh literasi keuangan, pengetahuan investasi dan Technology Acceptance Model (TAM) terhadap niat masyarakat Blitar berinvestasi di pasar modal*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

LAMPIRAN

KUESIONER

KUESIONER PENELITIAN

Perihal : Permohonan menjadi reponden

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Saudara/i reponden

Di –

Tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan tugas akhir (Skripsi) sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1), maka dengan ini Saya:

Nama	: Ardiyansah
NIM	: 102221010031
Program Studi / Fakultas	: Akuntansi / Ekonomi dan Bisnis
Universitas	: Universitas Islam Indragiri

Bermaksud melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi yang berjudul "Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Persepsi Sikap Pengguna Terhadap Keputusan Penggunaan Qris pada konsumen Unkm sektor kuliner dikota tembilahan. Untuk ini, Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner terlampir. Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i mengisi kuesioner ini sangat menentukan keberhasilan penelitian yang Saya lakukan.

Perlu Bapak/Ibu/Saudara/i ketahui sesuai dengan etika dalam penelitian, data yang Saya peroleh akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan semata-mata untuk kepentingan penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i meluangkan waktu mengisi kuesioner tersebut, Saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Ardiyansah

IDENTITAS RESPONDEN

Mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i mengisi pertanyaan berikut :

Nama :

Jenis Kelamin : ☐ Laki-Laki ☐ Perempuan

Umur : ☐ 17 s/d 22 ☐ 23 s/d 30

☐ 30 s/d 40

Aplikasi Qris : ☐ E-wallet ☐ Bank Mobile

Pendidikan Terakhir : ☐ SD ☐ Diploma

☐ SMP ☐ Sarjana

☐ SMA

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Bapak/Ibu/Saudara/i akan diberikan beberapa pertanyaan dengan sesuai dengan indikator yang diberikan. Dan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari hanya memberikan tanda checklist (√) pada pilihan atau pendapat sesuai dengan pertanyaan yang diberikan. Pada setiap pertanyaan yang diberikan hanya diperbolehkan satu jawaban dan jawaban yang dipilih memiliki tingkat atau skor sesuai dengan pendapat yang dipilih dengan ketentuan skor sebagai berikut :

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

DAFTAR PERTANYAAN KUESIONER

1. Variabel Pengetahuan

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya pernah mendengar tentang sistem pembayaran Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)					
2.	Saya mengetahui sistem pembayaran QRIS bersifat non tunai/Cashless					
3.	Saya mengetahui prosedur dan aturan penggunaan QRIS					
4.	Saya mengetahui sistem pembayaran QRIS menggunkan Mobile Bangking dan e-wallet.					
5.	Saya memahami sistem pembayaran QRIS					
6.	Saya mengetahui cara mengaplikasi pembayaran melalui QRIS					
7.	Uang elektronik memberikan solusi pembayaran atas kebutuhan saya					

Sumber: Meliza (2024)

2. Variabel Kemudahan

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa system QRIS mudah dimengerti					

2.	Informasi mengenai penggunaan QRIS disampaikan dengan jelas..					
3.	Saya tidak memerlukan banyak usaha untuk melakukan transaksi menggunakan QRIS					
4.	Proses pembayaran menggunakan QRIS dapat dilakukan dengan cepat dan mudah					
5.	Saya mersa QRIS mudah dioperasikan sesuai dengan kebutuhan.					

Sumber : Meri Septiani (2024)

3. Variabel Kepercayaan

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya percaya bahwa QRIS memiliki kesungguhan dalam memberikan layanan kepada pengguna					
2.	Saya merasa mampu menggunakan QRIS untuk melakukan transaksi					
3.	Saya percaya bahwa QRIS menjaga Integritas data transaksi.					
4.	Saya merasa nyaman bergantung pada penggunaan QRIS untuk melakukan transaksi.					
5.	Saya yakin bahwa QRIS akan selalu memberikan layanan yang baik setiap kali saya menggunakannya					

Sumber : Meri Septiani (2024)

4. Variabel Persepsi Sikap Pengguna

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa penggunaan QRIS dapat menarik minat pelanggan untuk bertransaksi					
2.	Saya merasa nyaman menggunakan QRIS karena mudah, efisien, serta cepat					
3.	Saya yakin dapat merekomendasikan penggunaan QRIS kepada keluarga atau teman					

5. Variabel Keputusan Penggunaan

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	ST	N	S	SS
1.	Saya memilih menggunakan QRIS karena kemudahan dalam melakukan transaksi.					
2.	Saya percaya bahwa QRIS memberikan layanan yang lebih baik dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya					
3.	QRIS membantu saya menghemat waktu saat melakukan pembelian dibandingkan dengan pembayaran tunai					
4.	Saya cenderung membeli lebih banyak produk ketika menggunakan QRIS.					
5.	Penggunaan QRIS membuat proses pembayaran menjadi lebih efisien.					

Sumber : Meri Septiani (2024)

LAMPIRAN II

TABULASI DATA

NO	X1							X2					X3					X4			Y				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X4.1	X4.2	X4.3	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	3	4	4	4
2	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5
5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	5	4	4	4	4	3	4	5	2	4	2	3	4	4	2	3	4	2	3	4	5	4	5	5
8	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3	5
9	4	4	4	4	3	5	5	5	4	3	4	5	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3
10	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3
11	4	3	3	4	4	4	1	4	2	4	3	4	4	4	1	2	3	2	2	2	2	4	4	2	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	4	4	4	3	5
22	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	3	5
23	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	3	5
24	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	5
25	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	5	4	4	3	3	4	4	5	4	5	3	4	3	4
26	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
28	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	5	4	5	4	4	5	3	5	5	3	5	4	3	5
29	5	5	5	5	4	4	2	2	1	2	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4
32	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
33	5	4	3	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	4
34	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	3	3	3	4
35	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4
36	4	5	4	4	5	5	5	4	5	1	2	2	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5
37	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	5	5	4	5	3	3	5	5
38	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	3	3	5	3	5	4	4	3	4
39	4	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	2	2	3	4	2	4	1	3	2	4
40	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4
41	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5
42	5	5	4	4	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
43	5	4	4	5	4	4	3	4	2	2	4	3	3	4	3	2	4	3	4	3	4	2	2	2	3
44	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5
45	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5
46	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
48	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5
49	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5
52	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5
54	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
55	5	5	3	5	5	5	3	5	3	5	5	5	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	3	5
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	4	5	4	5	3	4	5	5	5	5	3	4	5	4	5	4	4	4	5	3	5
58	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4
59	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	5	5	5	3	5
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
63	5	5	2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
64	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
70	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
71	5	5	3	5	4	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	3	5	5	5	5	5	5	5
72	5	5	2	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
74	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5
75	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
76	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	3	4	2	5	3	5	5	5
77	4	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	3	3	3	3	2	5	2	5
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
80	5	4	4	5	4	5	3	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	5
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
82	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
83	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	4	4	3	5
84	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
85	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5	3	4	3	4	5	4
90	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	3	2	4	3	4	2	4	2	2
91	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
92	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	3	5	5	4	3	4
94	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5
95	2	3	3	2	4	1	1	4	2	1	1	1	2	3	4	3	4	2	1	5	1	3	1	2	3
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
98	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
99	5	5	1	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	3	4	4	3	5	4
100	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	2	4
101	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	3	4	4	5	5	4	5	5	5	3	5

LAMPIRAN III

HASIL PENGOLAHAN SPSS

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan	101	7	35	30,31	4,487
Kemudahan	101	6	25	21,58	3,617
Kepercayaan	101	6	25	21,06	3,373
Persepsi Sikap Pengguna	101	3	15	12,43	2,188
Keputusan Penggunaan	101	5	25	21,13	3,730
Valid N (listwise)	101				

Uji Validitas

a. Pengetahuan (X_1)

Item/Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,860	0,195	Valid
2	0,883	0,195	Valid
3	0,734	0,195	Valid
4	0,867	0,195	Valid
5	0,810	0,195	Valid
6	0,865	0,195	Valid
7	0,689	0,195	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

b. Kemudahan (X_2)

Item/Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,825	0,195	Valid
2	0,777	0,195	Valid
3	0,906	0,195	Valid
4	0,815	0,195	Valid
5	0,863	0,195	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

c. Kepercayaan (X_3)

Item/Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,851	0,195	Valid
2	0,876	0195	Valid
3	0,835	0,195	Valid
4	0,811	0,195	Valid
5	0,879	0,195	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

d. Persepsi Sikap Pengguna (X_4)

Item/Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	**0,866**	**0,195**	**Valid**
2	**0,835**	**0,195**	**Valid**
3	**0,818**	**0,195**	**Valid**

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

e. Keputusan penggunaan (Y)

Item/Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	**0,764**	**0,195**	**Valid**
2	**0,895**	**0,195**	**Valid**
3	**0,829**	**0,195**	**Valid**
4	**0,790**	**0,195**	**Valid**
5	**0,822**	**0,195**	**Valid**

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Uji Reabilitas

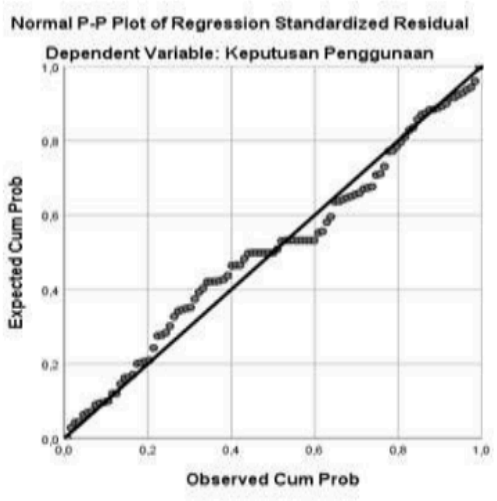
Variabel	*Cronbanch' alpha*	Nilai standard	Keterangan
Pengetahuan	**0,908**	**0,60**	**Reliabel**
Kemudahan	**0,890**	**0,60**	**Reliabel**
Kepercayaan	**0,900**	**0,60**	**Reliabel**
Persepsi sikap pengguna	**0,791**	**0,60**	**Reliabel**
Keputusan Penggunaan Qris	**0,902**	**0,60**	**Reliabel**

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Hasil Uji Asumsi Klasik

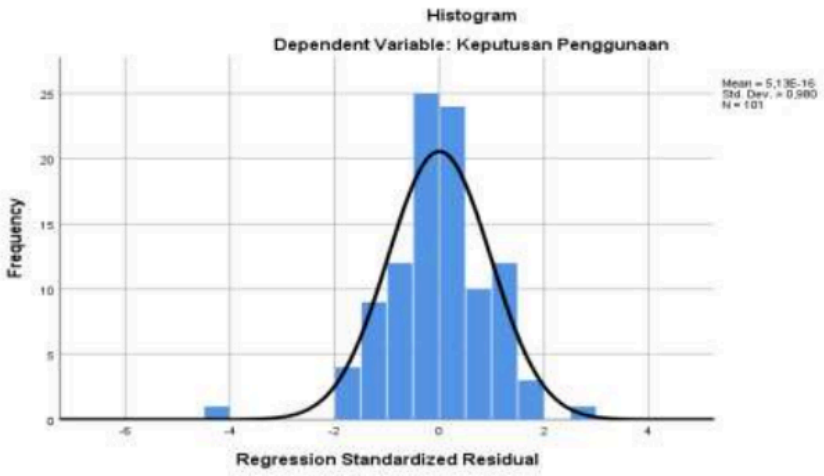
Uji Normalitas

Gambar Grafik Normal Probabiliti plot



Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Gambar Grafik Histogram



Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Uji *Kolmogorov–Smirnov (K–S Test)*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		101
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,12538112
Most Extreme Differences	Absolute	,082
	Positive	,071
	Negative	-,082
Test Statistic		,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		,090[c]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Uji Multikolinearitas

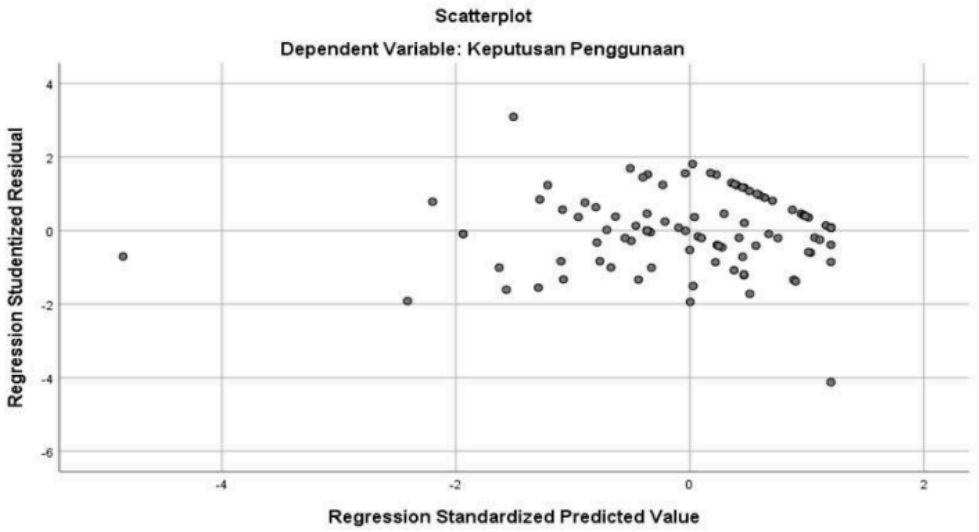
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,737	1,535		,480	,632		
	Pengetahuan	,044	,087	,053	,506	,614	,310	3,228
	Kemudahan	,239	,107	,231	2,232	,028	,315	3,176
	Kepercayaan	,488	,128	,441	3,813	,000	,253	3,956
	Persepsi Sikap Pengguna	,293	,165	,172	1,773	,079	,361	2,773

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Uji Hipotesa

Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji t (Uji Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,737	1,535		,480	,632
	X1	,044	,087	,053	,506	,614
	X2	,239	,107	,231	2,232	,028
	X3	,488	,128	,441	3,813	,000
	X4	,293	,165	,172	1,773	,079

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Uji F (Uji Simultan)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,737	1,535		,480	,632
	X1	,044	,087	,053	,506	,614
	X2	,239	,107	,231	2,232	,028
	X3	,488	,128	,441	3,813	,000
	X4	,293	,165	,172	1,773	,079

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics R Square Change	Change Statistics F Change	Change Statistics df1	Change Statistics df2	Change Statistics Sig. F Change
1	,822[a]	,675	,662	2,16921	,675	49,921	4	96	,000

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2026

LAMPIRAN IV

Tabel Distribusi T

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 – 120)

Pr / df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

LAMPIRAN V

Tabel Distribusi F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

LAMPIRAN VI

Tabel Distribusi R

Tabel r untuk df = 51-100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

LAMPIRAN VII

PENYEBARAN KUESIONER









LAMPIRAN VIII

DAFTAR NAMA UMKM

No	Nama Usaha	Alamat	Kecamatan	Kabupaten
1	Food Court Pengusaha Muslim	Jl, Bharuddin Yusuf	Tembilahan	Indragiri Hilir
2	Kedai Radja	JL. Soeberantas	Tembilahan	Indragiri Hilir
3	Best Cafe	JL. Soeberantas	Tembilahan	Indragiri Hilir
4	Bebek Goreng Gobek	JL. Soeberantas	Tembilahan	Indragiri Hilir
5	Waroeng Kam-pus	JL. Sungai Beringin (Parit 19)	Tembilahan	Indragiri Hilir
6	Top Anda Coffe	Jl, Bharuddin Yusuf	Tembilahan	Indragiri Hilir
7	Baraga Coffe & Eatery	JL.tanjung harapan GG. Tanjung jati	Tembilahan	Indragiri Hilir
8	Foresthree Coffe	Jl, Bharuddin Yusuf	Tembilahan Hulu	Indragiri Hilir
9	Waroeng Fake	Jl, Bharuddin Yusuf	Tembilahan Hulu	Indragiri Hilir
10	Nagoya Resto & Coffe	Jl, Bharuddin Yusuf	Tembilahan	Indragiri Hilir
11	Boja Coffe	JL Lingkar II	Tembilahan	Indragiri Hilir
12	Kedai Dali	Jl.Telaga Biru Simpang 4 Samping Jl.sederhana	Tembilahan	Indragiri Hilir
13	Kedai Kopi 88	Jalan.H.Said	Tembilahan	Indragiri Hilir
14	Kedai kopi pelita	Jl. mboya	Tembilahan	Indragiri Hilir
15	Kopyor Suryati	Jalan Jendral Sudirman Gg. Buana No. 54	Tembilahan	Indragiri Hilir
16	Pondok Q-ta	JL. Soeberantas	Tembilahan	Indragiri Hilir
17	Please Coffe	JL. Tanjung Harapan Lr. Tg Rhu	Tembilahan	Indragiri Hilir
18	Terrace Coffee	Jl. Lingkar II	Tembilahan	Indragiri Hilir
19	DeWaroeng Steak & Seafood	JL. Sri Gemilang	Tembilahan	Indragiri Hilir
20	Rumah Kopi	JL. Trimas Lr. Trimas Sakti	Tembilahan	Indragiri Hilir
21	Telaga Kopi	JL. Telaga Biru	Tembilahan Hulu	Indragiri Hilir

22	Warung Kopi Kita	Jl. Sapta Marga	Tembilahan Hulu	Indragiri Hilir
23	Mak Icun	JL.M.Boya Rt.002 Rw 011	Tembilahan	Indragiri Hilir
24	Bebek Goreng Surabaya	Jl, Bharuddin Yusuf	Tembilahan	Indragiri Hilir
25	Cafe Lagom	Jl, Bharuddin Yusuf	Tembilahan Hulu	Indragiri Hilir
26	The Java Wong Diponogoro	Jl, Bharuddin Yusuf	Tembilahan	Indragiri Hilir
27	Nicoffee	JL. Soeberantas	Tembilahan	Indragiri Hilir
28	BFC Katalis	JL. Kayu Jati	Tembilahan Hulu	Indragiri Hilir
29	Camp Suhat Coffee & Eatry	JL. Sungai Beringin	Tembilahan	Indragiri Hilir
30	Kopi Dari Hati	JL. Soeberantas	Tembilahan	Indragiri Hilir

SKRIPSI ARDIYANSYAH AKUNTANSI.pdf

ORIGINALITY REPORT

49%
SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	repository.uin-suska.ac.id Internet	3112 words — 14%
2	repository.unisi.ac.id Internet	1560 words — 7%
3	e-journal.uniflor.ac.id Internet	1169 words — 5%
4	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet	627 words — 3%
5	eprints.walisongo.ac.id Internet	458 words — 2%
6	repository.uinsaizu.ac.id Internet	344 words — 2%
7	repository.umsu.ac.id Internet	323 words — 1%
8	repository.ar-raniry.ac.id Internet	283 words — 1%
9	ojs.selodangmayang.com Internet	189 words — 1%
10	Rona Afriliani, Usdeldi, M. Yusuf. "Pengaruh Pengetahuan, Akses Kemudahan Digital dan Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS BSI", JOURNAL OF SHARIA ECONOMICS, 2026 Crossref	147 words — 1%
11	Kartini Merdekawati Assa, Jenny Morasa, Rudy J. Pusung. "PENGARUH MOTIVASI, TINGKAT PENDIDIKAN, DAN SOSIALISASI DALAM MENDORONG KEMAUAN WAJIB PAJAK MENGIKUTI PENGAMPUNAN PAJAK (Studi	128 words — 1%

Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado)", GOING CONCERN : JURNAL RISET AKUNTANSI, 2017
Crossref

12 journal.binadarma.ac.id — 126 words — 1%
Internet

13 Clinton Kwan Ng, Bornok Situmorang. "ANALISIS PENGARUH DPK, NPL, LDR, CAR DAN BI RATE TERHADAP PENYALURAN KREDIT PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT DI KOTA BATAM", Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia, 2020 — 111 words — < 1%
Crossref

14 repository.umus.ac.id — 109 words — < 1%
Internet

15 repository.stiewidyagamalumajang.ac.id — 95 words — < 1%
Internet

16 etheses.uin-malang.ac.id — 87 words — < 1%
Internet

17 I Kadek Putra Swintara, Helena Ni Gusti Ayu Putu Pusparini, I Komang Sudarsana. "PENGARUH PROMOSI PRODUK, KETERSEDIAAN BARANG, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DEALER ASTRA MOTOR NEGARA", Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2026 — 79 words — < 1%
Crossref

18 Avril Ananta Sahriri, Suchy Damayanti, Jeane Eca Octafia, Roswita Parenggo, Ainy, Nurhidayanti.S, Fadel, Udyono. "Analisis Peran QRIS sebagai Instrumen Pembayaran Digital bagi Generasi Z di Kota Makassar melalui Pendekatan Studi Literatur", Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research, 2026 — 74 words — < 1%
Crossref

19 Ida Kartika Dewi, Christiawan Hendratmoko. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Literasi Keuangan Digital dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Qris Dalam Transaksi Non Tunai Oleh Generasi Z Di Solo Raya", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 — 70 words — < 1%
Crossref

20 etd.uinsyahada.ac.id — 66 words — < 1%
Internet

21	Nia Nuraeni. "ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP WEBSITE PEGADAIAN MENGGUNAKAN METODE TAM", Swabumi, 2021 Crossref	60 words — < 1%
22	digilib.iainlangsa.ac.id Internet	60 words — < 1%
23	repository.stiatabalong.ac.id Internet	59 words — < 1%
24	repository.unbari.ac.id Internet	50 words — < 1%
25	repository.upstegal.ac.id Internet	47 words — < 1%
26	lib.ibs.ac.id Internet	46 words — < 1%
27	Jefri Imbiri, Siti Rofingatun, Bill J. C. Pangayow. "PENGARUH INVENTARISASI, PEMBUKUAN DAN PELAPORAN ASET TERHADAP AKUNTABILITAS PUBLIK PEMERINTAH DAERAH", Jurnal Akuntansi, Audit, dan Aset, 2018 Crossref	45 words — < 1%
28	ANGELINA CAROLIN B2042152001. "ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP BUYING DECISION SERTA DAMPAKNYA PADA SATISFACTION (Survei Pada Konsumen Produk Kosmetik Rossa Beauty Di Kota Pontianak)", Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME), 2019 Crossref	43 words — < 1%
29	Al Akbar Himawan, Istian Kriya Almanfaluti, Alshaf Pebrianggara, Mochamad Rizal Yulianto. "Pengaruh Influencer Review, Affiliate Marketing dan Content Marketing Terhadap Penjualan di Toko Sepatu Robert Firdaus di Shopee", Journal of Business Economics and Agribusiness, 2026 Crossref	43 words — < 1%
30	Alexander Aryasatya Hadyan, Erna Ferrinadewi, Yulius Kurniawan, Sari Cahya Putri. "Transformasi digital UMKM melalui adopsi QRIS di Surabaya: Resistensi penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran", Jurnal Bisnis Mahasiswa, 2026 Crossref	43 words — < 1%

31	repository-feb.unpak.ac.id Internet	43 words — < 1%
32	eprints.universitasputrabangsa.ac.id Internet	41 words — < 1%
33	Syakurul Maulana, Rina Madyasari. "Pengaruh Kualitas Produk, Desain Kemasan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	37 words — < 1%
34	Eduard Ricard Hasugian, Remus Silalahi, Maludin Panjaitan. "Pengaruh Job Rotation, Kepemimpinan Etis, dan Etos Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Camat Parlilitan", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	35 words — < 1%
35	Muhammad Yusuf, Andika Kurniawan. "Pengaruh Non-Debt Tax Shield Dan Cost Of Financial Distress Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Sub Sektor Logam Dan Sejenisnya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2013-2017", Neraca : Jurnal Akuntansi Terapan, 2020 Crossref	34 words — < 1%
36	Putri Nila Sari, Sitti Aisyah, Amelia Rezki Septiani Amin. "Pengaruh Manajemen Risiko Keuangan terhadap Kinerja Keuangan dengan Tata Kelola Perusahaan sebagai Variabel Moderasi pada PT Makassar Lintas Visual Cemerlang", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	34 words — < 1%
37	Aura Lila Dwini, Andi Patimbangi, Muhammad Ardi. "Determinan Faktor Minat Investasi Pada Platform Peer To Peer Lending Syariah", Islamic Banking and Finance, 2026 Crossref	33 words — < 1%
38	Nichen Syafita Harahap, Vidya Fathimah. "Pengaruh Intensitas Penggunaan Cashless dan Kemudahan Transaksi Terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Z", JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi, 2026 Crossref	32 words — < 1%
39	Faizal Wahyudi, Ezra Karamang, Ridlwan Muttaqin. "Analisis Pengaruh Influencer Marketing, Social Media Marketing dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier di Tiktok Shop (Survei pada	31 words — < 1%

Generasi Z di Kota Bandung)", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026
Crossref

40 Mutmainnah Mutmainnah, Farida Yuliaty, Taufan Nugroho, Kosasih Kosasih, Ayu Laili Rahmiyati. "Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien di UPT Puskesmas Rumbia Kabupaten Jeneponto Sulawesi Selatan", Jurnal Ners, 2025
Crossref
30 words — < 1%

41 Nadia Stevani, Ellya Revolina, Ariel Siswantoro. "Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja, dan Jumlah Pembeli terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Selebar Kota Bengkulu", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026
Crossref
30 words — < 1%

42 repositori.usu.ac.id
Internet
28 words — < 1%

43 Ashur Harmadi, Guyub Nuryanto. "DETERMINAN KEPUTUSAN PENGGUNA DENGAN MEDIASI VARIABEL KEPERCAYAAN: STUDI KASUS PENGGUNA QRIS DI KOTA BOGOR", Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI), 2025
Crossref
27 words — < 1%

44 Selvy Agustina, Desi Isnaini, Yunida Een Friyanti. "Pengaruh Luas Lahan, Harga Pupuk dan Harga Jual Terhadap Pendapatan Petani Kelapa Sawit (Studi di Desa Pasar Ngalam)", Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah, 2025
Crossref
27 words — < 1%

45 Masfufah, Zuhriyati. "Pengaruh Literasi Zakat, Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Kepatuhan Petani Membayar Zakat Pertanian (Studi Kasus Pada Petani Kabupaten Cilacap)", Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (Indonesia), 2022
ProQuest
26 words — < 1%

46 Siti Nazwa Ramadanti, Ruslinda Agustina, Rara Gustiana. "PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN QRIS", Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2025
Crossref
26 words — < 1%

47 Beva, Adifa Adnan. "Examining the Role of Marketing Mix in Consumer Purchasing Behaviour", Istanbul Sabahattin Zaim University (Turkey)
ProQuest
23 words — < 1%

48 Sarpini, Sarpini. "Dampak Ekonomi Pesantren Mitra uin Profesor Kiai Hajl Saifuddin Zuhri Purwokerto Bagi Masyarakat Banyumas.", Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia)
ProQuest
23 words — < 1%

49 Dinda Octaviani, Gisela Rahmawati, Okta Mutiara Raya, Syaira Rekha Kirana, Andre Suryaningprang, Asep Wahyu Mulyadi. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Digital dalam Membentuk Perilaku Cashless pada Mahasiswa INABA", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026
Crossref
22 words — < 1%

50 Goodwill Jurnal. "Goodwill Vol. 6 No. 1 Juni 2015", JURNAL RISET AKUNTANSI DAN AUDITING "GOODWILL", 2015
Crossref
22 words — < 1%

51 Isabella Landini Aritonang, Siti Normi Sinurat, Winarto Winarto. "Pengaruh Social Media Influencer, Content Marketing, dan Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026
Crossref
21 words — < 1%

52 Kurniawan, Arief. "Pengaruh Beban Kerja dan Kelelahan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Puskesmas di Wilayah Kecamatan Cepu", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2024
ProQuest
21 words — < 1%

53 Fahmi Adrian Wira Wicaksana, Suwarno Suwarno. "Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan", Journal of Culture Accounting and Auditing, 2024
Crossref
20 words — < 1%

54 Wati, Nur Abdika Rakhmah. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Air Minum Ribath Barokah Di Wilayah Tegal Dengan Harga Sebagai Variabel Moderasi.", Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia)
ProQuest
20 words — < 1%

55 Deni Sunaryo, Hamdan Hamdan, Adi Sucipto. "Analisis Modal Kerja Dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Bakso “Yanto KPN” Di Kota Serang", Journal of Business, Finance, and Economics (JBFE), 2023
Crossref
19 words — < 1%

56	Yohana Kartika Siregar, Indawati Lestari. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Online Grab pada Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Methodist Indonesia", YASIN, 2026 Crossref	19 words	< 1%
57	eskripsi.usm.ac.id Internet	19 words	< 1%
58	Rahma Gunawan Gunawan, R. Elly Mirati. "Pengaruh Fitur Layanan Transfer dan Keamanan terhadap Keputusan Pengguna Seabank", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	18 words	< 1%
59	Dede Sevi, Sri Mulyati, Asep Kurniawan. "THE EFFECT OF KNOWLEDGE OF ETHICS, RELIGIOSITY, ETHICAL SENSITIVITY, ETHICAL ORIENTATION TO ACCOUNTING STUDENTS PERCEPTION OF CREATIVE ACCOUNTING PRACTICES", ACCRUALS (Accounting Research Journal of Sutaatmadja), 2021 Crossref	17 words	< 1%
60	Faradila Atyalefian H, Titik Inayati. "Pengaruh Promosi, Citra Selebriti dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Impulse Buying pada Konsumen Glad2glow Tiktok di Surabaya", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	17 words	< 1%
61	Nurfika Rezkiyanti Haris, Zainal Ruma, Muhammad Ilham Wardhana Haeruddin. "Pengaruh Komunikasi dan Kerjasama Tim terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Sekretariat DPRD Kabupaten Bulukumba", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	17 words	< 1%
62	Werdiningsih Harmastuti, Christiwan Hendratmoko. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS untuk Transaksi Pembayaran Pada Mahasiswa Di Solo Raya", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 Crossref	17 words	< 1%
63	Asroful Anam, Rafiqi ., Ary Dean Amry. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Dalam Perspektif Ekonomi Islam", JOURNAL OF SHARIA ECONOMICS, 2025 Crossref	16 words	< 1%

64	K. Sriandari, N.M. Suci. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha", Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research, 2026 Crossref	16 words — < 1%
65	putrispm.blogspot.com Internet	16 words — < 1%
66	repository.uinjkt.ac.id Internet	16 words — < 1%
67	Gangsaringsih, Tulus. "Pengaruh Need for Achievement dan Competency Terhadap Job Performance pada Karyawan Pt. Gading Bumi Sentosa", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2023 ProQuest	15 words — < 1%
68	media.neliti.com Internet	15 words — < 1%
69	Devika Sari, Ainun Mardhiyah. "The Influence of Ease of use, Service Quality, and Price on Purchasing Decisions in the Goseh Application through Goman's Features as a New Startup in Tanah Karo", Journal of Finance and Business Digital, 2023 Crossref	14 words — < 1%
70	Pernando Sitanggang, Ezra Karamang, Ridlwan Muttaqin. "Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Electronic Word of Mouth (EWom) terhadap Keputusan Pembelian pada Produk MS Glow (Survey Terhadap Generasi Z di Kota Bandung)", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	14 words — < 1%
71	Safitri, Lailatul Annahar. "Peran Digital Knowledge Sharing dan Work Engagement Terhadap Organizational Performance Melalui Innovation Capability", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2023 ProQuest	14 words — < 1%
72	Siti Nurhaliza, Nurlia Fusfita, Nurrahma Sari Putri. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan Byond by BSI pada Dosen UIN STS Jambi", ARZUSIN, 2026 Crossref	14 words — < 1%

73	eprints.unmas.ac.id Internet	14 words — < 1%
74	Shella Maidi Rahmadani, Syapsan Syapsan, Any Widayatsari. "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Penggunaan QRIS sebagai Alat Pembayaran pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau", Jurnal EMT KITA, 2026 Crossref	13 words — < 1%
75	Ulfah, Sofia Maria. "Nilai-nilai pendidikan Islam dalam tradisi Begalan Banyumasan", Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia), 2024 ProQuest	13 words — < 1%
76	Yulita Sari, Maya Richmayati, Khadijah Khadijah, Andi Aulia Ramadhani, Ita Mustika. "Pengaruh Biaya Produksi, Persediaan, dan Penjualan terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2024", ARZUSIN, 2026 Crossref	13 words — < 1%
77	lib.unnes.ac.id Internet	13 words — < 1%
78	Dheya Patricia, Alexander Mario Retto Djong. "Keputusan Penggunaan QRIS Berdasarkan Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Keamanan Melalui Persepsi Kepercayaan Pada GEN_Z di Tawangmangu", Jurnal Minfo Polgan, 2026 Crossref	12 words — < 1%
79	Reni Yustien, Andi Mirdah. "Penerapan Corporate Social Responsibility, Corporate Governance, Komitmen Manajemen dan Etika Bisnis Terhadap Reputasi Organisasi Pada Perusahaan PT. Pertamina di Kabupaten Muaro Jambi", Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja, 2020 Crossref	12 words — < 1%
80	Yulia Yurlina zai, Sutrisno Sutrisno, Shofif Sobaruddin Akbar. "Program Pelatihan Karyawan dan Pengembangan Karir Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Karyawan Garmen", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	12 words — < 1%
81	id.123dok.com Internet	12 words — < 1%

82	Eka Sevtyana Faradilla, Sri Hartono, Umi Farida. "Pengaruh Kepemimpinan Spiritual, Komunikasi Organisasi, dan Disiplin Kerja terhadap Budaya Kerja Pegawai di Rumah Sakit Paru Manguharjo Provinsi Jawa Timur", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	11 words — < 1%
83	eprint.stieww.ac.id Internet	11 words — < 1%
84	repository.usd.ac.id Internet	11 words — < 1%
85	MAKSI MAKSI MAKSI. "Volume 3 Nomor 1 Juni 2012", JURNAL RISET AKUNTANSI DAN AUDITING "GOODWILL", 2012 Crossref	10 words — < 1%
86	Riska, Usman. "Analysis of Shopee PayLater Acceptance Using The Technology Acceptance Model (TAM) Among Students at Indragiri Islamic University", Jurnal Armada Informatika, 2026 Crossref	10 words — < 1%
87	Ida Adhani, Rahmawati Rahmawati. "Pengaruh DER, Komisaris Independen, dan Kepemilikan Institusional terhadap ROE", Owner, 2021 Crossref	9 words — < 1%
88	Miftaqul Jannah, Fuad Hasyim, Lina Evira Permata Sari. "ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAN QRIS PADA GENERASI MILENIAL KABUPATEN SUKOHARJO", Quranomic: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 2023 Crossref	9 words — < 1%
89	Mohamad Alfharizi Ramdhani, Arini Hidayah, Herni Justiana Astuti, Hengky Widhiandono. "The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Trust on the Decision to Use QRIS as Digital Payment", International Journal of Business and Applied Economics, 2025 Crossref	9 words — < 1%
90	Pujiniarti, Yayu Bondan. "Pengaruh Kompensasi, Disiplin, dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Guru Raudlatul Athfal di Kecamatan Bobotsari Purbalingga.", Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia) ProQuest	9 words — < 1%
91	Riyanda, Fasa Yogi. "Peningkatan Employee Performance Melalui Knowledge Donating, Work Experience dan Workplace Spirituality	9 words — < 1%

Dengan Innovation Behaviour Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Karyawan Nasmoco Jateng & Diy)", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2023
ProQuest

92 Sugino, Sugino. "Engaruh Kepemimpinan Transformasional dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus di Puskesmas Randulawang Blora)", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2024 — 9 words — < 1%
ProQuest

93 Titesih, Tuwuh Edy Jati. "Model Minat Membeli: Kajian Dari Sikap, Norma Subjektif, Pengetahuan Dan Religius Tentang Makanan Halal", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2023 — 9 words — < 1%
ProQuest

94 Zunita Rohmawati. "KUALITAS, HARGA DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN", Jurnal Riset Entrepreneurship, 2018 — 9 words — < 1%
Crossref

95 core.ac.uk — 9 words — < 1%
Internet

96 eprints.unisbank.ac.id — 9 words — < 1%
Internet

97 etheses.uinmataram.ac.id — 9 words — < 1%
Internet

98 repository.usbypkp.ac.id — 9 words — < 1%
Internet

99 Amalia, Mega. "Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2024 — 8 words — < 1%
ProQuest

100 Ananda Archie, Lia Rika Eriyanti. "Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan pembelian Produk Watchout Di Kota Pontianak", Jurnal Produktivitas, 2021 — 8 words — < 1%
Crossref

101 Febby Hariyanti, Ahmad Feriyansyah, M. Junius Effendi. "Pengaruh Kepercayaan dan Flash Sale terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-commerce Shopee (Studi Kasus Kecamatan Pagar Alam Utara, Kota Pagar Alam)", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 — 8 words — < 1%
Crossref

102	Khoirunnisa Naibaho, Onan Marakali Siregar. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Risiko Terhadap Minat Pengguna QRIS Sebagai Alat Pembayaran di Kalangan Masyarakat Medan", Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan, 2025 Crossref	8 words — < 1%
103	Mustajab, Dodi. "Pengaruh person-organization fit, etos kerja Islami dan kepemimpinan Islami terhadap kinerja karyawan dengan Organizational Citizenship Behavior (OCB) sebagai variabel mediasi (studi pada PT. Bank Muamalat di Purwokerto)", Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia), 2024 ProQuest	8 words — < 1%
104	Nurwani Nasution, Nuri Aslami, Nurul Inayah. "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan QRIS pada E-Parking Medan Perspektif TPB", JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan), 2025 Crossref	8 words — < 1%
105	Qurotu Aini Amalia, Rani Febriyanni, Khairani Sakdiah. "Pengaruh Promosi dan Pelayanan dalam Pengambilan Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Haji pada Bank Sumut Syariah KCP Stabat", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 Crossref	8 words — < 1%
106	Suratiyah. "Pengaruh Permainan Congklak Modifikasi Terhadap Kemampuan Literasi Numerasi Awal Dan Kemampuan Motorik Halus Pada Anak Usia Dinidi RA Darul Ulum Tarisi Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap.", Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia) ProQuest	8 words — < 1%
107	Yuniarso, Faried. "Peningkatan Bussiness Performance Melalui Bussiness Innovation Relational Capabilities dan Bussiness Skill Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Batik Pekalongan", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2024 ProQuest	8 words — < 1%
108	anzdoc.com Internet	8 words — < 1%
109	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet	8 words — < 1%

110 Alhidayah, Evaliya Isni. "Pengaruh Kepemimpinan Kepala Madrasah dan Iklim Madrasah Terhadap Prestasi Belajar Siswa Program Full Day School di MTs Negeri 1 Banyumas.", Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia)
ProQuest
7 words — < 1%

111 MAKSI MAKSI MAKSI. "Volume 1 Nomor 1 Desember 2010", JURNAL RISET AKUNTANSI DAN AUDITING "GOODWILL", 2010
Crossref
7 words — < 1%

112 e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id
Internet
7 words — < 1%

113 Ali Mundzir. "Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan Pada PT.Besuk Sukses Harmoni (BSH)", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025
Crossref
6 words — < 1%

114 Dina Ayu Mazidah, Dumadi Dumadi, Roni Roni, Anisa Sains Kharisma. "Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Literasi Pajak, dan Manfaat QRIS terhadap Keputusan Bertransaksi (Studi Kasus Perilaku Cashless pada Mahasiswa Gen-z di Universitas Muhadi Setiabudi)", Journal of Innovative and Creativity (Joecy), 2026
Crossref
6 words — < 1%

115 Fernando Chiqueto da Silva. "Impactos na provisão para devedores duvidosos dos bancos europeus listados na Bolsa de Nova Iorque após a adoção das normas internacionais de contabilidade", Universidade de São Paulo. Agência de Bibliotecas e Coleções Digitais, 2009
Crossref Posted Content
6 words — < 1%

116 Nusadhani, Prananing. "Studi Keberadaan Elemen Jalur Pedestrian Terhadap Tingkat Kenyamanan Pejalan Kaki (Studi Kasus : Jalan Pemuda Lawangsewu-Paragon)", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2024
ProQuest
6 words — < 1%

117 Sukiyono, Agus. "Pengaruh Budaya Kerja, Motivasi Kerja dan Tunjangan Kinerja Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Satpol Pp Kabupaten Demak", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2024
ProQuest
6 words — < 1%

118 Tengku Muhammad Rafly Rachman, Isnaini Harahap, Juliana Nasution. "Determinants of Qris Usage Decisions in Culinary MSMEs Using the TAM Model", Academia Open, 2025
6 words — < 1%

Crossref

119 Three, Ermit. "Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah dan Manajemen Stres Guru terhadap Kinerja Guru SMK Muhammadiyah Ajibarang.", Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia)
ProQuest
6 words — < 1%

120 Utami, Yuli Hana Puji. "Pengaruh Wisata Religi Terhadap Penguatan Spiritual dan Pemahaman Keislaman Bagi Siswa MTs di Kabupaten Cilacap.", Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia)
ProQuest
6 words — < 1%

121 Wulandari, Dian Eka Basri. "Berbasis Good Corporate Governance (GCG) Dengan Foreign Ownership Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perbankan di Indonesia Periode 2015-2020)", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2023
ProQuest
6 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES	OFF	EXCLUDE SOURCES	OFF
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY	ON	EXCLUDE MATCHES	OFF