



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT MAHASISWA
DALAM MENGGUNAKAN *QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN
STANDARD (QRIS)* SEBAGAI SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FEB UPS TEGAL)**

SKRIPSI

Oleh :

Etika Mutiara Larasati

NPM : 4320600160

Diajukan Kepada :

**Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Pancasakti Tegal
2024**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT MAHASISWA
DALAM MENGGUNAKAN *QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN
STANDARD (QRIS)* SEBAGAI SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FEB UPS TEGAL)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Menyusun Skripsi Pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal

Oleh :

Etika Mutiara Larasati

NPM : 4320600160

Diajukan Kepada :

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL**

2024



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT MAHASISWA
DALAM MENGGUNAKAN *QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN
STANDARD* (QRIS) SEBAGAI SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FEB UPS TEGAL)**

SKRIPSI

Oleh :

Etika Mutiara Larasati

NPM : 4320600160

Disetujui Untuk Ujian Skripsi

Tanggal : 21 Juni 2024

Dosen Pembimbing I

Aminul Fajri, S.E., M.Si., Ak.

NIDN. 0602037002

Dosen Pembimbing II

Eva Anggra Yunita, S.E., M.Acc., Akt

NIDN. 0607069003



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Eka Rahmatika, S.E., M.M., Ak., C.A.

NIDN. 0628117502

Pengesahan Skripsi

Nama : Etika Mutiara Larasati
NPM : 4320600160
Judul : Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UPS Tegal)

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian skripsi, yang dilaksanakan pada :

Hari : Jum'at

Tanggal : 21 Juni 2024

Ketua Penguji



Dr. Abdullah Mubarak, S.E., M.M., Ak, CA
NIDN. 0331077302

Penguji I



Dr. Dien Noviany Rahmatika,
S.E., M.M., Ak, CA.
NIDN. 0628117502

Penguji II



Dr. Teguh Budi Raharjo,
S.E., M.M.
NIDN. 0615057601

Penguji III



Aminul Fajri, S.E., M.Si.,
Ak.
NIDN. 0602037002

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Dien Noviany Rahmatika, S.E., M.M., Ak, CA.
NIDN. 0628117502

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Tidak Peduli Berapa Kali Orang Mencoba Untuk Mengkritikku, Balas Dendam Terbaik Adalah Dengan Membuktikan Bahwa Mereka Salah. Tutup Matamu Dan Nikmati *Roller Coaster*, Inilah Hidup”

PERSEMBAHAN

1. Kedua orang tua saya Bapak Abdul Hamid dan Ibu Sumaryam yang telah merawat saya dengan penuh cinta kasih, terima kasih atas segala upaya untuk saya, terima kasih setiap doa, dukungan dan pengorbanannya.
2. Semua Kakakku terima kasih selalu memberikan semangat dan dukungan moril maupun material pada penulis.
3. Untuk diri sendiri, terima kasih telah berjuang sampai sejauh ini dengan melawan ego dan mood yang tidak tentu selama penyusunan skripsi ini.
4. Sahabat dan teman-teman saya yang sudah mendoakan, memberi semangat, dukungan, membantu dan canda tawanya selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Almamater Tercinta.

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Etika Mutiara Larasati

NPM : 4320600160

Program Studi : Akuntansi

Konsentrasi : Perpajakan

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

“Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) Sebagai Sistem Pembayaran Digital (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UPS Tegal)”

1. Merupakan hasil karya sendiri, dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi, dan/atau pemalsuan data maupun bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
2. Saya mengizinkan untuk dikelola oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal sesuai dengan norma hukum dan etika yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab.

Tegal, 21 Juni 2024..

Yang Menyatakan,



Etika Mutiara Larasati

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT, berkat Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya kepada kita semua, sehingga kami dapat menyelesaikan proposal penelitian untuk skripsi dengan judul “**Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Sebagai Sistem Pembayaran Digital (Studi Kasus Mahasiswa FEB UPS Tegal)***”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.

Penulis menyadari dalam penyusunan ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Dien Noviany Rahmatika, S.E., M.M., Ak., C.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
2. Bapak Dr. Abdulloh Mubarak, S.E., M.M., Ak., C.A., selaku Kaprodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
3. Bapak Aminul Fajri, S.E., M.Si., Ak., selaku Dosen Pembimbing I yang sudah membimbing, memberikan saran dan motivasi kepada penulis.
4. Ibu Eva Anggra Yunita, S.E., M.Acc., Akt., selaku Dosen Pembimbing II yang sudah membimbing, memberikan saran dan motivasi kepada penulis.

Kami menyadari skripsi ini tidak lepas dari kekurangan, maka kami mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan proposal penelitian untuk skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Tegal,

Etika Mutiara Larasati

ABSTRACT

Etika Mutiara Larasati, 2024, Factors Affecting Interest in Using QRIS as a Digital Payment System (Case Study of FEB UPS Tegal Student)

Bank Indonesia established Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), a QR code-based payment standard, to support and facilitate digital payments in Indonesia and to encourage the realization of an integrity payment system. QRIS supports payment system stability through interconnection and interoperability between providers and sources of funds. This ensures smooth service and minimizes risk. The purpose of this study was to determine the effect of financial literacy, perceived benefits, perceived convenience, perceived risk, and promotion on student interest in using QRIS as a digital payment system.

This study uses quantitative methods with data analysis tested is descriptive analysis, normality test, multicollinearity test, multiple linear regression analysis, model feasibility test (f test), partial test (t test), and determination coefficient test. The sample in this study were FEB UPS Tegal students using purposive sampling technique.

The test results in this study obtained: (1) Financial Literacy has no effect on interest in using QRIS as indicated by the obtained tcount value (0.462) < t table (1.98552) and sig (0.645) > 0.05. (2) Perceived Benefits have a positive effect on interest in using QRIS which is indicated by the obtained tcount value (3.345) > t table (1.98552) and sig (0.001) < 0.05. (3) Perceived Ease of use has a positive effect on interest in using QRIS which is indicated by the obtained tcount value (4,790) > t table (1.98552) and sig (0.000) < 0.05. (4) Risk Perception has no effect on interest in using QRIS which is shown by the tcount value (-0.633) < t table (1.98552) and sig (0.528) > 0.05. (5) Promotion has a positive effect on interest in using QRIS which is shown by the tcount value (2.068) > ttable (1.98552) and sig (0.041) < 0.05.

From the results of the study it can be concluded that financial literacy and risk perception have no effect on interest in using QRIS as a digital payment system. Meanwhile, perceived benefits, perceived convenience, and promotion have a positive effect on interest in using QRIS as a digital payment system.

Keywords : Financial Literacy, Perceived Benefits, Perceived Ease, Perception of Risk, Promotion, QRIS

ABSTRAK

Etika Mutiara Larasati, 2024, Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan QRIS Sebagai Sistem Pembayaran Digital (Studi Kasus Mahasiswa FEB UPS Tegal)

Bank Indonesia menetapkan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), standar pembayaran berbasis kode QR, untuk mendukung dan memfasilitasi pembayaran digital di Indonesia serta untuk mendorong terwujudnya sistem pembayaran yang integritas. QRIS mendukung stabilitas sistem pembayaran melalui interkoneksi dan interoperabilitas antar penyelenggara dan sumber dana. Hal ini memastikan kelancaran layanan dan meminimalkan risiko. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *financial literacy*, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan promosi terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan QRIS sebagai sistem pembayaran digital.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data yang diujikan adalah analisis deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, analisis regresi linear berganda, uji kelayakan model (uji f), uji persial (uji t), dan uji koefisien determinasi. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEB UPS Tegal dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Hasil pengujian pada penelitian ini memperoleh : (1) *Financial Literacy* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS yang ditunjukkan dengan diperoleh nilai $t_{hitung} (0,462) < t_{tabel} (1,98552)$ dan $sig (0,645) > 0,05$. (2) Persepsi Manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS yang ditunjukkan dengan diperoleh nilai $t_{hitung} (3.345) > t_{tabel} (1,98552)$ dan $sig (0,001) < 0,05$. (3) Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS yang ditunjukkan diperoleh nilai $t_{hitung} (4.790) > t_{tabel} (1,98552)$ dan $sig (0,000) < 0,05$. (4) Persepsi Risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS yang ditunjukkan diperoleh nilai $t_{hitung} (-0,633) < t_{tabel} (1,98552)$ dan $sig (0,528) > 0,05$. (5) Promosi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS yang ditunjukkan diperoleh nilai $t_{hitung} (2,068) > t_{tabel} (1,98552)$ dan $sig (0,041) < 0,05$.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *financial literacy* dan persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS sebagai sistem pembayaran digital. Sedangkan untuk persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan promosi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS sebagai sistem pembayaran digital.

Kata Kunci : *Financial Literacy*, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Promosi, QRIS

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<u>LEMBAR</u> PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
Error! Bookmark not defined.	
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I_PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II_TINJAUAN TEORI	13
A. Landasan Teori.....	13

1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	13
2. Sistem Pembayaran	14
3. <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i>	17
4. Minat	19
5. <i>Financial Literacy</i>	20
6. Persepsi Manfaat	22
7. Persepsi Kemudahan	23
8. Persepsi Risiko	25
9. Promosi.....	26
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Pemikiran.....	42
D. Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Jenis Penelitian.....	50
B. Populasi dan Sampel	50
C. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	54
D. Metode Pengumpulan Data	58
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	59
F. Metode Analisis Data	61
G. Analisis Regresi Linier Berganda	63
H. Uji Hipotesis	64

I. Koefisien Determinasi.....	66
BAB IV_HASIL PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum.....	Error! Bookmark not defined.
B. Hasil Penelitian Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
C. Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V_KESIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Alat Pembayaran Menggunakan Kartu.....	2
Gambar 1.2 Jumlah Uang Elektronik.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Jumlah Populasi	51
Tabel 3.2 Sampel Penelitian.....	53
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	55
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Program Studi.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.4 Karakteristika Berdasarkan Semester	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.6 Karakteristika Berdasarkan Banyaknya Jumlah E-Wallet	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.14 Kategorisasi Rata-Rata Skor Penilaian Responden ..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.15 Hasil Uji Statistik Financial Literacy (X1)	Error! Bookmark not defined.

Tabel 4.16 Hasil Uji Statistik Persepsi Manfaat (X2)..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.17 Hasil Uji Statistik Persepsi Kemudahan (X3).... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.18 Hasil Uji Statistik Persepsi Risiko (X4)..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.19 Hasil Uji Statistik Promosi (X5)**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.20 Hasil Uji Statistik Minat Penggunaan QRIS (Y)**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.21 Hasil Uji Normalitas**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolinearitas.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.23 Hasil Uji Analisis Regresi Linear berganda..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.24 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji f)**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.25 Hasil Uji Parsial (Uji t)**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.26 Hasil Uji Koefisien Determinasi**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2 Tabulasi Data Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4 Identitas Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.

BAB I

PENDAHULUAN

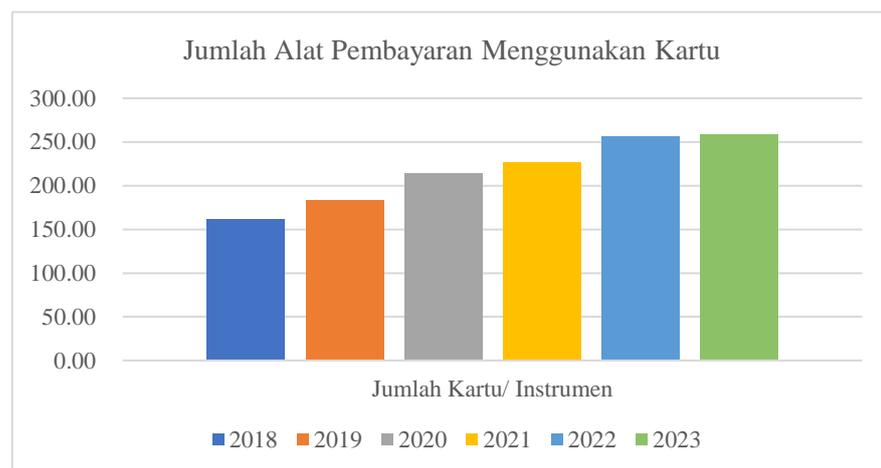
A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi tumbuh begitu cepat dan menjadi sesuatu yang tidak dapat dihindari karena kemajuan teknologi berjalan bersamaan dengan perkembangan sains dan peradaban manusia. Perkembangan teknologi sangat dirasakan oleh masyarakat di seluruh penjuru dunia, khususnya di Indonesia. Perubahan ini berkembang dengan cepat dan memiliki dampak yang besar pada beberapa sektor, sektor keuangan adalah salah satunya. *Financial technology (fintech)* telah menjadi tren utama dalam dunia keuangan modern dan telah mengalami perkembangan drastis dengan berbagai inovasi serta teknologi yang memungkinkan konsumen melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai dengan manfaat utamanya adalah kemudahan layanan yang ditawarkan (Setiyono dkk., 2021).

Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 pasal 1 angka 1 terkait penyelenggaraan teknologi keuangan, Bank Indonesia menyebut *fintech* sebagai pemanfaatan teknologi yang digunakan dalam sistem keuangan untuk menciptakan teknologi, model bisnis, dan produk layanan baru dan/atau melakukan efisiensi, memperlancar, mengamankan, dan mempermudah pembayaran. Ini bisa memengaruhi tingkat stabilitas sistem keuangan, jumlah uang beredar, serta kestabilan sistem pembayaran.

Untuk mendukung perekonomian setiap masyarakat, baik masyarakat berpenghasilan besar maupun kecil, lembaga keuangan seperti bank maupun

non bank berperan penting (Fajri dkk., 2021) .Pada negara-negara berkembang, kurangnya infrastruktur keuangan konvensional atau keterbatasan layanan keuangan karena karakteristik geografis daerah tertentu membuat solusi *fintech* menjadi satu-satunya cara yang mungkin bagi orang-orang di negara tersebut untuk mengakses layanan keuangan dengan mudah. Perkembangan *fintech* dapat memberikan peningkatan dalam nilai transaksi sehingga akan ada peningkatan kebutuhan masyarakat akan sistem pembayaran yang lancar dan aman.

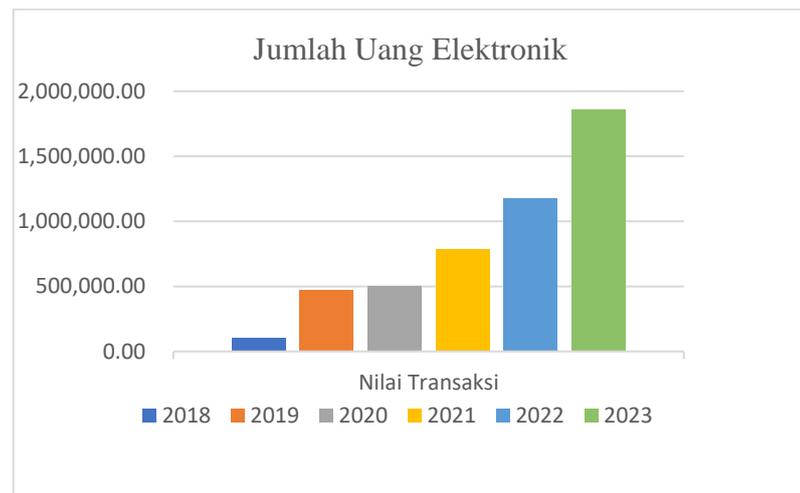


Gambar 1.1 Jumlah Alat Pembayaran Menggunakan Kartu
Sumber : (Bank Indonesia, 2024)

Perkembangan *fintech* di tengah revolusi industri 4.0 diharapkan akan meningkatkan akses masyarakat ke layanan keuangan serta peningkatan kemajuan teknologi di industri jasa keuangan (Rizkiyah dkk., 2021). Berbagai jenis sistem pembayaran telah muncul sebagai hasil dari kemajuan *fintech*, seperti pembayaran melalui kartu perbankan, terminal PoS, *internet banking*, *mobile banking*, ATM, dan kode QR. Kemajuan ini membantu orang-orang mendapatkan akses keuangan yang lebih mudah dan

cepat. Hal tersebut terbukti dengan adanya peningkatan jumlah alat pembayaran menggunakan kartu (APMK) seperti yang tertera pada diagram diatas yang menggambarkan adanya peningkatan setiap tahunnya hingga sampai saat ini.

Pola transaksi dari tunai ke non tunai telah mengalami perubahan signifikan di Indonesia dengan didorong oleh peningkatan penggunaan pembayaran digital. Perubahan ini menandai kemajuan besar dalam akselerasi digitalisasi keuangan dan ekonomi di Indonesia. Uang elektronik, juga dikenal sebagai *e-money*, adalah cara pembayaran yang muncul sebagai akibat dari berkembangnya teknologi sistem pembayaran. Transaksi tanpa uang tunai meningkat karena *digital payment* menggunakan uang elektronik, membuka jalan pembaharuan dalam perekonomian tanpa uang tunai secara global (Gorshkov, 2022).



Gambar 1.2 Jumlah Uang Elektronik

Sumber : (Bank Indonesia, 2024)

Menurut Bank Indonesia (BI), yang tertera dari data di atas, nilai transaksi uang elektronik atau *e-money* mencapai Rp184,63 triliun pada

bulan Desember 2023, meningkat 8,9% dari bulan November 2023 (*month-on-month/mom*) dan meningkat sebesar 29,1% dari bulan Desember tahun sebelumnya (*year-on-year/yooy*). Semakin meningkatnya transaksi uang elektronik menandakan penggunaan *fintech* di Indonesia pada sektor keuangan khususnya sangat di terima baik dan di minati oleh masyarakat. Namun, transaksi penggunaan uang elektronik tersebut tentunya berasal dari berbagai macam penyedia aplikasi pembayaran ataupun layanan dompet digital. Terdapat banyak aplikasi dompet digital di Indonesia yang terkenal di lingkungan masyarakat seperti shopee pay, go-pay, link aja, ovo, dana, dan lain sebagainya.

Kelebihan dompet digital yaitu praktis, mudah, dan aman dalam pembayarannya. Mekanisme pembayarannya juga sangat mudah hanya dilakukan dengan beberapa tahapan sederhana saja sampai bukti transfERNYA pun bisa dilihat di riwayat transaksi pada aplikasi tersebut (Saputri, 2020). Namun, hal tersebut mengharuskan penjual atau *merchant* harus menyediakan beragam kode QR sesuai dengan banyaknya layanan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang tersedia. Mengingat banyaknya kode QR PJSP yang dimiliki oleh penjual, maka perlu menawarkan berbagai kode QR yang sesuai dengan jumlah layanan PJSP yang ditawarkan yang seringkali menyebabkan konsumen merasa bingung dikarenakan adanya syarat dan ketentuan kode QR yang berbeda dari masing-masing penyedia layanan.

Untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran digital, Bank Indonesia dalam hal ini sebagai inovator sistem pembayaran berinisiatif melakukan standarisasi kode QR. Keberhasilan menciptakan inovasi yang memiliki nilai tambah ditentukan oleh setidaknya tiga pihak penting, yaitu inovator, mitra seperti lembaga keuangan atau penyedia fasilitas internet, dan pengguna (Widayat dkk., 2020). Salah satu bentuk inovasi tersebut yaitu menciptakan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*).

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), juga dikenal sebagai QRIS (dibaca KRIS), adalah kombinasi berbagai jenis kode QR yang digunakan oleh berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) (Bank Indonesia, 2019). Masih dalam rangka memperingati kemerdekaan Indonesia yang ke-74, *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) diluncurkan oleh Bank Indonesia sebagai standar yang digunakan untuk pembayaran berbasis server seperti aplikasi *e-money*. Pembayaran non-tunai menggunakan kode QR distandarisasi melalui inovasi pembayaran ini.

Penyediaan layanan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang berbasis QR Code harus menerapkan QRIS, menurut ketentuan Bank Indonesia dalam PADG No. 21/18/2019 tentang Implementasi Standar Nasional *Quick Response Code* untuk pembayaran. Hal tersebut menjadi suatu tanda dengan adanya QRIS menunjukkan bahwa ada kemandirian dan inovasi yang ditunjukkan oleh Bank Indonesia dalam bidang *fintech*. Dengan

adanya layanan keuangan di sektor pembayaran digital atau berbasis teknologi memberikan dampak positif bagi masyarakat dan perekonomian negara. Ada kemungkinan juga bahwa QRIS akan membantu pertumbuhan ekonomi digital Indonesia dan membuat pembayaran lebih mudah, murah, dan aman.

Banyaknya pengguna QRIS dipengaruhi oleh faktor-faktor yang menjadi pertimbangan oleh pengguna sebelum akhirnya memutuskan untuk menggunakan QRIS. Mahasiswa FEB UPS Tegal memiliki latar belakang studi yang relevan dengan transaksi keuangan dan teknologi. Oleh karena itu, mereka mungkin lebih memahami konsep QRIS dan memiliki minat terhadap penggunaannya. Mahasiswa FEB UPS Tegal merupakan Gen Z yang diharapkan memahami dan menggunakan pembayaran digital melalui QRIS. Mereka juga diharapkan menjadi *pioneer* dalam menyebarkan penggunaan QRIS kepada masyarakat umum. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggriani dkk. (2023), yang menunjukkan bagaimana temuan mereka tentang *financial literacy* memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan QRIS.

Meningkatnya perkembangan *financial technology*, menyebabkan naiknya minat pengguna dompet digital yang tidak terlepas dari faktor manfaat dan faktor kemudahan yang ditawarkan. Seperti fenomena yang terjadi pada perkembangan digitalisasi terhadap UMKM Indonesia yang memberikan indikasi seseorang percaya bahwa menggunakan sistem teknologi sangat membantu dan meningkatkan prestasi kerjanya, atau

dengan kata lain, mereka percaya bahwa penggunaan sistem teknologi membantu pekerjaan dan pencapaian kerja mereka (Budiantara dkk., 2019). Oleh karena itu, manfaat berada di antara faktor-faktor pengaruh langsung paling tinggi terhadap niat penggunaan sistem pembayaran (Ramli & Rahmawati, 2020).

Layanan *fintech* juga mudah digunakan jika pengguna menganggapnya mudah digunakan, begitupun sebaliknya. Tingkat interaksi dan intensitas penggunaan antar pengguna dan sistem juga dapat menjadi indikator kemudahan penggunaan. Persepsi kemudahan penggunaan secara instrumental punya pengaruh terhadap minat pengguna karena pemakaian sistem yang ringkas tidak akan memakan waktu lama untuk mempelajarinya (Gunawan dkk., 2019).

Implementasi penggunaan QRIS tentunya bukan hanya faktor manfaat dan faktor kemudahan saja yang dapat memengaruhi intensi penggunaannya tetapi ada juga faktor risiko yang tidak bisa dikesampingkan begitu saja. Transaksi keuangan melalui *platform digital* dapat menimbulkan kekhawatiran yang lebih besar terhadap keuangan individu. Misalnya, transaksi keuangan dapat dibobol karena kesalahan sistem atau kesalahan “klik” yang tidak disengaja. Ketidakpastian ini harus dianggap sebagai biaya adopsi *fintech* yang selaras dengan bagian “yang diberikan” dari manfaat yang dirasakan (Xie dkk., 2021). Penelitian Adiatama & Lestari (2020) menegaskan bahwa motif orang tidak melakukan pembayaran non-tunai didasarkan pada kekuatiran keamanan data pribadi,

gagalnya transaksi dan penipuan. Oleh karena itu, risiko yang dirasakan individu dapat menghambat nilai yang mereka rasakan terhadap penggunaan *fintech*.

Suatu bisnis dapat menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran digital untuk memberikan diskon atau promosi kepada pelanggan yang menggunakan metode pembayaran ini. Hal tersebut dapat menjadi insentif tambahan untuk mendorong pelanggan menggunakan pembayaran digital. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Endriyanto & Indrarini (2022) yang menunjukkan bahwa dengan melakukan strategi yang menarik daya guna pembeli dengan cara melakukan promosi dan fitur layanan yang bagus, semakin banyak pengguna ingin menggunakan *e-wallet*.

Kepala Perwakilan Bank Indonesia Tegal, Bapak Marwadi menyatakan dalam acara penutupan PQN 2023 di Rita Mall Tegal 20 Agustus 2023, bahwa ada tujuh kota dan kabupaten di bawah naungan KPw BI Tegal, termasuk Kota Tegal, wilayah eks-Karesidenan Pekalongan memiliki jumlah merchant QRIS mencapai 355 ribu, meningkat sebesar 63% (*year on year*) mencapai 652 ribu volume transaksi QRIS pada Bulan Juni tahun 2023, meningkat 23% (*year to date*) (Utha, 2023). Informasi ini seharusnya membawa kesimpulan bahwa ada banyak warga Indonesia khususnya di Kota Tegal yang termasuk dalam wilayah eks-Karesidenan Pekalongan sudah menggunakan QRIS yang artinya sudah melek akan digitalisasi. Namun kenyataannya, masih banyak mahasiswa yang lebih

cenderung memilih bertransaksi secara tunai daripada menggunakan QRIS. Hal ini didukung dengan pra survei yang peneliti berikan kepada mahasiswa Universitas Pancasakti Tegal.

Peneliti melakukan wawancara pra survei yang terdiri dari 15 mahasiswa, seluruh mahasiswa yang peneliti wawancara mengatakan bahwa mereka mengetahui QRIS dan hanya 6 mahasiswa yang menjawab pernah melakukan transaksi menggunakan QRIS. Sisanya lebih sering untuk bertransaksi secara tunai daripada menggunakan QRIS. Alasan mahasiswa menggunakan QRIS karena merasa mudah dalam bertransaksi dan tidak perlu merasa panik jika tidak membawa dompet, sedangkan menurut mahasiswa yang sering melakukan transaksi secara tunai yaitu mereka jarang mengisi saldo di *m-banking* atau dompet digital, di daerah tempat tinggalnya banyak orang yang bahkan belum mengenal QRIS, termasuk pedagang yang tidak menggunakan QRIS untuk transaksi. Terbukti dari hasil pra survei bahwa belum banyak mahasiswa Universitas Pancasakti Tegal yang menggunakan QRIS untuk transaksi.

Berdasarkan penjelasan data di atas dan fenomena yang terjadi, perlu dilakukan penelitian mendalam tentang minat mahasiswa dalam menggunakan QRIS dan sejauh mana implementasi penerapan penggunaan QRIS sebagai sistem pembayaran digital dengan menggunakan pengukuran seperti *financial literacy*, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan promosi. Oleh karena itu, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Memengaruhi**

Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* Sebagai Sistem Pembayaran Digital (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UPS Tegal)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan konteks yang telah peneliti berikan sebelumnya, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *financial literacy* berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEB UPS Tegal dalam menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* sebagai sistem pembayaran digital?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEB UPS Tegal dalam menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* sebagai sistem pembayaran digital?
3. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEB UPS Tegal dalam menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* sebagai sistem pembayaran digital?
4. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEB UPS Tegal dalam menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* sebagai sistem pembayaran digital?
5. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEB UPS Tegal dalam menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* sebagai sistem pembayaran digital?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh *financial literacy* terhadap minat mahasiswa FEB UPS Tegal dalam menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai sistem pembayaran digital.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat mahasiswa FEB UPS Tegal dalam menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai sistem pembayaran digital.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat mahasiswa FEB UPS Tegal dalam menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai sistem pembayaran digital.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap minat mahasiswa FEB UPS Tegal dalam menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai sistem pembayaran digital.
5. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat mahasiswa FEB UPS Tegal dalam menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai sistem pembayaran digital.

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan manfaat bagi mereka yang membutuhkan dengan menawarkan manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Peneliti mengharapkan hasil pengkajian dapat menambah serta memperluas pengetahuan untuk peneliti mengenai perilaku konsumen di dalam konteks penggunaan *fintech*. Penelitian ini diharapkan juga bisa memperkaya bahan referensi penelitian pada studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pancasakti Tegal terkait penggunaan *fintech* dan memberikan sumbangan pemikiran bagi pembaca dalam rangka meningkatkan penggunaan QRIS.
- b. Hasil pengkajian ini bisa dimanfaatkan sebagai bahan informasi serta masukan untuk para peneliti berikutnya yang hendak meneliti perihal penggunaan QRIS.

2. Manfaat praktis

Melalui pengkajian ini ditargetkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait permasalahan dalam pengkajian ini. Para pihak tersebut sebagai berikut :

- a. Bagi pemerintah

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam memenuhi kebijakan untuk mengembangkan kemajuan transaksi digital.

- b. Bagi Bank Indonesia

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan kepada Bank Indonesia sebagai inovator sistem pembayaran digital QRIS untuk mendorong digitalisasi daerah.

BAB II

TINJAUAN TEORI

A. Landasan Teori

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Salah satu model yang paling populer untuk menjelaskan perilaku penerimaan pengguna adalah *Technology Acceptance Model (TAM)*, yang pertama kali dipresentasikan oleh Davis (1986). *Theory of Reasoned Action (TRA)*, suatu model yang diciptakan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1975, adalah sumber dari *Technology Acceptance Model (TAM)* (Ilmi dkk., 2020). Untuk membantu para peneliti dan praktisi mengantisipasi alasan mengapa sebuah sistem tidak dapat diterima dan mengupayakan langkah-langkah yang tepat untuk mengatasinya, TAM bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai keputusan penerimaan teknologi informasi yang umum dan dapat memaparkan perilaku pengguna dalam berbagai macam teknologi informasi, baik *end-user* maupun kalangan pengguna (Davis, 1989).

Seiring dengan kemajuan teknologi, TAM berkembang dan mengalami peningkatan, TAM digunakan dalam berbagai konteks teknologi, termasuk *mobile technology*. Pada tahun 2000, Venkatesh dan Davis mengembangkan TAM 2 yang di dalamnya ada variabel baru yaitu pengaruh sosial, variabel ini menggabungkan variabel sikap dan norma subjektif dari TAM 1, yang menekankan bahwa pengaruh sosial dapat memengaruhi keinginan pengguna untuk menggunakan teknologi, baik dari

kelompok atau orang yang dikenal maupun dari orang yang dianggap memiliki kekuasaan (Wicaksono, 2022). Dua variabel asli TAM, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan, masih ada di TAM I dan TAM II. Persepsi kegunaan/manfaat mengacu pada seberapa besar pengguna percaya bahwa teknologi akan membantu mereka mencapai tujuan pribadi atau bisnis mereka, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada seberapa mudah pengguna menggunakan teknologi.

Berdasarkan dari beberapa penelitian, *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan model alternatif lainnya tidak lebih baik daripada TAM, yang mampu menjelaskan sebagian besar varians dalam niat dan perilaku penggunaan, yang biasanya sekitar 40% (Venkatesh & Davis, 2000). Oleh karena itu, faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran digital dapat diteliti dengan menggunakan pendekatan teori TAM. Teori TAM akan digunakan untuk menentukan reaksi dan persepsi pengguna terhadap implementasi sistem pembayaran QRIS.

2. Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran adalah pemenuhan kewajiban yang memerlukan sistem yang terdiri dari berbagai aturan dan mekanisme. Proses penyelesaian pembayaran atau transfer uang antar pihak diawasi oleh otoritas moneter, proses ini melibatkan sejumlah metode pembayaran, pihak dari perbankan dan non perbankan, sistem penyelesaian, serta kerangka hukum yang melindungi lembaga-lembaga tersebut (Busari & Noor, 2021).

Menurut Bank Indonesia, sistem pembayaran terdiri dari serangkaian peraturan, ketentuan, dan sistem yang memfasilitasi pemindahan uang untuk memenuhi tanggung jawab keuangan yang timbul dari transaksi bisnis. Dalam rangka melaksanakan dan mengawal reformasi sistem pembayaran yang ditetapkan dalam UU Nomor 23 Tahun 1999 No. 2 Tahun 2009 tentang Bank Indonesia, Bank Indonesia memiliki kewenangan untuk menetapkan peraturan, melaksanakan perubahan, melaksanakan transaksi, memberikan bantuan, memberikan umpan balik, dan melakukan pengawasan terhadap perluasan sistem pembayaran.

Sistem pembayaran dapat digolongkan secara luas ke dalam dua kelompok, sistem menerima pembayaran tunai dan sistem yang tidak. Instrumen yang digunakan adalah salah satu hal yang membedakannya. Sistem pembayaran tunai, uang dalam bentuk kertas atau logam digunakan sebagai pembayaran. Sedangkan, sistem pembayaran non-tunai seperti *check*, bilyet giro, Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK), serta uang elektronik (berbasis kartu dan server).

Meningkatkan dan mengembangkan kebijakan, prasarana, dan mekanisme pembayaran, serta menerapkan manajemen risiko dan pembayaran yang efektif untuk memenuhi kebutuhan nasabah, Bank Indonesia bertujuan untuk mewujudkan sistem pembayaran yang pesat, stabil, aman, dan lebih efisien. Oleh karena itu, untuk menjawab tantangan kebijakan bagi para pemimpin ekonomi di era modern ini, program sistem pembayaran dan *Blueprint* sistem pembayaran tahun 2025 merupakan

contoh bagaimana Bank Indonesia berusaha menyeimbangkan antara upaya meminimalkan risiko dan memaksimalkan peluang yang dihadirkan oleh inovasi digital. Lima Visi SPI untuk 2025 :

1. Menggalakkan integrasi digital dibidang keuangan negara dalam rangka mendukung inklusi keuangan dan mempertahankan peran bank sentral dalam kebijakan moneter, peredaran uang dan stabilitas sistem keuangan.
2. Mendorong perbankan untuk beralih ke digital sebagai komponen penting dari ekonomi keuangan digital melalui *open banking* dan pemanfaatan teknologi digital dan data dalam bisnis perbankan yaitu dengan pengembangan sistem pembayaran *retail* yang menghasilkan 24/7 secara *real time* yang aman dan efisien seperti QRIS.
3. Menjamin hubungan antara *fintech* dan pemain lain dalam industri keuangan.
4. Memastikan bahwa inovasi diimbangi dengan perlindungan konsumen, integritas, stabilitas, dan persaingan usaha yang sehat melalui penerapan *Know Your Customer (KYC)* dan *Anti Money Laundering/Combating the Financing of Terrorism (AML/CFT)*, kewajiban untuk keterbukaan data dan informasi bisnis publik, dan penerapan teknologi resmi dan tidak resmi dalam hubungannya dengan tanggung jawab hukum.
5. Menjaga kepentingan nasional dalam ekonomi keuangan digital global dengan mensyaratkan semua transaksi domestik diselesaikan di dalam

negeri dan mendorong kolaborasi dengan berpegang pada prinsip resiprokal (Bank Indonesia).

Setelah program ini berjalan, diharapkan akan ada rencana yang jelas untuk menuai hasil dari digitalisasi dan juga memastikan bahwa Bank Indonesia menjalankan kewajibannya dalam hal stabilitas sistem moneter dan keuangan serta perputaran uang.

Peneliti dapat menarik kesimpulan berdasarkan beberapa referensi di atas bahwa sistem pembayaran ialah komponen penting dari fungsi bank sentral, termasuk uang dan perbankan, dengan memastikan aliran dana yang efisien, aman, andal, dan berisiko rendah, masyarakat sebagai pelaku ekonomi dapat lebih mudah memenuhi berbagai pembayaran mereka.

3. *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

Bank Indonesia mulai mengimplementasikan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*, sebuah standar untuk menggunakan kode QR sebagai metode pembayaran, pada 1 Januari 2020 (Azzahroo & Estiningrum, 2021). Untuk melihat perkembangan inovasi teknologi dan pertumbuhan saluran transaksi berbasis kode QR, diperlukan standar nasional untuk kode QR. Hal ini dapat menyebabkan pasar sistem pembayaran menjadi semakin terfragmentasi dan meningkatkan jumlah transaksi non-tunai yang dilakukan secara nasional. Penyedia barang dan jasa hanya perlu memiliki satu kode QR artinya beberapa kode QR tidak diperlukan lagi.

Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia dan Bank Indonesia mengembangkan *Quick Response Code Indonesian Standard*, yang juga disebut dengan istilah QRIS, untuk memfasilitasi, mempercepat, dan mengamankan transaksi kode QR (Bank Indonesia, 2019). QRIS mengintegrasikan berbagai format kode QR yang digunakan oleh Penyedia Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang berbeda.

Model transaksi terkini yang telah banyak digunakan oleh para *cashless society* adalah QRIS, yang muncul setelah kode QR. Era digital saat ini, QRIS adalah representasi praktis dari dukungan pemerintah untuk perubahan sistem transaksi Indonesia (Silalahi dkk., 2022). Dengan menyediakan catatan transaksi yang lebih rinci, QRIS meningkatkan transparansi keuangan dengan memungkinkan pengguna melacak dan memeriksa riwayat transaksi mereka untuk mendapatkan lebih banyak wawasan tentang pengeluaran mereka.

Untuk memfasilitasi tahap persiapan transisi bagi Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP), pengenalan QRIS dimulai secara nasional pada tanggal 1 Januari 2020. Peluncuran ini ialah salah satu bagian dari program Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) tahun 2025 yaitu Visi kedua dengan mengusung semangat UNGGUL yaitu :

1. Universal, digunakan baik di dalam dan maupun di luar negeri, dan sesuai untuk semua lapisan masyarakat.
2. Gampang, proses transaksi yang mudah, sederhana, dan aman.
3. Untung, setiap PJSP menggunakan satu-satunya kode QR.

4. Langsung, transaksi yang sederhana, cepat, dan mudah sehingga memudahkan sistem pembayaran tanpa hambatan.

Diharapkan bahwa implementasi ini akan meningkatkan inklusi keuangan, meningkatkan efisiensi transaksi, dan mendukung UMKM (usaha kecil dan menengah), yang mana pada akhirnya akan memungkinkan Indonesia mengalami pertumbuhan ekonomi yang lebih maju. Pesatnya perkembangan teknologi finansial mengharuskan Bank Indonesia untuk menciptakan sistem pembayaran yang dapat diandalkan, aman, dan efisien. Di masa mendatang, QRIS mungkin akan semakin digunakan dan lebih berkembang.

Peneliti dapat menarik kesimpulan dari beberapa referensi di atas bahwa bahwa sistem pembayaran inovatif yang dikenal *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) diperkenalkan oleh Bank Indonesia untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang mencari solusi praktis dan aman dalam menghadapi tantangan digital di dunia.

4. Minat

Minat adalah motivasi atau keinginan pribadi seseorang akan suatu hal. Minat juga dapat merujuk pada perspektif seseorang tentang pilihan yang harus mereka ambil (Ristiani & Widyastuti, 2021). Minat membentuk cara seseorang menjalani hidup dan memilih apa yang mereka lakukan. Minat dapat memainkan peran penting dalam membangun identitas dan kebahagiaan pribadi seseorang.

Prakosa & Wintaka (2020) berpendapat bahwa salah satu hal yang menarik perhatian sebelum melakukan suatu tindakan adalah minat, yang berfungsi juga sebagai landasan untuk mengambil keputusan. Ini menunjukkan bahwa minat seseorang berkembang sebagai hasil dari kebutuhan dan keinginan yang terpenuhi, bukan dengan sendirinya. Seseorang dapat menjadi tertarik karena berbagai alasan, termasuk kebutuhan, perhatian, dan rasa senang. Minat seseorang akan berdampak pada keputusan mereka untuk membeli atau menggunakan produk tertentu, termasuk produk keuangan. Banyak faktor, termasuk faktor manfaat, kemudahan pemakaian, sikap, nilai subjektif, dan adanya kontrol perilaku, yang dapat memengaruhi minat seseorang dalam membuat keputusan penggunaan, yang pada gilirannya dapat mengarah pada penggunaan produk tertentu (Rahmatika & Fajar, 2019).

Peneliti dapat menarik kesimpulan berdasarkan referensi definisi di atas bahwa minat adalah kecenderungan individu untuk berperilaku, seperti fokus pada suatu objek atau terlibat dalam suatu kegiatan yang membuatnya senang karena hal tersebut bermanfaat bagi dirinya.

5. *Financial Literacy*

Kemampuan untuk memahami dan mengelola keuangan secara tepat dikenal sebagai *financial literacy* (Arofah & Kurniawati, 2021). *Financial literacy* sangat penting untuk dipahami setiap individu. *Financial literacy* didefinisikan oleh Otoritas Jasa Keuangan sebagai pengetahuan, kemampuan, dan pandangan yang mempengaruhi sikap dan tindakan untuk

memperkuat kemampuan pengambilan keputusan dan melaksanakan pengelolaan keuangan demi menjahterakan keuangan masyarakat.

The Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) telah memberikan penjelasan mengenai literasi keuangan yaitu kemampuan untuk menciptakan pengambilan keputusan dalam hal keuangan yang bijak dan pada akhirnya mampu mencapai kondisi yang sejahtera secara keuangan dengan adanya gabungan dari pengetahuan, kemampuan, sikap, perilaku, dan kesadaran finansial (Viana dkk., 2021). Memahami konsep keuangan dan memiliki data yang dibutuhkan guna menentukan keputusan keuangan yang penting adalah salah satu komponen *financial literacy*, yang merupakan salah satu jenis sumber daya manusia. Seseorang yang melek akan keuangan akan lebih mampu membandingkan layanan dan produk keuangan serta membuat keputusan keuangan yang bijak (Morgan & Trinh, 2019).

Terdapat empat prinsip dasar *financial literacy* yang dipaparkan Otoritas Jasa Keuangan dalam Strategi Nasional Keuangan Indonesia 2021-2025, yaitu :

1. Terencana dan Terukur

Ide-ide yang dilakukan sesuai dengan sasaran, strategi, otoritas, dan kebijakan pelaku usaha jasa keuangan, serta indikator untuk mendapatkan informasi untuk meningkatkan literasi keuangan.

2. Berorientasi pada pencapaian

Dengan mendayagunakan sumber daya yang sudah tersedia secara maksimal, tujuan peningkatan literasi keuangan dapat dicapai.

3. Berkelanjutan

Kegiatan jangka panjang yang dilaksanakan dengan teratur dengan maksud untuk menggapai tujuan yang telah ditetapkan. Pelaku usaha jasa keuangan harus memprioritaskan pengetahuan tentang lembaga keuangan, manajemen keuangan, barang, dan jasa untuk mematuhi prinsip berkelanjutan.

4. Kolaborasi

Dalam pelaksanaan kegiatan, semua personel yang dilibatkan saat pelaksanaan kegiatan harus berpartisipasi dalam kegiatan tersebut.

Berdasarkan penjelasan definisi di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa *financial literacy* dianggap sebagai modal manusia dalam membantu memahami konsep keuangan, membandingkan barang dan jasa keuangan, dan membuat keputusan yang bijak untuk mencapai kesejahteraan keuangan yang optimal.

6. Persepsi Manfaat

Jika pengguna mampu membedakan berbagai macam aktivitas, maka mereka juga akan membentuk persepsi yang berbeda mengenai manfaat dan nilainya (Ambalov, 2021). Persepsi mengacu pada cara seseorang melihat situasi, yang mungkin agak berbeda dari kenyataan. Seseorang yang mampu membedakan aktivitas akan cenderung memiliki

persepsi yang lebih beragam tentang manfaat dan nilai dari aktivitas tersebut.

Persepsi manfaat, menurut Davis (1989), adalah penilaian pengguna tentang kemungkinan bahwa dengan memanfaatkan sistem ini akan meningkatkan kinerja. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja berdasarkan tingkat kepercayaan seseorang. Orang-orang harus memanfaatkan kemajuan teknologi untuk mempermudah kehidupan mereka, baik dalam sektor perekonomian maupun lainnya. Meskipun usaha mungkin berbeda-beda untuk setiap orang, tujuannya adalah untuk memastikan bahwa sistem dapat mudah digunakan tanpa perlu mengeluarkan usaha yang dipandang melelahkan, sehingga para pengguna akan senang menggunakannya. Jika teknologi dapat bermanfaat baginya, maka orang akan menggunakannya. Oleh sebab itu, diharapkan bahwa teknologi yang ada dapat memberikan banyak manfaat kepada setiap penggunanya.

Peneliti dapat menarik kesimpulan berdasarkan beberapa referensi definisi di atas bahwa persepsi manfaat mengacu hingga tingkatan dimana pengguna berpikir penerapan sistem akan tingkatkan produktivitas dan meringankan tugas sehari-hari.

7. Persepsi Kemudahan

Tingkat keyakinan pengguna terhadap kegunaan dan pemahaman sistem dikenal sebagai persepsi kemudahan penggunaan (*perceived of use*). Prasetya & Putra (2020) mengemukakan dengan jelas bahwa persepsi

kemudahan penggunaan akan semakin meningkat jika inovasi-inovasi terbaru yang memudahkan bagi pengguna terus digencarkan. Oleh karena itu, jika sebuah sistem informasi dianggap mudah digunakan, seseorang akan menggunakannya.

Kesan seseorang terhadap proses pengambilan keputusan disebut persepsi kemudahan penggunaan. Seseorang dikatakan menggunakan sistem informasi apabila mereka percaya bahwa sistem ini bisa digunakan dengan mudah; begitu juga sebaliknya, apabila mereka percaya bahwa sistem tersebut rumit, mereka justru cenderung tidak akan menggunakannya (Nurdin dkk., 2020a). Adopsi penggunaan suatu sistem informasi meningkat dapat menandakan bahwa sistem tersebut sederhana dan mudah dipahami.

Penilaian positif terjadi ketika konsumen atau masyarakat percaya bahwa memahami dan mempelajari teknologi atau sistem baru adalah hal yang mudah, berarti tidak memerlukan banyak waktu bagi konsumen atau masyarakat untuk mempelajari dan memahami bagaimana sistem atau teknologi baru tersebut akan berfungsi bekerja (Wilson dkk., 2021). Hal tersebut dipaparkan juga oleh Singh dkk. (2020) yang menyatakan bahwa pada akhirnya kemudahan penggunaan dan akses menentukan penggunaan yang sebenarnya.

Peneliti dapat menarik kesimpulan berdasarkan referensi definisi di atas bahwa persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada bagaimana pengguna mengevaluasi tingkat kemudahan yang dirasakan dalam

pemakaian suatu teknologi atau sistem, diperoleh, dan dioperasikan. Pengguna yang menganggap sebuah teknologi mudah digunakan cenderung lebih bersedia untuk mengadopsi dan menggunakannya.

8. Persepsi Risiko

Risiko adalah hasil yang tidak menyenangkan (berbahaya, merugikan) dari suatu keputusan atau tindakan, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Pengguna merasa cemas atau khawatir tentang suatu produk, apakah akan berdampak buruk atau tidak, jadi mereka harus mempertimbangkan risiko sebelum menggunakannya. Ketika pengguna merasakan tidak dapat diprediksi dan efek tak terduga dari penggunaan suatu produk atau layanan, pengguna tersebut dikatakan berisiko. Oleh karena itu, menurut Pavlou (2003) ketidakpastian perilaku dapat menciptakan :

1. Risiko ekonomi, karena kemungkinan mengalami kerugian.
2. Risiko pribadi, karena produk atau layanan yang berpotensi membahayakan.
3. Risiko kinerja penjual, akibat monitoring yang tidak sempurna.
4. Risiko privasi, kesempatan untuk menggunakan informasi pribadi konsumen.

Persepsi pengguna tentang ketidakpastian dan potensi hasil negatif dari pemakaian produk atau jasa tertentu dikenal sebagai persepsi risiko, menurut Dwi (dalam Wahyuni, 2021). Sedangkan menurut Fadhli dan Fachrudin (dalam Fatonah & Hendratmoko, 2020) persepsi risiko diartikan

ketika seseorang menilai kemungkinan yang dapat berdampak baik atau buruk pada suatu peristiwa atau transaksi.

Peneliti dapat menarik kesimpulan berdasarkan referensi definisi di atas bahwa risiko mengacu pada potensi suatu peristiwa yang dapat menimbulkan dampak yang merugikan atau membahayakan, hal ini dapat didefinisikan sebagai ketidakpastian tentang hasil dari suatu keputusan atau peristiwa tertentu seperti peristiwa yang tidak diinginkan yang melibatkan kerugian finansial, reputasi, atau efek negatif lainnya.

9. Promosi

Promosi adalah jenis komunikasi pemasaran di mana suatu komunitas melakukan aktivitas pemasaran dengan tujuan memberikan informasi, memengaruhi, atau mengingatkan pasar sasaran untuk menerima, membeli, dan tetap setia pada barang dan jasa yang ditawarkannya (Saputra, 2023). Sedangkan Mujib & Amin (2019) memberikan penjelasan bahwa promosi adalah cara produsen dan pembeli berkomunikasi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan menampilkan bentuk, jenis, warna, harga, dan kualitas barang. Untuk membuat konsumen tertarik membeli produk, promosi harus menarik. Memberikan penawaran yang memungkinkan konsumen dan calon konsumen menikmati promosi untuk mendorong minat beli.

Ali Hasan (dalam Salsyabila dkk., 2021) menjelaskan bahwa promosi adalah gaya komunikasi pemasaran yang memanfaatkan informasi untuk mendorong pasar sasaran untuk membeli barang yang dijual oleh

perusahaan. Perusahaan dapat melakukan kegiatan promosi secara langsung di media cetak (seperti baliho, majalah, dll) dan elektronik. Tujuannya adalah untuk membantu konsumen dalam memutuskan apa yang akan dibeli.

Menurut Kotler & Keller (2016), proses pengambilan keputusan seorang pembeli untuk mengadopsi produk baru melalui beberapa tahap, termasuk :

1. Kesadaran, meskipun konsumen tidak tahu banyak tentang produk baru, mereka sadar bahwa produk tersebut ada.
2. Minat, konsumen yang menunjukkan ketertarikan dan meneliti produk baru.
3. Evaluasi, konsumen memutuskan apakah produk tersebut layak untuk dicoba.
4. Mencoba, konsumen secara bertahap menjajal produk baru sebagai upaya untuk meningkatkan persepsi mereka terhadap produk yang bernilai tersebut.
5. Adopsi, konsumen membuat keputusan untuk mencoba produk baru itu secara rutin.

Peneliti dapat menarik kesimpulan berdasarkan referensi definisi di atas bahwa promosi ialah serangkaian kegiatan dan strategi pemasaran dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan pembelian pelanggan terhadap produk atau jasa tertentu. Tujuan utamanya yaitu memengaruhi perilaku pelanggan dengan menggerakkan mereka untuk

mengambil tindakan tertentu, seperti membeli sesuatu, mendaftar, atau berpartisipasi dalam kegiatan tertentu.

B. Penelitian Terdahulu

Salah satu teknik yang dapat digunakan penulis untuk menjaga validitas dan keaslian penelitian mereka adalah dengan meninjau penelitian sebelumnya. Dengan demikian, mereka dapat terhindar dari plagiarisme dan menemukan sumber-sumber inspiratif baru. Hal ini dilakukan dengan meninjau karya sebelumnya yang masih berhubungan dengan penelitian saat ini. Hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang penulis angkat akan penulis bahas dalam penelitian ini. Berikut ini ada beberapa studi terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis :

1. Penelitian oleh Chanthasaksathian & Nuangjamnong (2021), tujuannya untuk mengetahui faktor apa yang paling berpengaruh terhadap niat beli ulang pelanggan yang memungkinkan aplikasi GET dapat meningkatkan atau berinovasi pada platform mereka. Penelitian ini dilakukan di Bangkok. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, data yang dikumpulkan berasal dari data primer dan sekunder. Data kuesioner dianggap sebagai data primer, sedangkan data sekunder mengacu pada artikel penelitian sebelumnya. Penelitian ini juga mengumpulkan data dengan menerapkan metode *nonprobability sampling* dengan memakai teknik *judgemental sampling* dan *convenience sampling*.

2. Penelitian oleh Putri dkk. (2021), tujuan dari penelitian tidak lain untuk menganalisis pengaruh daya tarik promosi, keramahan pengguna, dan keamanan terhadap minat menggunakan *e-money* baik secara simultan maupun secara parsial. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Politeknik Negeri Semarang serta pemilihan sampel menggunakan metode *convenience sampling*.
3. Penelitian oleh Aditya & Mahyuni (2022), tujuan adanya penelitian ini adalah untuk menyajikan temuan-temuan dari kajian empiris mengenai variabel-variabel yang memengaruhi kecenderungan generasi milenial terhadap penggunaan *fintech* di Provinsi Bali. Penelitian semacam ini bersifat kuantitatif, dan 140 responden diberikan kuesioner survei sebagai bagian dari teknik penarikan sampel *simple random sampling*.
4. Penelitian oleh Endriyanto & Indrarini (2022), penelitian ini memiliki tujuan yaitu mengidentifikasi bagaimana fitur layanan dan promosi memengaruhi minat penggunaan dalam menggunakan *e-wallet* linkaja. Pengambilan sampel secara acak menjadi dasar dari strategi pengambilan sampel dalam penelitian kuantitatif ini. Regresi linear berganda adalah metode yang digunakan untuk analisis data penelitian ini.
5. Penelitian oleh Rahajeng dkk. (2022), tujuan adanya penelitian tersebut ialah untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Pengaruh interpersonal, pengaruh eksternal, kondisi fasilitas, sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap minat menggunakan *e-money*. Metode

- pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *non-probability sampling* yang berbentuk *convenience sampling*. Data diperoleh melalui kuesioner online yang diisi oleh 100 pengguna aktif sistem uang elektronik.
6. Penelitian Soewandi dkk. (2022), tujuan adanya penelitian ini ialah menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko *covid-19*, persepsi kegunaan terhadap niat penggunaan *e-money*. Penelitian ini menggunakan teknik slovin untuk menentukan jumlah sampel. Total sampel dalam penelitian ini yaitu 400 responden.
 7. Penelitian oleh Anggriani dkk. (2023), target utama dari penelitian ini tidak lain untuk melihat sejauh mana tingkat keberhasilan serta kesulitan dalam penerapan pembayaran digital QRIS. Selain itu, juga bertujuan untuk memberikan informasi tentang perbankan kepada pihak perbankan di Indonesia dan untuk mendorong pengembangan lebih lanjut. Sampel dalam studi ini ialah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA tahun 2019. Dalam riset ini, analisis regresi linear berganda digunakan.
 8. Penelitian oleh Farid & Laksmi (2023), tujuan adanya penelitian ini ialah untuk membuktikan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan dompet elektronik. Teknik penentuan sampel *purposive sampling*, dengan total sampel sebanyak 240.
 9. Penelitian oleh Wan Nawang & Syabil Nazhan Ahd.Moess (2023), penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan wawasan yang

berguna mengenai persepsi konsumen milenial muslim Malaysia terhadap penggunaan pembayaran seluler kode QR. Penelitian ini dilakukan sebagai studi *cross-sectional* dengan sampel *convenience*. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar melalui google form di berbagai aplikasi media sosial. Untuk penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan sebagai alat untuk analisis data.

10. Penelitian oleh Widayat dkk. (2023), tujuan adanya penelitian ini yaitu untuk melihat apa yang membuat orang menggunakan pembayaran kode QR. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan kuesioner skala likert untuk mengambil sampel pengguna yang elektronik.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Hasil	Perbedaan & Persamaan
1.	(Chanthasaksathian & Nuangjamnong, 2021)	<i>Factors Influencing Repurchase Intention on e-Commerce Platforms: A Case of GET Application</i>	Hasil penelitian menyiratkan bahwa pelanggan memerlukan fitur dan fungsi yang mudah pada aplikasi GET untuk menangani produk dan layanan mereka, pelanggan merasa senang ketika mereka berpikir aplikasi GET menepati janji dan perjanjian layanannya dengan tepat waktu, penelitian	<p>Persamaan :</p> <p>Kedua penelitian menggunakan metode kuantitatif dan meminta data melalui kuesioner dan mempunyai tema penelitian yaitu minat penggunaan.</p> <p>Perbedaan :</p> <p>Penelitian terdahulu dilakukan di Bangkok, sedangkan penelitian saat ini</p>

			<p>ini juga memberikan wawasan bagi para pengembang aplikasi GET yang terlibat dalam <i>e-delivery</i>.</p>	<p>dilakukan pada mahasiswa FEB UPS Tegal dan objek penelitian terdahulu adalah aplikasi belanja online. Sedangkan, penelitian yang dilakukan peneliti saat ini yaitu sistem pembayaran digital berbasis kode QR. Penelitian terdahulu berfokus pada empat variabel yakni privasi, keandalan, kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan. Sedangkan, penelitian ini tidak memakai variabel privasi, keandalan, kepercayaan, tetapi menambahkan variabel literasi keuangan, manfaat, risiko, dan promosi.</p>
2.	(Putri dkk., 2021)	Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Minat	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Politeknik Negeri Semarang lebih banyak yang</p>	<p>Persamaan : Kedua penelitian menggunakan metode kuantitatif dan meminta data melalui kuesioner</p>

		<p>Penggunaan <i>E-Money</i> Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Semarang</p>	<p>tertarik untuk menggunakan <i>e-money</i> karena sangat praktis dan mudah digunakan, semakin efektif rencana promosi yang digunakan untuk menarik mahasiswa, semakin tertarik mereka untuk menggunakannya.</p>	<p>dan tema penelitian yaitu penggunaan sistem pembayaran digital.</p> <p>Perbedaan :</p> <p>Penelitian terdahulu melibatkan mahasiswa Politeknik Negeri Semarang, sedangkan penelitian saat ini melibatkan mahasiswa FEB UPS Tegal. Penelitian sebelumnya menggunakan tiga variabel : dampak daya tarik promosi, kemudahan penggunaan, dan keamanan. Namun, penelitian saat ini tidak menggunakan variabel keamanan tetapi menambahkan variabel literasi keuangan, manfaat dan risiko.</p>
3.	(Aditya & Mahyuni, 2022)	<p>Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Manfaat,</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi milenial lebih suka melakukan</p>	<p>Persamaan :</p> <p>Kedua penelitian menggunakan metode kuantitatif</p>

		Keamanan, Dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan <i>Fintech</i>	transaksi dengan cepat dan praktis, sehingga mereka mementingkan sistem keamanan <i>fintech</i> yang melindungi data pribadi mereka.	<p>dan meminta data melalui kuesioner dan mempunyai tema penelitian yaitu minat penggunaan <i>financial technology</i>.</p> <p>Perbedaan :</p> <p>Penelitian terdahulu dilakukan pada generasi milenial di provinsi Bali yang merupakan kota besar berbeda dengan penelitian saat ini dilakukan pada mahasiswa FEB UPS Tegal yang berlokasi di kota kecil dan objek penelitian sebelumnya adalah teknologi keuangan secara menyeluruh, sedangkan objek penelitian yang dilakukan peneliti saat ini terkonsentrasi pada <i>digital payment</i> berupa kode QR yang diimplementasikan sebagai QRIS.</p>
--	--	--	--	--

4.	(Endriyanto & Indrarini, 2022)	Pengaruh Promosi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Wallet</i> Linkaja (Studi Kasus Di Surabaya)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>e-wallet</i> linkaja melakukan strategi menarik daya guna pembeli dengan cara melakukan promosi dan fitur layanan yang bagus, yang menarik banyak peminat untuk menggunakannya.	<p>Persamaan :</p> <p>Kedua penelitian menggunakan metode kuantitatif dan meminta data melalui kuesioner dan mempunyai tema penelitian yaitu minat penggunaan pembayaran digital.</p> <p>Perbedaan :</p> <p>Penelitian terdahulu dilakukan pada seluruh warga Surabaya yang berusia 20 – 49 tahun, sedangkan penelitian saat ini dilakukan pada mahasiswa FEB UPS Tegal serta penelitian ini fokus pada aplikasi pembayaran digital linkaja untuk objek penelitian. Berbeda dengan penelitian saat ini yang sebagian besar terkonsentrasi pada sistem pembayaran digital yaitu QRIS.</p>
5.	(Rahajeng dkk., 2022)	<i>Determinants of Behavioral</i>	Hasil penelitian menyatakan	<p>Persamaan :</p>

		<i>Interest in the use of Electronic Money (E-Money): Decomposed Theory of Planned Behavior Model Approach</i>	bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku menentukan minat perilaku responden Kota Batu Wisata untuk menggunakan barang dan jasa dengan <i>e-money</i> .	<p>Kedua penelitian menggunakan metode kuantitatif dan data dikumpulkan melalui kuesioner dan sama-sama meneliti terkait minat penggunaan <i>digital payment</i>.</p> <p>Perbedaan :</p> <p>Penelitian sebelumnya melihat seluruh masyarakat Kota Batu menggunakan <i>e-money</i>, sedangkan penelitian saat ini melihat mahasiswa FEB UPS Tegal dan berfokus pada pembayaran digital dalam bentuk kode QR, QRIS.</p>
6.	(Soewandi dkk., 2022)	<i>The Effect of Consumer Intention on the Growth of the Use of E-Wallet as a Cash Substitute in Indonesia</i>	Hasil penelitian menyatakan bahwa minat penggunaan <i>e-money</i> dari keempat variabel pada penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan.	<p>Persamaan :</p> <p>Kedua penelitian menggunakan metode kuantitatif dan meminta data melalui kuesioner dan mempunyai tema penelitian yaitu penggunaan sistem pembayaran digital.</p>

				<p>Perbedaan :</p> <p>Penelitian terdahulu dilakukan pada pengguna <i>e-wallet</i> yang bisa disimpulkan sudah melekat dengan teknologi, sedangkan penelitian saat ini dilakukan pada mahasiswa FEB UPS Tegal dan objek penelitian sebelumnya yaitu <i>financial technology</i> secara keseluruhan, sedangkan konsentrasi penelitian saat ini adalah <i>digital payment</i> berbasis QR code yang diwujudkan dalam bentuk QRIS. Penelitian sebelumnya berkonsentrasi pada empat variabel : persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko, persepsi kegunaan. Sedangkan penelitian saat ini menambahkan,</p>
--	--	--	--	--

				tetapi tidak menggunakan variabel persepsi kegunaan.
7.	(A. Anggriani dkk., 2023)	Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kegunaan, dan Kemudahan Penggunaan pada Minat Penggunaan <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i> Dalam Transaksi Keuangan (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma Tahun 2019	Hasil penelitian menyatakan : sampel penelitian, terutama menerapkan aplikasi keuangan QRIS, sangat percaya pada kemudahan penggunaan QRIS, yang diukur melalui kemudahan penggunaan, kemudahan akses dan informasi, kemudahan operasional, biaya penggunaan yang terjangkau, dan data transaksi.	<p>Persamaan :</p> <p>Kedua penelitian menggunakan metode kuantitatif dan data dikumpulkan melalui kuesioner dan sama-sama meneliti terkait minat penggunaan QRIS.</p> <p>Perbedaan :</p> <p>Penelitian sebelumnya meneliti mahasiswa FEB Universitas Islam Malang, sementara penelitian saat ini meneliti mahasiswa FEB UPS Tegal. Penelitian sebelumnya menekankan tiga hal : literasi keuangan, persepsi kegunaan, dan kemudahan penggunaan. Penelitian saat ini menambahkan</p>

				variabel risiko serta promosi.
8.	(Farid & Laksmi, 2023)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Dompet Elektronik	Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel manfaat, kemudahan dan risiko memengaruhi minat penggunaan dompet elektronik secara positif dan signifikan.	<p>Persamaan :</p> <p>Kedua penelitian memakai metode kuantitatif dan memanfaatkan kuesioner untuk mengumpulkan data. Kedua penelitian menyelidiki minat penggunaan pembayaran digital.</p> <p>Perbedaan :</p> <p>Penelitian terdahulu dilakukan pada masyarakat Kota Medan dan berfokus pada tiga variabel : manfaat, kemudahan, dan risiko. Penelitian saat ini dilakukan pada mahasiswa FEB UPS Tegal dan memeriksa faktor apa saja yang memengaruhi minat mereka dalam penggunaan QRIS. Penelitian ini juga memasukkan variabel literasi</p>

				keuangan dan promosi.
9.	(Wan Nawang & Syabil Nazhan Ahd.Moess, 2023)	<i>Predicting Intention to Use QR Code Mobile Payment among Malaysian Muslim Millennials</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat untuk menggunakan pembayaran seluler kode QR dipengaruhi oleh persepsi manfaat, persepsi risiko, motivasi hedonis, dan ekspektasi kinerja di kalangan generasi milenial muslim Malaysia. Namun, persepsi kemudahan penggunaan dan pengaruh sosial bukan merupakan prediktor niat untuk menggunakan pembayaran seluler kode QR	<p>Persamaan :</p> <p>Kedua penelitian menggunakan metode kuantitatif dan meminta data melalui kuesioner dan mempunyai tema penelitian yaitu minat penggunaan pembayaran menggunakan kode QR.</p> <p>Perbedaan :</p> <p>Penelitian terdahulu dilakukan di Malaysia dengan generasi milenial muslim sebagai responden, sedangkan penelitian saat ini dilakukan pada mahasiswa FEB UPS Tegal dengan perilaku konsumen yang berbeda karena perbedaan budaya dan nilai.</p>
10.	(Widayat dkk., 2023)	<i>QR-Code-Based Payment. Does The Consumer Intend To Adopt A</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor sosial memengaruhi	<p>Persamaan :</p> <p>Kedua penelitian menggunakan metode kuantitatif</p>

		<p><i>Retail Buying Transaction?</i></p>	<p>perasaan orang terhadap pembayaran dengan kode QR, dan dukungan yang memfasilitasi serta ekspektasi kinerja memengaruhi seberapa besar kemungkinan mereka akan menggunakannya.</p>	<p>dan meminta data melalui kuesioner dan mempunyai tema penelitian yaitu minat penggunaan pembayaran menggunakan kode QR.</p> <p>Perbedaan :</p> <p>Penelitian terdahulu dilakukan di Jawa Timur dengan kriteria responden yaitu yang menggunakan uang elektronik, sedangkan penelitian saat ini dilakukan pada mahasiswa FEB UPS Tegal dan berfokus pada tiga variabel yakni faktor dampak sosial, ekspektasi kinerja, dan kondisi yang memfasilitasi. Sedangkan, penelitian saat ini memakai variabel literasi keuangan, manfaat, kemudahan, risiko, dan promosi.</p>
--	--	--	---	---

Sumber : Data diolah, 2024

C. Kerangka Pemikiran

1. Pengaruh *Financial literacy* terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

Financial literacy adalah kesanggupan untuk mengerti dan mempergunakan pengetahuan keuangan dalam aktivitas sehari-hari. Ini termasuk kapasitas pengambilan keputusan, pengetahuan tentang konsep-konsep dasar keuangan, dan keahlian dalam perencanaan dan manajemen keuangan. Cara orang memahami dan menggunakan QRIS dalam berbagai situasi dipengaruhi salah satunya oleh *financial literacy*.

Financial literacy membantu individu memahami konsep produk dan layanan keuangan, termasuk QRIS. *Financial literacy* mengurangi ketidakpastian dan kebingungan terkait *fintech*. Selain itu, *financial literacy* meningkatkan kepercayaan diri dalam mengambil keputusan keuangan. Oleh karena itu, Individu yang merasa paham mengenai keuangan akan merasa percaya diri dan lebih berani mencoba teknologi baru seperti QRIS.

Financial literacy berpengaruh positif karena ketika seseorang belajar banyak tentang keuangan, alat pembayaran, dan keterampilan keuangan, mereka dapat membuat keputusan pengeluaran dengan baik dan membuat keputusan keuangan yang cerdas. Dengan *financial literacy* yang dimiliki, seseorang akan memiliki kemampuan manajemen keuangan yang baik (Hamzah & Suhardi, 2019). *Financial literacy* berpengaruh positif terhadap penggunaan teknologi keuangan karena seseorang yang tahu banyak tentang keuangan akan lebih mudah memilih dan menemukan

barang atau jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhannya sehingga orang yang mengerti *financial literacy* akan memilih QRIS. Penelitian yang dilakukan oleh A. Anggriani dkk. (2023) memberikan indikasi bahwa semakin sadar akan *financial literacy*, minat seseorang dalam menggunakan uang elektronik akan semakin tinggi.

H1 : *Financial literacy* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

2. Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

Persepsi manfaat dapat diartikan sebagai cara seseorang atau kelompok menginterpretasikan atau memahami nilai positif atau keuntungan yang dapat diperoleh dari suatu tindakan, keputusan, atau keadaan. Berdasarkan definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa manfaat yang dirasakan adalah persepsi dari proses pengambilan keputusan. Kepraktisan dan kemudahan penggunaan QRIS sangat memengaruhi sikap pengguna terhadap teknologi baru dan seberapa baik mereka menggunakannya. Jika pengguna merasakan kebahagiaan, kepuasan, dan kenyamanan dalam menggunakan QRIS, mereka akan termotivasi untuk mengadopsi dan terus menggunakan QRIS.

Effendy (2021) melakukan penelitian dan mengemukakan bahwa niat untuk menggunakan dompet digital dipengaruhi secara signifikan oleh manfaat yang dirasakan. Hal ini konsisten dengan penelitian Atriani dkk. (2020) yang memberikan simpulan yaitu meningkatnya persepsi manfaat

akan mendorong mereka untuk menggunakan dompet digital OVO. Ketika seseorang percaya bahwa mereka akan mendapatkan manfaat dari penggunaan uang elektronik, mereka akan cenderung menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari. Mereka juga akan merasakan bahwa menggunakan uang elektronik dalam kegiatan sehari-hari mereka akan meningkatkan performa, efisiensi kinerja, dan membantu dalam memudahkan transaksi pembayaran.

H2 : Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

3. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

Persepsi kemudahan ialah seberapa jauh seseorang dapat dengan mudah menggunakan suatu teknologi. Persepsi kemudahan juga ditafsirkan sebagai tingkat di mana pengguna menganggap penggunaan sistem atau teknologi tersebut mudah dan lancar. Lebih mudah bagi seseorang untuk menerima dan mengadopsi teknologi yang dianggap mudah digunakan, lebih besar kemungkinan mereka akan minat penggunaannya.

Kemudahan penggunaan QRIS membuat transaksi lebih efisien. Pengguna tidak akan tunduk pada proses pembayaran yang memakan waktu atau rumit. Jika pengguna percaya QRIS mudah digunakan karena sederhana dan aman, mereka akan lebih cenderung mengadopsi dan terus menggunakannya. pengguna yang merasa mudah menggunakan QRIS daripada transaksi lainnya akan memiliki pengalaman positif. Pengalaman

positif ini dapat memperkuat minat pengguna untuk terus menggunakan QRIS di masa mendatang.

Aditya & Mahyuni (2022) melakukan penelitian dan menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang penting dan positif terhadap penggunaan *financial technology*. Hal ini menyiratkan bahwa pengguna akan lebih tertarik untuk menggunakan teknologi sistem jika lebih nyaman bagi mereka. Persepsi kemudahan berpengaruh positif karena meningkatkan kemudahan penggunaan akan meningkatkan minat penggunaan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa pengguna semakin percaya bahwa teknologi atau sistem yang digunakan tidak rumit dan hanya membutuhkan sedikit waktu untuk dipelajari, pada akhirnya akan membantu pengguna dalam menggunakannya.

H3 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

4. Pengaruh risiko terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

Persepsi risiko dijelaskan seperti suatu persepsi yang muncul dari pengguna terkait dengan kemungkinan mengalami kehilangan atau ketidakpastian dalam mencapai tujuan yang diinginkan dan dapat muncul dalam berbagai situasi, seperti yang berkaitan dengan kehidupan pribadi, bisnis, keuangan, dan lainnya. Dengan pemahaman keuangan yang baik, seseorang dapat mengoptimalkan manfaat QRIS, mengelola risiko, dan memastikan bahwa penerapan QRIS memberikan manfaat yang signifikan

bagi individu karena QRIS memungkinkan individu melakukan pembayaran dengan cepat, transaksi QRIS terjamin keamanannya karena diawasi oleh Bank Indonesia, transaksi dapat dilakukan dengan nominal yang tepat, transaksi QRIS tercatat secara otomatis, dan individu dapat menggunakan QRIS untuk bertransaksi sewaktu-waktu dan dari mana saja.

Beberapa penelitian yang pernah diteliti, seperti Kota & Kusumastuti (2022) yang melakukan penelitian dan penelitiannya menemukan bahwa risiko berpengaruh negatif terhadap keinginan untuk menggunakan suatu teknologi. Menurut respondennya, mereka khawatir nomor PIN dapat diketahui oleh orang lain tanpa sepengetahuan mereka dan responden tidak mau menggunakan layanan *fintech* tersebut. Penelitian lain yaitu Nurdin dkk. (2020) yang memberikan indikasi bahwa kerugian akan terasa lebih parah jika risiko yang ditanggung semakin tinggi dan pengguna merasa penggunaan *fintech* lebih berisiko, minat untuk melakukan transaksi *fintech* berkurang. Sistem pembayaran seperti QRIS, pengguna akan lebih suka menggunakan sistem jika mereka merasa risikonya rendah.

H4 : Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

5. Pengaruh promosi terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

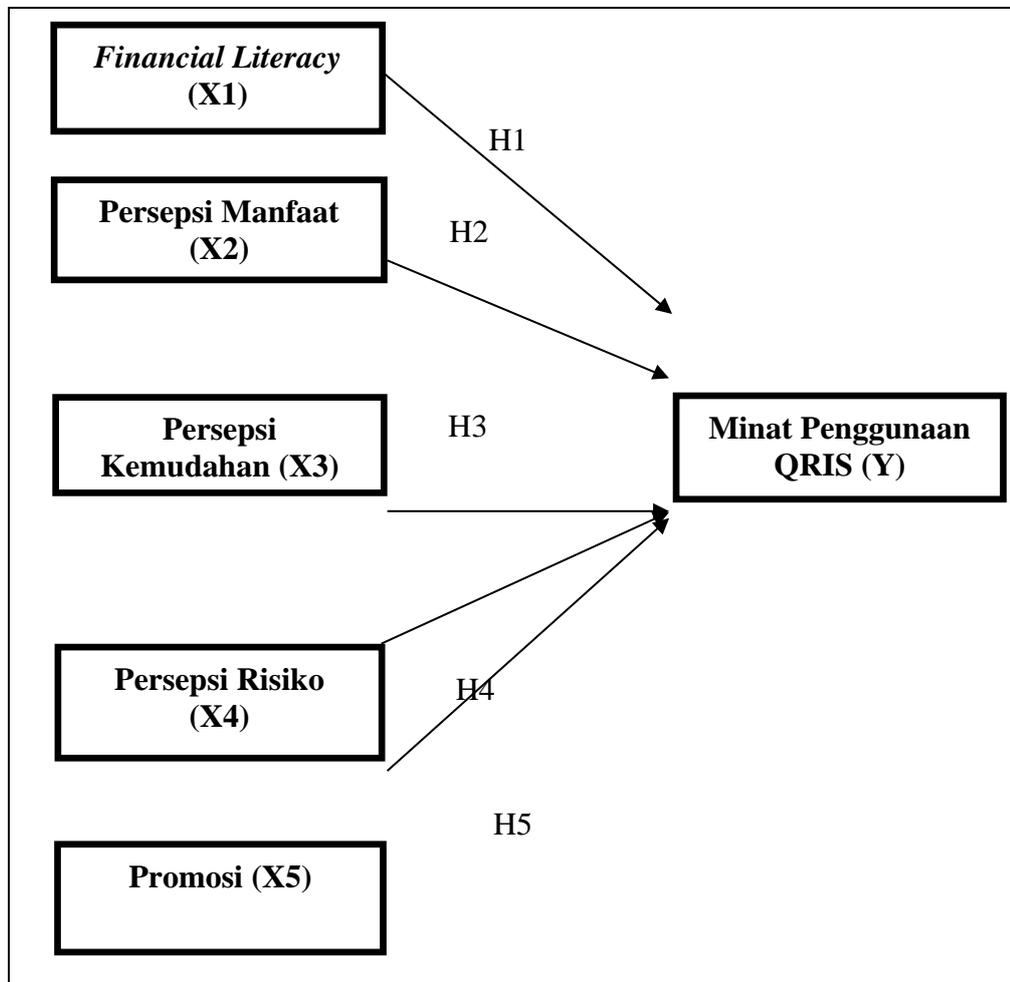
Promosi adalah upaya perusahaan untuk menarik pelanggan, di mana perusahaan memberikan informasi tentang barang, jasa, dan konsep

yang ditawarkan kepada pelanggan agar mereka dapat memutuskan untuk membeli sesuatu. Adanya promosi sebagai salah satu bentuk strategi pemasaran yang dirancang untuk menarik pelanggan atas suatu barang atau jasa. Untuk meningkatkan minat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran, promosi menjadi sangat penting.

Mujib & Amin (2019) melakukan penelitian dan memaparkan bahwa untuk menarik pelanggan sebelum mereka menggunakan QRIS dalam bertransaksi keuangan, promosi menjadi faktor pendorong utama mereka untuk menggunakan QRIS BSI. Penelitian lain yang memberikan hasil bahwa promosi berpengaruh positif terhadap meningkatkan penggunaan yaitu dilakukan oleh Agustino dkk. (2021) dalam penelitian tersebut, peneliti mengungkapkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh penyedia *e-wallet* di situs web mereka dengan disertai adanya hadiah penggunaan *e-wallet* dapat menarik pelanggan untuk membeli dan membuat mereka senang menggunakan layanan *e-wallet* serta ingin terus menggunakannya dibandingkan dengan layanan lain. Oleh karena itu, minat dan kepercayaan pengguna QRIS dapat meningkat melalui promosi yang efektif.

H5 : Promosi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

Dari uraian yang sudah dijelaskan diatas, maka berikut ini adalah kerangka pemikiran :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

1. *Financial Literacy* berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan QRIS.
2. Persepsi Manfaat berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan QRIS.
3. Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan QRIS.
4. Persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap Minat Penggunaan QRIS.
5. Promosi berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan QRIS.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Tujuan adanya penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menguji variabel-variabel yang dapat memengaruhi minat dalam penggunaan QRIS. Penelitian ini mempergunakan metode kuantitatif, Sugiyono (2013;8) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif bersifat observasional, menggunakan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data dan kemudian analisis statistik untuk mengevaluasi dan menilai hipotesis yang telah diajukan.

Data primer digunakan dalam penelitian ini. Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber utama dan dibutuhkan oleh peneliti (Syahza, 2021;90). Data tersebut dikumpulkan dan disebarakan melalui pendistribusian kuesioner yang ditujukan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) UPS Tegal.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah meliputi keseluruhan area generalisasi yang di dalamnya terdiri atas item atau subjek dengan karakteristik dan atribut tertentu sesuai dengan yang ditetapkan oleh peneliti untuk melakukan penelitian dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2013;80). Adapun yang menjadi populasi dari penelitian ini berasal dari mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pancasakti Tegal tahun 2023. Berikut merupakan tabel besaran populasi yang hendak diteliti melalui penelitian ini adalah :

Tabel 3.1 Jumlah Populasi

No	Program Studi	Jumlah
1.	Akuntansi (S1)	592
2.	Bisnis Digital (S1)	54
3.	Manajemen (S1)	1276
4.	Manajemen Perpajakan (D3)	23
Total		1945

2. Sampel

Sampel ialah sebagian kecil yang diambil dari ukuran dan susunan populasi. Karena sering kali tidak praktis atau tidak mungkin untuk mengumpulkan data dari seluruh populasi, maka dilakukan pengambilan sampel. Oleh karena itu, sampel tersebut harus bisa mewakili dengan baik karakteristik yang ada pada populasi (Sugiyono 2020;127).

Metode *purposive sampling* dipergunakan untuk pengambilan sampel didasari pada sejumlah kriteria (Sugiyono, 2020;133). Kriteria yang digunakan pada penelitian ini meliputi :

1. Mahasiswa aktif dari 4 program studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.

2. Mahasiswa yang sedang atau pernah menempuh mata kuliah manajemen keuangan dan/atau pengantar akuntansi.

Maka jumlah sampel yang dihitung dengan menggunakan rumus slovin, sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Presisi yang ditetapkan atau presentasi kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (diambil 10%).

Berdasarkan data populasi, diketahui bahwa jumlah mahasiswa aktif FEB Universitas Pancasakti Tegal tahun 2023 adalah 1.945. Oleh karena itu, dengan *margin of error* 10%, jumlah sampelnya adalah :

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

$$n = \frac{1945}{1 + 1945(10\%)^2} = \frac{1945}{20.45} = 95,11 = 100 \text{ (Dibulatkan)}$$

Jumlah sampel yang diteliti berdasarkan perhitungan di atas adalah 100 responden. Kemudian dalam penentuan jumlah sampel dari setiap program

studi, dapat dihitung dengan menggunakan alokasi proporsional sebagai berikut

:

$$\text{Sampel} = \frac{\text{Jumlah Populasi Menurut Kelompok}}{\text{Jumlah Populasi Keseluruhan}} \times \text{Jumlah Sampel}$$

Berikut merupakan perhitungan sampel pada setiap jurusan :

Tabel 3.2 Sampel Penelitian

No	Program Studi	Jumlah Mahasiswa	Sampel Per-Prodi
1.	Akuntansi (S1)	592	$\frac{592}{1945} \times 100 = 31$
2.	Bisnis Digital (S1)	54	$\frac{54}{1945} \times 100 = 3$
3.	Manajemen (S1)	1276	$\frac{1276}{1945} \times 100 = 65$
4.	Manajemen Perpajakan (D3)	23	$\frac{23}{1945} \times 100 = 1$
Total			100

C. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Keberadaan *dependent variable* dapat dipengaruhi oleh *Independent variable* (Sugiyono, 2020;69). Variabel bebas yang terdapat di penelitian ini adalah *financial literacy* (X1), Persepsi manfaat (X2), persepsi kemudahan (X3), persepsi risiko (X4), serta promosi (X5).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Dependent variable ialah variabel yang berpengaruh serta dapat sebagai akibat yang dikarenakan oleh variabel bebas (Sugiyono, 2020;69). Minat penggunaan dijadikan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini.

3. Variabel Operasional (*Operational Variable*)

Sugiyono (2020) mendefinisikan variabel sebagai suatu atribut, nilai, atau sifat dari orang, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya ditarik kesimpulannya. Adapun operasional variabel dari penelitian ini :

1. Minat adalah tendensi seseorang terhadap suatu hal baik layanan, produk, atau teknologi. Minat untuk menggunakan sesuatu dalam keadaan tertentu dapat berdampak pada keputusan seseorang untuk mengadopsi atau menggunakannya.
2. *Financial literacy* adalah pengetahuan yang dimiliki setiap orang tentang ekonomi dan digunakan sebagai bahan pertimbangan saat mereka membuat keputusan tentang bagaimana mengelola asset mereka.

3. Persepsi manfaat adalah keyakinan bahwa menggunakan sistem baru dianggap menguntungkan dan membantu penggunanya dengan mempermudah dan meningkatkan kinerja pekerjaan.
4. Persepsi kemudahan mengacu pada seberapa mudah seseorang berpikir untuk menggunakan sistem informasi.
5. Persepsi risiko adalah penilaian pribadi seseorang terhadap ketidakpastian tentang peristiwa atau kejadian yang mungkin terjadi dan seberapa peduli mereka terhadap konsekuensinya.
6. Promosi adalah macam pesan komunikasi pemasaran yang dipakai untuk menyebarkan informasi serta membuat orang ingin membeli atau menggunakan barang.

Tabel 3.3 Operasional Variabel

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	BUTIR ANGKET	SKALA
Minat (Y), (Nurdin dkk., 2021)	Minat Transaksional (Ketertarikan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akan menggunakan karena fitur dan manfaat yang ditawarkan. 2. Akan menggunakan karena simpel dan mudah dipahami. 	1,2	Interval

	Minat Eksploratif (Keinginan)	1. Akan terus menggunakan di masa depan.	3,4	
	Minat Referensial (Keyakinan)	1. Akan menceritakan pengalaman penggunaan kepada orang lain. 2. Berniat untuk menyarankan orang lain untuk menggunakan.	5,6,7	
<i>Financial Literacy</i> (X1), (Saleh & Sari, 2020).	Pemahaman	1. Kesuksesan dan kesejahteraan bergantung pada pengetahuan tentang keuangan. 2. Pengetahuan tentang jenis layanan keuangan.	1,2	Interval
	Penggunaan	1. Pencatatan pengeluaran dan pemasukan keuangan 2. Mengambil risiko untuk setiap keputusan yang diambil. 3. Dapat meminimalisir risiko keuangan.	3,4,5,6,7	
Persepsi Manfaat (X2), Sun & Zhang (dalam Japarianto &	<i>Improve job performance</i>	1. Berbagai jenis transaksi dapat dipercepat dengan menggunakan sistem ini.	1,2	Interval
	<i>Increase productivity</i>	1. Transaksi pembayaran dapat	3,4	

Anggono, 2020)		dilakukan dengan praktis		
	<i>Increase effectivieness</i>	1. Transaksi pembayaran lebih mudah dilakukan.	5	
	<i>Usefullness</i>	1. Transaksi pembayaran dapat menghemat waktu.	6	
Persepsi Kemudahan (X3) Venkatesh & Davis (dalam Japariato & Anggono, 2020)	<i>Clear and understandable</i>	1. Sistem mudah untuk dipelajari. 2. Sistem mudah untuk dipahami	1,2,3	Interval
	<i>Does not require a lot of mental effort</i>	1. Sistem memiliki desain unik, menarik, dan interaktif.	4,5	
	<i>Easy to get the system to do what he/she wants to do</i>	1. Merasa mahir dalam menggunakannya.	6	
Persepsi Risiko (X4), (Wardani & Sari, 2021)	Kehilangan data	1. Merasa jika menggunakan, keamanan data pengguna terjaga. 2. Merasa jika menggunakan rawan akan kehilangan data	1,2	Interval
	Pencurian	1. Merasa jika sistem aman dari pencurian uang. 2. Merasa jika menggunakan saldo akan berkurang tanpa sebab	3,4	
	Penipuan	1. Merasa jika menggunakan rawan akan penipuan	5,6,7	

Promosi (X5), (Kotler & Keller, 2016)	Pesan Promosi	1. Detail dari penjelasan yang diberikan masuk akal, mudah dimengerti, dan menarik. 2. Tawaran yang diberikan sangat menghemat pengeluaran.	1,2,3	Interval
	Media Promosi	1. Promosi dilakukan melalui program insentif yang diberikan.	4,5	
	Waktu Promosi	1. Tawaran yang diberikan memiliki jangka waktu yang cukup lama.	6	
	Frekuensi Promosi	1. Seringnya promosi memengaruhi keinginan untuk mencoba.	7	

D. Metode Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Data penelitian didapatkan melalui penyebaran kuesioner; dengan kata lain, peneliti mendapatkan orang-orang yang terlibat secara langsung, yang juga dikenal sebagai data primer. Selanjutnya, peneliti mengumpulkan informasi langsung tentang topik penelitian dengan mengirimkan kuesioner kepada sampel responden. Responden harus memberikan jawaban atas sejumlah pertanyaan dalam kuesioner ini untuk mengukur minat dalam mengadopsi

QRIS sebagai metode pembayaran digital dalam kaitannya dengan *financial literacy*, manfaat yang dirasa, kemudahan penggunaan yang dirasa, risiko penggunaan yang dirasa dan promosi.

Penggunaan skala likert untuk menakar sikap, pendapat, dan persepsi seseorang maupun kelompok individu mengenai penggunaan QRIS digunakan dalam kuesioner yang dibagikan kepada responden. Setiap jawaban dari lima kemungkinan opsi jawaban yang tersedia diberi bobot nilai atau skor seperti dibawah ini :

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

2. Studi Pustaka

Literatur, berbagai buku, catatan-catatan, dan laporan yang berkaitan tentang topik pembahasan digunakan dalam proses pengumpulan data. Penulis melakukan pengumpulan data-data ini melalui metode literatur, yang juga didapatkan dari berbagai buku literatur, jurnal, dan penelitian-penelitian lain dari yang serupa.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Keabsahan kumpulan data dievaluasi dengan menggunakan uji validitas (Sugiyono, 2020;175). Sejauh mana sebuah instrumen benar-benar mengukur variabel yang relevan dan sejauh mana instrumen tersebut dapat diandalkan untuk memberikan hasil yang relevan dan akurat disebut sebagai validitas. Nilai *Corrected Item to Total Correlation* (r hitung) berdasarkan r tabel harus dipenuhi agar uji validitas dapat diukur dengan perhitungan menggunakan rumus :

$$(df) = n - 2$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

Kriteria berikut ini diterapkan untuk menguji kelayakan data penelitian :

1. Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka pernyataan yang diajukan dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $\leq r$ tabel, maka pernyataan yang diajukan dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Tujuan uji reliabilitas adalah untuk mengevaluasi konsistensi alat pengukur, memastikan apakah alat tersebut dapat diandalkan dan mempertahankan konsistensinya selama beberapa kali pengukuran (Hamid dkk., 2019). Jadi, untuk lebih memahaminya, uji reliabilitas adalah uji keandalan. Menurut Sugiyono (2020) instrumen yang reliabel ialah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk melakukan pengukuran terhadap

objek yang sama, akan memperoleh data yang sama. Penelitian ini akan menggunakan koefisien alfa (α) dari *Cronbach Alpha* dalam memproses uji reliabilitas instrumennya yaitu kuesioner dikatakan *reliable* jika nilai yang diberikan *Cronbach Alpha* $> 0,7$.

F. Metode Analisis Data

Penulis melakukan penelitian secara terbuka. Proses analisis data dilakukan setelah pengumpulan informasi dari setiap responden. Teknik analisis data merupakan alat yang digunakan dalam membahas suatu permasalahan (Yunita, 2021). Statistik digunakan dalam metode analisis data untuk penelitian kuantitatif. Data dapat dianalisis dengan mengelompokkan informasi dari seluruh responden berdasar variabel dan jenis responden, membuat tabulasi data untuk tiap variabel yang diteliti, kemudian menyelesaikan rumusan masalah melalui perhitungan, dan menguji hipotesis melalui perhitungan juga (Sugiyono, 2020;206).

Pengolahan analisis data yang efisien, canggih, cepat, dan akurat dilakukan sebagian besar penulis dengan menggunakan program komputer yang berupa alat hitung statistik. Penelitian ini mempergunakan alat hitung berupa *software IBM Statistical Package For Social Science (SPSS)* versi 25 yang berlandaskan dari buku panduan penulisan skripsi yang diperoleh dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.

1. Statistik Deskriptif

Saat menganalisis data, statistik deskriptif digunakan untuk menghindari penarikan kesimpulan atau generalisasi yang luas (Sugiyono,

2020;206). Statistik deskriptif tidak diragukan lagi akan digunakan dalam analisis penelitian berbasis populasi. Variabel *financial literacy*, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan promosi minat menggunakan QRIS semuanya tercakup dalam statistik deskriptif.

2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji distribusi normalitas, juga disebut sebagai uji normalitas, digunakan untuk menentukan apakah data lapangan memiliki distribusi normal sehingga dapat digunakan dalam statistik parametris (*statistic inverensial*) (Hamid dkk., 2019;71). Secara umum diketahui bahwa nilai residual dari uji t dan f diasumsikan memiliki distribusi normal. Uji statistik sampel kecil tidak valid jika asumsi ini tidak terpenuhi. Menurut Hamid dkk. (2019;81) kriteria yang berlaku untuk menentukan kenormalan terdiri dari:

1. Taraf signifikansi uji $\alpha=0,05$ atau $0,01$.
2. Jika signifikansi yang diperoleh $> \alpha$, maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
3. Jika signifikansi yang diperoleh $< \alpha$, maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas terjadi ketika terdapat hubungan atau keeratan hubungan antara dua atau lebih variabel eksogen yang signifikan satu sama lain. Untuk menerapkan uji multikolinearitas menggunakan SPSS, digunakan nilai dari VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai dari koefisien korelasi antara variabel bebas (Hamid dkk., 2019;105). Variabel-variabel independent dalam model regresi yang baik harusnya tidak berkorelasi. Jika terdapat korelasi antar variabel bebas, berarti variabel-variabel tersebut tidak bisa dianggap ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang sama nilainya seperti nol.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah kemampuan model regresi untuk menilai adanya perbedaan dalam varian residual di berbagai observasi dalam model regresi (Ghozali, 2018;137). Homoskedastisitas adalah sifat di mana varians antara residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya tetap. Heteroskedastisitas adalah istilah ketika ada perbedaan, dan tidak adanya heteroskedastisitas terjadi ketika data terdiri dari ukuran kecil, sedang, dan besar.

G. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda menunjukkan pengaruh dari dua atau lebih variabel terhadap variabel terikat yang ditunjuk (Hamid dkk., 2019;15). Untuk menentukan pengaruh variabel bebas (X) yaitu *financial literacy*, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, serta promosi terhadap variabel terikat yaitu

minat penggunaan (Y) maka diterapkan analisis regresi berganda. Persamaan regresi linear berganda menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \beta_3 \cdot X_3 + \beta_4 \cdot X_4 + \beta_5 \cdot X_5 + \varepsilon$$

Dimana :

Y = Minat Penggunaan

α = Konstanta

$\beta_1\beta_2\beta_3\beta_4\beta_5$ = Koefisien Regresi Linear Berganda

X_1 = *Financial Literacy*

X_2 = Persepsi Manfaat

X_3 = Persepsi Kemudahan

X_4 = Persepsi Risiko

X_5 = Promosi

ε = Error

H. Uji Hipotesis

1. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Tujuan dari uji F adalah guna mengidentifikasi semua variabel bebas dalam model yang secara bersamaan memengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2018;98). Uji statistik F menggunakan tingkat kepercayaan 0,05. Pengambilan di dasarkan oleh keputusan dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi yaitu hipotesis diterima jika nilai profitabilitas $F < 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan hipotesis ditolak jika nilai profitabilitas $F > 0,05$ atau

$F_{hitung} < F_{tabel}$. Adapun hipotesis yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. H_0 = Tidak adanya pengaruh variabel X secara bersama sama terhadap variabel Y.
2. H_a = Adanya pengaruh variabel X secara bersama-sama terhadap variabel Y.

2. Uji Parsial (Uji T)

Uji statistik t pada dasarnya menggambarkan seberapa jauh satu variabel bebas dapat menjelaskan varians variabel yang diamati dalam variabel terikat (Ghozali, 2018;98). Dengan menggunakan model ini, prosedur pengujian sebagai berikut :

1. Hipotesis uji t

$H_0 : \beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel bebas dan variabel terikatnya.

$H_0 : \beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh secara parsial antara variabel bebas dan variabel terikatnya.

2. Kriteria berikut ini harus dipenuhi untuk menguji hipotesis dan menentukan nilai uji t : *p value* :

H_0 diterima dan H_a ditolak, ketika $T_{hitung} < T_{tabel}$, atau nilai sig. > *level of significant* sebesar 0,05 yang menegaskan bahwa tidak adanya sebuah pengaruh signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.

H_0 ditolak dan H_a diterima, ketika $T_{hitung} > T_{tabel}$, atau nilai sig. $< level$ of significant sebesar 0,05 yang menegaskan bahwa adanya sebuah pengaruh signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.

3. Nilai T_{hitung}

T_{hitung} dengan menggunakan rumus :

$$T_{hitung} = \frac{b}{Se}$$

Dimana :

T_{hitung} = Nilai t

b = Koefisien Regresi X

Se = Standar error koefisien regresi X

I. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dipergunakan untuk menghitung sampai seberapa jauh model dapat memberi penjelasan tentang varians variabel terikat (Ghozali, 2018;97). Koefisien determinasi memiliki nilai 0 hingga 1; nilai 1 menunjukkan kecocokan sempurna, sedangkan nilai 0 menunjukkan bahwa tidak terhubung antara variabel terikat dengan variabel bebas. Dapat disimpulkan bahwa secara terus menerus bertambah besaran R^2 menuju angka satu, secara terus menerus erat ikatan variabel bebas dengan variabel terikat. Sebaliknya, nilai determinasi yang lebih kecil menunjukkan kesanggupan variabel bebas untuk menunjukkan variabel terikat secara khusus.