

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiatama, M. H., & Lestari, D. T. (2020). Persepsi Milenial Terhadap Layanan Mobile Payment Di Indonesia Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Millennial's Perception Of Mobile Payment Services In Indonesia With Technology Acceptance Model (TAM) Approach. *e-Proceeding of Management*, 7, 4190–4203.
- Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 24(2), 245–258. <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i2.10330>
- Agustino, L., Ujianto, & Yousida, I. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-wallet dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-wallet Di Kota Banjarmasin. *Jurnal Kindai : Kumpulan Informasi dan Artikel Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 17, 401–422. <https://doi.org/https://doi.org/10.35972/kindai.v17i3.631>
- Ambalov, I. A. (2021). Decomposition of perceived usefulness: A theoretical perspective and empirical test. *Technology in Society*, 64. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101520>
- Anggriani, A., Rosmiati, & Yaldi, destri. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Iklan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Pada Mahasiswa PIPS Universitas Jambi Angkatan 2020. *Journal Of Economic Education*, 2, 54–60.
- Anggriani, L., Diana, N., & Fakhriyyah, D. D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kegunaan, dan Kemudahan Penggunaan pada Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Dalam Transaksi Keuangan (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma Tahun 2019). Dalam *e\_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi* (Vol. 12). <http://jim.unisma.ac.id/index.php/jra>,
- Arofah, A. A., & Kurniawati, R. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Self-Efficacy Terhadap Perilaku Keuangan. *Journal of Economics and Business (PJEB)*, 1 Nomor 1, 41–47.
- Atriani, A., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*, 6(1), 54–61. <https://doi.org/10.29303/jseh.v6i1.78>
- Azzahroo, R. A., & Estiningrum, S. D. (2021). Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Teknologi Pembayaran. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17(1), 10. <https://doi.org/10.29406/jmm.v17i1.2800>

- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2023, Oktober). *Kamus Besar Bahasa Indonesia VI Daring*. Jakarta:BPPB. Diambil 12 Desember 2023 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Bank Indonesia. (2023). *Sistem Pembayaran & Pengelolaan Uang Rupiah*. Bank Indonesia. Diambil 24 November 2023, dari <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx>
- Bank Indonesia. (2017). *Peraturan Bank Indonesia*. Jakarta:Bank Indonesia. Diambil 3 maret 2024 dari [https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi\\_191217.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi_191217.aspx)
- Bank Indonesia. (2019). *Peraturan Anggota Dewan Gubernur Bank Indonesia*. Jakarta:Bank Indonesia. Diambil 3 maret 2024 dari [https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/padg\\_211819.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/padg_211819.aspx)
- Bank Indonesia. (2019). *QRIS, Satu QR Code Untuk Semua Pembayaran*. Departemen Komunikasi. Jakarta:Bank Indonesia. Diambil 22 November 2023 dari [https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/SP\\_216219.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/SP_216219.aspx)
- Bank Indonesia. (2023). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1999 Tentang Bank Indonesia*. Jakarta:Bank Indonesia. Diakses dari <https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/profil/uu-bi/Default.aspx>
- Bank Indonesia. (2024). *Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan (SPIP)*. Jakarta:Bank Indonesia. Diambil 23 Februari 2024 dari <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/Default.aspx>
- Budiantara, M., Gunawan, H., & Utami, E. S. (2019). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Trust In Online Store, Perceived Risk Sebagai Pemicu Niat Beli Online Pada Produk Umkm “Made In Indonesia” Melalui Penggunaan E-Commerce Marketplace. *JRAMB, Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, UMB Yogyakarta*, 5(1).
- Busari, A., & Noor, A. (2021). Dampak pembayaran non tunai terhadap perekonomian indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 17(3), 466–475. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI>
- Chanthasaksathian, S., & Nuangjamnong, C. (2021). Factors Influencing Repurchase Intention on e-Commerce Platforms: A Case of GET Application. *International Research E-Journal on Business and Economics*, 28–45.
- Davis, F. D. (1986). A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems. *Theory and Result*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>

- Effendy, F. (2021). Pengaruh Perceived Of Benefit Terhadap Niat Untuk Menggunakan Layanan Dompot Digital Di Kalangan Milenial. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 15(2), 1–11. <https://doi.org/10.35969/interkom.v15i2.87>
- Endriyanto, R., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh Promosi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Linkaja (Studi Kasus Di Surabaya). *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 5 Nomor 1, 67–80. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Fajri, A., Indriasih, D., & Indriyati, N. (2021). Pengaruh Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM Batik di Kabupaten Tegal. *PERMANA : Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntans*, 13(1), 108–123. <http://permana.upstegal.ac.id/index.php/permana>
- Farid, M., & Laksmi, A. C. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Dompot Elektronik. *Proceeding Of National Conference On Accounting & Finance*, 5, 441–449. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art50>
- Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). Menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi millennial menggunakan e-money. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 209–217. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9 ed.).
- Gorshkov, V. (2022). Cashless Payment in Emerging Markets: The Case of Russia. *Asia and the Global Economy*, 2(1), 100033. <https://doi.org/10.1016/j.aglobe.2022.100033>
- Gunawan, F., Ali, M. M., & Nugroho, A. (2019). Analysis of the Effects of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Consumer Attitude and Their Impacts on Purchase Decision on PT Tokopedia In Jabodetabek. *European Journal of Business and Management Research*, 4(5). <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2019.4.5.100>
- Hamid, M., Sufi, I., Konadi, W., & Akmal, Y. (2019). *Analisis Jalur Dan Aplikasi SPSS Versi 25 Edisi Pertama*.
- Hamzah, A., & Suhardi, D. (2019). Tingkat Literasi Keuangan Dan Financial Technology Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Kabupaten Kuningan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*, 2, 97–108.
- Ilmi, M., Setyo Liyundira, F., Rachmawati, A., Juliasari, D., & Habsari, P. (2020). Perkembangan Dan Penerapan Theory Of Acceptance Model (TAM) Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 16(2), 436–458.
- Japarianto, E., & Anggono, Y. D. (2020). Analisa Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Intention To Buy Dengan Perceived Usefulness Sebagai Variabel

Intervening Pada Aplikasi E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7 Nomor 1.

Kota, T. P., & Kusumastuti, Y. (2022). Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(3), 276–288.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (P. Kotler & K. L. Keller, Ed.; 2016 ed.). y Courier/Kendallville .

Morgan, P. J., & Trinh, L. Q. (2019). *Adbi Working Paper Series Fintech And Financial Literacy In The Lao Pdr Asian Development Bank Institute*. <https://www.adb.org/publications/fintech-and-financial-literacy-lao-pdr>

Mujib, A., & Amin, R. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Transaksi QRIS Pada BSI Di Surabaya. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8, 841–855.

Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(2). <https://www.bi.go.id>

Nurdin, N., Ningrum, R., Bachmid, S., & Jalil, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 3 Nomor 1, 30–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>

Nurhaeni, & Soleha, E. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Dompert Digital (Go-Pay). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 7(1), 36–48. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i1.12295>

Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Literasi Keuangan. Otoritas Jasa Keuangan. Diambil 24 Desember 2023, dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/Literasi-Keuangan.asp>

Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Strategi Nasional Literasi keuangan Indonesia (SNLKI) 2021-2025*. Diambil 24 Desember 2023 dari </berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/StrategiNasional-Literasi-Keuangan-Indonesia.aspx>

Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>

- Pradini, K. T., & Susanti. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking BCA, BNI, BRI. *E-JURNAL EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS UDAYANA*, 10(10), 859–872. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/>
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-wallet Pada Generasi Milenial Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *The Journal Of Business and Management*, 3(1).
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(2). <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i2.1340>
- Puspita, E. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money Pada Generasi Milenial. *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, 21(1). <https://doi.org/10.29303/aksioma.v21i1.154>
- Putri, C. S. P., Handayani, J., & Agustinus, T. M. (2021). *Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Semarang*. 9(2), 173–183. <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/keunis>
- Rahajeng, L. W., Baridwan, Z., & Rosidi. (2022). Determinants of Behavioral Interest in the use of Electronic Money (E-Money): Decomposed Theory of Planned Behavior Model Approach. *International Journal of Research and Review*, 9(10), 370–386. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20221044>
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model TAM-TPB Dengan Perceived Risk. *Jurnal Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, VIII Nomor 2, 274–284.
- Ramli, Y., & Rahmawati, M. (2020). *The Effect of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness that Influence Customer's Intention to Use Mobile Banking Application*. 22, 33–42. <https://doi.org/10.9790/487X-2206113342>
- Ristiani, N., & Widyastuti, E. (2021). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Layanan E-Banking. *Masharif al-Syariah*, 7, No. 1, 2022, 425–444.
- Rizkiyah, K., Nurmayanti, L., Macdhy, R. D. N., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Digital Payment OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1), 107–126. <https://doi.org/10.33369/insight.16.1.107-126>
- Saleh, M., & Sari, F. F. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kualitas Pembelajaran Keuangan Terhadap Penggunaan Fintech Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi

- Universitas Fajar. *Jurnal Manajemen dan Organisasi Review*, 2(2), 94–104.  
<http://journal.unifa.ac.id/index.php/manor/index>
- Salsyabila, S. R., Pradipta, A. R., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Shopee. *Journal of Economics and Business*, 13(1), 37–46. [www.iprice.co.id](http://www.iprice.co.id)
- Saputra, R. (2023). The Effect of Promotion Mix on Customers' Decisions in Choosing Britama Savings Products at PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI). *jurnal ekonomi manajemen akuntansi dan keuangan*, 4(3), 893–904.  
<https://doi.org/10.53697/emak.v4i3>
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi konsumen dalam menggunakan quick response code indonesia standard (qris) sebagai alat pembayaran digital. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 17(2), 2020–2237. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>
- Setiyono, W. P., Sriyono, & Prapanca, D. (2021). *Financial Technology*.
- Silalahi, R. P., Tambunan, K., & Batubara, T. R. (2022). Dampak Penggunaan QRIS Terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai Alat Transaksi. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2).
- Singh, S., Sahni, M. M., & Kovid, R. K. (2020). What drives FinTech adoption? A multi-method evaluation using an adapted technology acceptance model. *Management Decision*, 58(8), 1675–1697. <https://doi.org/10.1108/MD-09-2019-1318>
- Siregar, D. S. (2021). *Determinan Minat Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*.
- Soewandi, A. M. S., Gosal, G. K., Sitompul, I. U., & Damayanti, N. (2022). The Effect of Consumer Intention on the Growth of the Use of E-Wallet as a Cash Substitute in Indonesia. *Article in Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal) Humanities and Social Sciences*. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i4.7323>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Sugiyono, Ed.; 19 ed.). Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; 2 ed.). Penerbit Alfabeta.
- Syahza, A. (2021). *Metodologi Penelitian* (A. Syahza, Ed.; Edisi Revisi). UR PRESS.
- Utha. (2023, Agustus 20). *PQN Ditutup, Jumlah Merchant QRIS se-Eks Karesidenan Pekalongan Capai 355.000*.  
[https://www.tegalkota.go.id/v2/index.php?option=com\\_content&view=article&id=73](https://www.tegalkota.go.id/v2/index.php?option=com_content&view=article&id=73)

35:pqn-ditutup-jumlah-merchant-qrisc-se-eks-karesidenan-pekalongan-capai-355-000&catid=20:berita&Itemid=177&lang=en

- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Viana, E. D., Febrianti, F., & Dewi, F. R. (2021). Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*, 12(3), 252–264.
- Wahyuni, A. D. (2021). Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keamanan Konsumen Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Konsumen Di Marketplace Shopee Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 10(01).
- Wan Nawang, W. R., & Syabil Nazhan Ahd.Moess. (2023). Predicting intention to use QR code mobile payment among Malaysian Muslim millennials. *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 49–63. <https://doi.org/10.33102/jmifr.481>
- Wardani, G. O. P., & Sari, R. C. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kebermanfaatan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology Sistem Pembayaran. *Jurnal Profita Kajian Ilmu Akuntansi*, 9 Nomor 7, 1–17.
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (Vol. 78-623-7000-54–9). <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>
- Widayat, Marsudi, & Masudin, I. (2023). QR-code-based payment. Does the consumer intend to adopt a retail buying transaction? *Banks and Bank Systems*, 18(3), 1–13. [https://doi.org/10.21511/bbs.18\(3\).2023.01](https://doi.org/10.21511/bbs.18(3).2023.01)
- Widayat, W., Masudin, I., & Satiti, N. R. (2020). E-Money payment: Customers' adopting factors and the implication for open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3). <https://doi.org/10.3390/JOITMC6030057>
- Wilson, N., Alvita, M., & Wibisono, J. (2021). The Effect Of Perceived Ease Of Use And Perceived Security Toward Satisfaction And Repurchase Intention. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 145. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.10489>
- Xie, J., Ye, L., Huang, W., & Ye, M. (2021). Understanding fintech platform adoption: Impacts of perceived value and perceived risk. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1893–1911. <https://doi.org/10.3390/jtaer16050106>

Yunita, E. A. (2021). Efektifitas Kinerja Akuntansi Pemerintah Daerah Kabupaten Tegal. *PERMANA: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi* , 13(2), 265–277.  
<http://permana.upstegal.ac.id/index.php/permana>



# **LAMPIRAN**

## LAMPIRAN

### *Lampiran 1 Instrumen Penelitian*

#### **Kuesioner Penelitian**

#### **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)**

Kuesioner ini dibuat dalam rangka menunjang kegiatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti selaku Mahasiswa Program Studi Akuntansi S1, Universitas Pancasakti Tegal tentang “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)”, maka saya mengharapkan kesediaan Saudara/i untuk memberikan pendapat mengenai minat dalam penggunaan QRIS dengan mengisi angket atau kuesioner yang telah disediakan. Adapun petunjuk pengisian kuesioner adalah sebagai berikut :

- Bacalah seluruh pertanyaan dengan teliti
- Berilah tanda (√) pada setiap pernyataan

- Jawablah sesuai dengan pilihan saudara/i selama menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Adapun alternatif jawaban adalah sebagai berikut :

Keterangan :

1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

2 : Tidak Setuju (TS)

3 : Netral (N)

4 : Setuju (S)

5 : Sangat Setuju (SS)

### **Bagian 1 : Identitas Responden**

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan
3. Usia :
4. Domisili :
5. Program Studi :
6. Semester :  
 2       4       6       8
7. Apakah saudara/i mengetahui apa itu QRIS?  
 Ya       Tidak
8. Apakah saudara/i pernah menggunakan QRIS melalui aplikasi *e-wallet* untuk transaksi pembayaran :

Ya

Tidak

9. Jenis *e-wallet* yang digunakan untuk bertransaksi menggunakan QRIS (boleh lebih dari satu) :

ShopeePay

LinkAja

Gopay

Dana

Ovo

## Bagian 2 : Kuesioner

	Minat	STS	TS	N	S	SS	Sumber
1	Saya menggunakan QRIS karena fitur dan manfaat yang ditawarkan sangat menarik						(Nurdin dkk., 2021)
2	Saya menggunakan QRIS karena simpel dan penggunaannya sangat mudah dipahami						
3	Saya yakin akan terus menggunakan QRIS dalam jangka waktu yang panjang						
4	Saya tertarik menggunakan QRIS karena syarat dan ketentuannya mudah						
5	Saya akan mengajak teman saya untuk menggunakan QRIS dalam bertransaksi						

6	Saya akan menceritakan pengalaman kemudahan dalam bertransaksi menggunakan QRIS kepada orang lain						
7	Secara keseluruhan saya merasa QRIS bermanfaat dalam pembayaran transaksi pribadi dan sehari-hari						
<b><i>Financial Literacy</i></b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Sumber</b>
1	Saya menyadari bahwa pengetahuan dasar tentang keuangan sangat diperlukan untuk menunjang kesuksesan dan kesejahteraan seseorang baik di masa sekarang atau di masa depan						(Saleh & Sari, 2020).
2	Saya mengetahui berbagai jenis layanan keuangan salah satunya yaitu transaksi dengan QRIS						
3	Saya mencatat pengeluaran keuangan untuk mencegah keborosan						
4	Saya mengetahui risiko menggunakan jasa/layanan keuangan						
5	Saya yakin dengan mengelola keuangan yang baik akan meminimalisir risiko yang diakibatkan dari pengambilan keputusan keuangan yang salah.						

6	Saya selalu membandingkan segala sesuatu sebelum saya melakukan pengeluaran						
7	Saya mengetahui dengan pasti digunakan untuk apa saja uang yang saya keluarkan						
<b>Persepsi Manfaat</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Sumber</b>
1	Penggunaan QRIS dapat memperlancar transaksi keuangan						Sun & Zhang (dalam Japarianto & Anggono, 2020)
2	Saya merasa lebih mudah menemukan sesuatu yang berhubungan dengan transaksi yang diinginkan di dalam QRIS						
3	Melalui transaksi menggunakan QRIS, saya mendapatkan informasi yang dibutuhkan						
4	Dengan menggunakan QRIS, transaksi dapat dilakukan dengan praktis						
5	Dengan menggunakan QRIS membuat waktu saya tidak terbuang percuma dalam mengerjakan tugas-tugas saya.						
6	Menggunakan QRIS dapat menghemat waktu dalam melakukan transaksi						
<b>Persepsi Kemudahan</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Sumber</b>
1	Saya merasa dapat dengan mudah untuk mempelajari transaksi menggunakan QRIS						Venkatesh dan Davis (dalam

2	Saya merasa menggunakan QRIS untuk melakukan transaksi non tunai karena mudah untuk diidentifikasi besarnya transaksi yang dilakukan						Japarianto & Anggono, 2020)
3	Saya merasa menggunakan QRIS mudah dioperasikan sesuai dengan kebutuhan kapan saja						
4	Saya merasa transaksi menggunakan QRIS merupakan suatu sistem yang tidak rumit						
5	Saya merasa menggunakan QRIS sangat mudah karena dengan menggunakan uang saldo yang ada pada <i>mobile banking</i> yang sudah disetor/ditabung sebelumnya						
6	Saya merasa transaksi QRIS sangat fleksibel untuk digunakan						
<b>Persepsi Risiko</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Sumber</b>
1	Saya merasa khawatir ketika bertransaksi menggunakan QRIS						(Wardani & Sari, 2021)
2	Menggunakan QRIS akan kehilangan data pribadi karena akun <i>e-wallet</i> maupun <i>mobile banking</i> yang saya daftarkan sudah diverifikasi oleh sistem						
3	Saya merasa tidak nyaman dan aman ketika bertransaksi menggunakan QRIS						

4	Saya merasa khawatir saldo akan berkurang tanpa sebab						
5	Saya merasa terlalu banyak ketidakpastian seandainya memberikan informasi pribadi kepada pihak lain saat melakukan transaksi dengan QRIS						
6	Saya merasa ada risiko tertentu yang harus saya tanggung jika bertransaksi menggunakan QRIS						
7	Saya pernah mengalami kerugian saat bertransaksi menggunakan QRIS						
<b>Promosi</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Sumber</b>
1	Promosi menarik bertransaksi menggunakan QRIS membuat saya tertarik untuk mencoba						(Kotler & Keller, 2016)
2	Saya tertarik menggunakan QRIS karena melihat iklan di sosial media, iklan, atau poster.						
3	Promosi yang ditawarkan jika bertransaksi menggunakan QRIS menghemat pengeluaran saya						
4	Saya tertarik menggunakan QRIS karena mendapatkan penawaran melalui surat, telepon, atau e-mail pribadi saya						
5	Besarnya diskon yang diberikan jika bertransaksi menggunakan QRIS menarik perhatian saya						



6	Promosi penggunaan QRIS berlangsung relatif lama sehingga sangat menarik perhatian saya						
7	Seringnya promosi ajakan bertransaksi menggunakan QRIS menarik perhatian saya sehingga saya ingin mencobanya						

*Lampiran 2 Tabulasi Data Hasil Penelitian*

- Variabel *Financial Literacy* (X1)

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

36	4	4	4	4	5	5	5	31
37	5	5	1	1	5	5	1	23
38	5	5	3	5	5	5	5	33
39	4	4	4	3	4	4	4	27
40	5	5	4	4	5	4	4	31
41	3	4	4	4	4	4	4	27
42	3	4	3	3	3	4	3	23
43	5	5	4	4	5	4	4	31
44	5	5	3	4	4	4	3	28
45	5	3	3	3	5	5	5	29
46	5	5	5	4	5	5	5	34
47	5	4	4	3	4	4	4	28
48	5	5	5	5	5	5	5	35
49	5	4	4	4	5	4	4	30
50	3	4	3	3	3	4	4	24
51	5	4	4	5	5	4	4	31
52	5	4	5	5	5	5	5	34
53	4	5	4	5	4	5	5	32
54	4	4	4	4	4	4	4	28
55	5	5	5	5	5	5	5	35
56	5	5	3	4	3	4	3	27
57	3	3	3	3	3	3	3	21
58	4	3	3	3	4	3	3	23
59	4	4	4	4	4	4	4	28
60	4	5	2	3	3	3	3	23
61	5	5	5	5	5	5	5	35
62	5	5	3	4	4	4	4	29
63	5	5	4	4	4	4	5	31
64	5	3	2	3	3	5	4	25
65	4	5	4	4	5	5	4	31
66	5	4	3	3	4	4	4	27
67	4	4	4	4	4	4	4	28
68	5	5	5	5	5	5	5	35
69	5	5	3	5	5	4	4	31
70	5	5	4	5	5	5	4	33
71	5	5	5	5	5	5	5	35
72	5	5	5	5	5	5	5	35
73	5	4	4	4	4	5	4	30
74	4	4	4	4	5	4	5	30

75	5	5	4	4	4	5	4	31
76	5	4	4	4	4	4	4	29
77	5	5	3	3	5	5	4	30
78	5	5	4	4	5	4	4	31
79	5	5	3	4	4	3	3	27
80	4	3	3	4	4	4	4	26
81	4	5	3	4	4	4	4	28
82	5	4	3	3	4	3	3	25
83	5	5	5	5	5	5	5	35
84	5	5	5	4	4	4	4	31
85	5	5	4	4	4	4	5	31
86	5	5	5	4	5	5	5	34
87	5	5	3	4	5	5	5	32
88	4	5	3	3	4	5	4	28
89	4	4	4	4	4	4	4	28
90	4	4	4	4	4	5	5	30
91	4	4	4	3	4	5	4	28
92	5	3	5	3	5	4	5	30
93	3	3	4	4	3	4	4	25
94	5	5	3	5	5	4	4	31
95	4	5	4	5	5	4	5	32
96	4	4	4	4	4	4	4	28
97	4	5	2	4	4	3	3	25
98	4	4	5	3	5	5	4	30
99	4	5	4	4	5	4	4	30
100	3	4	2	3	3	3	4	22

- Variabel Persepsi Manfaat (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total X2
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	4	5	5	5	5	29
3	4	5	5	5	5	4	28
4	5	4	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	5	30
6	4	5	5	5	5	5	29
7	4	4	4	4	4	5	25
8	5	5	5	5	5	5	30
9	5	4	4	4	5	5	27

10	4	4	4	5	5	5	27
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	5	4	4	5	28
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	5	5	5	5	5	29
15	5	5	5	4	5	5	29
16	4	4	4	4	4	4	24
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	3	4	4	4	23
19	4	4	4	4	4	5	25
20	5	3	4	5	4	4	25
21	3	3	3	4	2	4	19
22	5	4	4	4	4	4	25
23	5	5	5	5	4	4	28
24	4	4	5	4	4	4	25
25	5	5	4	5	3	3	25
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	4	4	5	4	5	27
28	3	4	3	4	3	3	20
29	3	3	3	4	3	3	19
30	5	5	5	5	5	5	30
31	4	4	4	5	4	5	26
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	4	4	5	5	5	28
34	5	4	4	5	5	5	28
35	3	3	3	3	4	4	20
36	4	5	4	5	4	5	27
37	5	5	5	5	5	5	30
38	5	5	5	5	4	5	29
39	4	4	4	4	4	3	23
40	4	4	4	5	4	5	26
41	4	3	3	4	4	4	22
42	4	3	3	4	3	4	21
43	5	5	4	5	3	5	27
44	5	4	4	5	5	5	28
45	5	3	3	5	4	5	25
46	5	5	5	5	5	5	30
47	4	4	5	3	4	3	23
48	4	4	4	4	4	5	25

49	5	4	4	4	5	5	27
50	4	4	4	4	4	4	24
51	5	4	5	5	4	4	27
52	5	5	5	5	5	4	29
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	4	4	4	4	4	24
55	5	5	5	5	5	5	30
56	4	3	4	4	4	5	24
57	3	3	3	3	3	3	18
58	3	3	3	4	3	4	20
59	3	3	3	4	4	4	21
60	5	4	3	4	3	4	23
61	5	5	5	5	4	5	29
62	5	4	4	5	5	5	28
63	5	5	5	5	5	5	30
64	5	4	4	3	3	4	23
65	5	5	4	5	5	5	29
66	4	4	3	4	4	5	24
67	4	4	4	4	4	4	24
68	5	5	5	5	5	5	30
69	3	4	4	4	3	4	22
70	5	5	5	5	5	5	30
71	5	5	5	5	5	5	30
72	5	5	5	5	5	5	30
73	4	4	4	5	5	4	26
74	4	4	3	4	5	5	25
75	5	5	4	5	5	5	29
76	3	4	5	4	4	3	23
77	5	4	3	5	2	5	24
78	5	5	5	5	5	5	30
79	4	4	3	5	4	5	25
80	2	3	3	4	4	4	20
81	5	4	4	5	3	4	25
82	5	4	3	5	4	5	26
83	5	5	5	5	5	5	30
84	5	5	5	5	5	5	30
85	5	5	5	5	4	4	28
86	4	4	3	5	5	5	26
87	5	5	4	4	4	5	27

88	5	5	4	4	5	4	27
89	4	4	4	4	4	5	25
90	4	4	4	5	3	5	25
91	4	4	3	5	5	5	26
92	3	3	4	3	5	4	22
93	4	4	3	3	4	4	22
94	5	5	5	5	5	5	30
95	4	5	5	4	5	4	27
96	4	4	4	4	4	4	24
97	4	4	4	4	4	4	24
98	4	5	5	5	4	4	27
99	4	4	3	4	3	4	22
100	5	5	3	5	5	5	28

- Variabel Persepsi Kemudahan (X3)

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total X3
1	5	5	5	5	5	4	29
2	5	5	4	5	5	5	29
3	5	5	5	4	5	5	29
4	5	5	5	5	5	4	29
5	4	5	4	5	5	5	28
6	4	4	4	4	5	4	25
7	5	5	5	5	5	4	29
8	4	5	4	4	5	4	26
9	5	5	5	5	5	5	30
10	5	5	5	5	5	5	30
11	5	5	5	5	5	4	29
12	5	5	5	5	5	5	30
13	5	4	4	5	5	5	28
14	5	4	5	5	4	4	27
15	5	5	5	5	5	4	29
16	4	4	4	4	4	4	24
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	5	5	4	5	5	28
19	5	5	5	5	5	4	29
20	5	4	5	4	5	5	28

21	3	3	3	4	4	3	20
22	4	4	4	4	4	4	24
23	5	4	5	4	5	5	28
24	4	3	4	4	4	5	24
25	3	4	3	4	4	5	23
26	5	5	5	5	5	5	30
27	4	5	4	4	5	5	27
28	4	4	4	3	4	3	22
29	4	3	3	3	4	4	21
30	5	5	5	5	5	5	30
31	4	4	5	4	4	5	26
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	4	5	4	5	5	28
34	5	4	5	5	4	5	28
35	4	4	4	4	4	5	25
36	4	5	4	4	5	5	27
37	5	5	5	5	5	5	30
38	5	5	5	5	5	5	30
39	3	4	3	4	4	4	22
40	4	4	5	4	5	5	27
41	3	4	4	4	4	4	23
42	3	4	4	4	4	4	23
43	5	5	5	5	5	5	30
44	5	5	5	5	5	5	30
45	3	5	4	4	4	5	25
46	5	5	5	5	5	5	30
47	5	2	3	3	4	4	21
48	4	4	4	4	5	5	26
49	5	5	4	4	4	4	26
50	4	4	4	4	4	4	24
51	4	5	4	5	5	4	27
52	5	5	5	5	5	5	30
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	4	4	4	4	4	24
55	5	5	5	5	5	5	30
56	4	4	4	4	3	4	23
57	3	3	3	3	3	3	18
58	4	4	4	4	3	4	23
59	4	4	4	4	4	4	24



60	3	3	4	3	3	3	19
61	5	5	5	5	5	5	30
62	5	4	4	5	5	5	28
63	5	5	5	5	5	5	30
64	4	3	3	4	4	4	22
65	5	5	4	5	5	4	28
66	4	3	4	4	3	4	22
67	4	4	4	4	4	4	24
68	5	5	5	5	5	5	30
69	5	5	5	5	4	5	29
70	5	5	5	5	5	5	30
71	5	5	5	5	5	5	30
72	5	5	5	5	5	5	30
73	4	4	4	4	4	4	24
74	5	4	4	3	4	5	25
75	5	4	5	5	5	5	29
76	4	3	4	4	4	4	23
77	4	5	5	5	5	5	29
78	5	5	5	5	5	5	30
79	4	4	4	4	5	4	25
80	3	3	4	4	4	5	23
81	4	4	5	5	4	4	26
82	5	5	4	5	5	4	28
83	5	5	5	5	5	5	30
84	5	5	5	5	5	4	29
85	5	4	5	5	5	5	29
86	5	5	5	5	5	5	30
87	5	5	5	5	5	5	30
88	4	4	5	5	5	5	28
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	5	5	4	5	5	28
91	4	4	4	4	4	4	24
92	4	4	3	3	4	4	22
93	4	4	3	3	4	4	22
94	5	5	5	5	5	5	30
95	5	4	5	5	5	4	28
96	4	4	4	4	4	4	24
97	4	3	4	4	3	4	22
98	4	5	5	4	4	5	27

99	4	4	5	4	4	4	25
100	4	4	5	5	4	4	26

- Variabel Persepsi Risiko (X4)

No	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	Total X4
1	2	2	2	1	1	2	1	11
2	2	2	2	1	2	1	1	11
3	2	2	1	1	1	1	1	9
4	1	2	2	2	2	2	1	12
5	1	1	1	2	1	2	1	9
6	1	1	1	2	2	1	1	9
7	2	2	1	1	1	1	1	9
8	1	1	1	1	1	2	1	8
9	2	2	2	1	1	1	1	10
10	2	1	1	1	1	1	1	8
11	1	1	1	1	1	2	1	8
12	1	2	1	1	1	1	1	8
13	1	1	1	1	2	2	2	10
14	1	1	1	2	1	1	1	8
15	1	1	2	2	1	1	2	10
16	3	3	3	3	3	3	3	21
17	2	2	3	2	3	3	3	18
18	3	4	3	2	2	2	3	19
19	3	4	4	4	3	3	5	26
20	2	3	2	1	3	2	2	15
21	2	4	3	3	2	3	4	21
22	4	4	4	4	4	4	4	28
23	4	4	4	4	4	4	4	28
24	4	2	4	5	4	4	5	28
25	4	4	3	4	3	3	4	25
26	4	4	5	4	4	4	5	30
27	3	3	4	3	2	2	4	21
28	2	2	3	1	1	2	4	15
29	2	1	1	2	2	1	2	11
30	4	3	2	4	4	2	4	23
31	3	4	4	3	3	2	4	23
32	4	4	5	4	4	4	3	28

33	4	4	4	4	4	4	4	28
34	4	4	5	5	4	4	5	31
35	4	3	4	1	3	3	2	20
36	2	2	3	3	3	2	4	19
37	1	1	1	1	1	5	4	14
38	4	1	4	4	4	4	5	26
39	4	2	4	2	2	4	4	22
40	2	2	3	3	3	5	5	23
41	3	3	3	3	3	3	5	23
42	4	2	5	4	4	4	4	27
43	4	1	5	5	5	5	5	30
44	3	1	4	4	4	4	4	24
45	3	3	4	4	4	3	4	25
46	2	1	3	3	2	3	5	19
47	2	2	2	2	2	3	3	16
48	3	1	3	3	3	3	4	20
49	4	1	3	4	4	4	4	24
50	2	2	2	2	2	2	2	14
51	1	2	2	1	3	2	1	12
52	1	1	1	1	2	1	1	8
53	2	2	3	2	3	2	4	18
54	3	3	3	3	3	3	3	21
55	2	2	2	2	2	2	2	14
56	3	3	4	4	4	4	3	25
57	3	3	3	3	3	3	3	21
58	3	3	3	3	3	3	3	21
59	3	3	4	4	3	3	4	24
60	3	3	3	3	3	3	3	21
61	4	3	4	3	4	1	1	20
62	4	3	4	4	4	4	4	27
63	1	1	1	1	1	1	1	7
64	2	1	3	2	1	3	2	14
65	4	1	5	5	5	4	5	29
66	4	3	4	4	4	3	3	25
67	2	2	2	2	2	2	4	16
68	4	4	4	4	4	4	4	28
69	3	5	4	4	3	3	5	27
70	2	2	2	2	2	2	3	15
71	1	1	1	1	1	1	1	7

72	1	1	1	1	1	1	1	7
73	3	2	3	2	2	2	4	18
74	3	4	3	4	3	2	2	21
75	4	4	4	4	4	4	4	28
76	3	4	4	3	3	3	4	24
77	4	3	4	4	3	3	4	25
78	2	2	3	2	2	1	3	15
79	4	3	4	4	3	3	4	25
80	2	2	2	2	2	2	3	15
81	2	3	3	2	2	3	3	18
82	4	3	4	4	5	3	3	26
83	5	1	5	5	5	5	5	31
84	4	2	5	5	5	5	5	31
85	2	2	4	4	2	1	4	19
86	3	3	4	3	4	3	5	25
87	5	2	5	5	5	3	5	30
88	4	1	4	4	4	3	5	25
89	3	2	3	3	3	3	3	20
90	3	2	3	2	3	2	4	19
91	3	2	3	4	3	3	4	22
92	3	3	4	4	2	2	4	22
93	3	3	4	3	3	2	3	21
94	3	1	4	4	4	3	4	23
95	3	1	2	2	2	2	2	14
96	3	2	2	2	2	2	2	15
97	4	3	4	3	4	4	4	26
98	3	2	3	2	2	3	3	18
99	3	3	4	4	4	3	4	25
100	4	2	4	4	4	4	5	27

- Variabel Promosi (X5)

No	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	X5.6	X5.7	Total X5
1	5	5	5	4	4	4	5	32
2	5	4	4	4	4	5	5	31
3	4	4	4	4	4	5	5	30

4	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	4	5	5	5	34
6	5	5	5	5	5	5	5	35
7	4	5	5	5	5	5	5	34
8	5	5	4	5	5	5	5	34
9	5	5	5	5	5	4	4	33
10	5	5	5	4	5	5	5	34
11	5	5	5	5	5	4	5	34
12	5	5	5	5	5	5	5	35
13	4	5	5	5	5	5	5	34
14	5	4	5	5	5	5	5	34
15	5	5	5	5	4	5	5	34
16	3	3	3	3	5	4	4	25
17	3	3	4	3	3	4	4	24
18	4	4	4	2	4	4	4	26
19	4	4	2	1	2	4	4	21
20	4	5	4	3	3	3	5	27
21	4	4	3	2	3	3	3	22
22	4	4	4	2	4	4	4	26
23	5	5	5	4	5	5	5	34
24	5	4	5	3	5	2	5	29
25	5	3	4	3	5	3	3	26
26	5	4	5	5	5	5	5	34
27	4	4	4	4	4	4	4	28
28	3	4	3	3	4	3	4	24
29	3	4	3	3	3	4	4	24
30	4	4	4	5	5	2	4	28
31	4	4	3	3	5	3	4	26
32	4	4	4	4	4	4	4	28
33	4	3	3	3	4	3	3	23
34	5	5	5	4	5	5	5	34
35	5	4	4	4	5	4	4	30
36	4	4	3	3	4	4	4	26
37	4	4	3	4	5	5	5	30
38	5	5	5	4	5	5	5	34
39	4	2	4	4	4	4	3	25
40	4	4	4	1	4	4	3	24
41	4	3	3	3	3	3	3	22
42	3	3	3	3	3	2	3	20

43	4	4	4	4	4	4	4	28
44	4	4	4	2	3	3	3	23
45	3	3	5	2	3	3	3	22
46	5	4	1	4	4	5	3	26
47	4	3	5	4	2	3	3	24
48	3	4	4	3	3	3	3	23
49	4	5	3	2	3	4	5	26
50	4	4	4	4	4	4	4	28
51	4	4	5	4	4	5	5	31
52	5	5	5	5	5	5	5	35
53	3	5	5	4	5	4	5	31
54	4	4	4	4	4	4	4	28
55	4	4	4	4	4	4	4	28
56	4	3	5	4	4	4	4	28
57	3	3	3	3	3	3	3	21
58	3	3	4	3	4	3	3	23
59	4	4	4	4	4	3	4	27
60	3	3	3	3	3	3	3	21
61	5	4	5	1	5	3	5	28
62	5	4	2	2	4	4	5	26
63	5	5	5	5	5	5	5	35
64	5	5	3	4	5	4	3	29
65	4	5	5	5	4	4	5	32
66	4	3	3	4	4	4	4	26
67	4	4	4	4	3	4	4	27
68	4	4	3	3	3	3	4	24
69	4	4	3	4	4	3	4	26
70	5	5	5	5	5	5	5	35
71	5	5	5	5	5	5	5	35
72	5	5	5	5	5	5	5	35
73	4	4	4	4	4	3	4	27
74	4	4	5	4	4	3	5	29
75	5	5	5	5	5	5	5	35
76	4	4	4	3	3	3	3	24
77	3	3	3	3	4	3	3	22
78	5	4	4	4	5	5	5	32
79	4	4	3	3	4	4	4	26
80	4	3	4	3	4	4	3	25
81	4	4	4	3	4	3	3	25



17	4	4	4	4	4	4	4	28
18	4	4	3	4	3	4	4	26
19	5	5	5	5	4	4	5	33
20	5	5	5	5	5	5	5	35
21	4	4	4	4	3	3	4	26
22	4	4	4	4	4	4	4	28
23	5	5	4	5	5	4	5	33
24	5	5	4	4	5	5	4	32
25	5	4	4	4	5	3	3	28
26	5	5	5	5	5	5	5	35
27	4	4	4	5	4	4	5	30
28	3	3	2	4	3	4	4	23
29	3	4	1	3	3	2	3	19
30	5	5	4	4	4	5	4	31
31	4	5	4	4	3	3	5	28
32	5	5	5	4	3	4	5	31
33	4	4	4	4	3	3	4	26
34	5	5	4	5	4	4	5	32
35	4	4	3	4	3	3	4	25
36	5	5	5	5	5	5	5	35
37	5	5	5	5	5	5	5	35
38	5	5	5	5	4	4	5	33
39	4	4	4	4	3	4	4	27
40	5	5	4	5	4	4	5	32
41	3	5	4	3	4	4	5	28
42	3	5	3	3	3	4	4	25
43	5	5	4	5	5	4	5	33
44	5	5	5	5	4	4	5	33
45	4	4	3	3	3	4	5	26
46	5	5	5	5	4	5	5	34
47	5	4	4	3	3	3	5	27
48	4	4	3	5	3	3	4	26
49	5	5	4	4	5	4	3	30
50	4	3	4	4	4	4	3	26
51	5	4	4	4	4	5	4	30
52	5	5	5	4	5	5	5	34
53	5	5	5	5	5	5	5	35
54	4	4	4	4	4	4	4	28
55	5	5	5	5	5	5	5	35



56	4	4	3	3	3	3	4	24
57	3	3	3	3	3	3	3	21
58	4	4	3	4	3	3	4	25
59	4	4	4	4	4	4	4	28
60	4	4	3	3	3	3	4	24
61	5	5	5	5	4	4	5	33
62	5	4	4	3	4	5	5	30
63	5	5	5	5	5	5	5	35
64	3	5	3	5	3	3	5	27
65	5	5	5	5	4	4	5	33
66	5	5	5	4	4	3	4	30
67	4	4	4	4	4	4	4	28
68	5	5	5	5	5	5	5	35
69	5	5	5	5	4	4	5	33
70	5	5	5	5	5	4	4	33
71	5	5	5	5	5	5	5	35
72	5	5	5	5	5	5	5	35
73	4	4	4	4	4	4	5	29
74	4	4	5	5	4	3	5	30
75	5	5	4	5	4	5	4	32
76	3	4	2	3	3	4	4	23
77	4	5	5	4	3	3	4	28
78	5	5	4	5	5	5	5	34
79	4	4	4	4	4	4	4	28
80	4	4	3	4	4	3	3	25
81	5	5	5	5	5	5	5	35
82	5	5	4	4	5	4	5	32
83	5	5	5	5	5	5	5	35
84	5	5	5	5	5	5	4	34
85	4	4	4	5	5	5	5	32
86	5	4	4	4	4	4	5	30
87	3	5	4	5	4	4	5	30
88	3	5	5	5	4	5	5	32
89	4	5	4	4	4	4	4	29
90	4	4	4	5	4	4	4	29
91	4	4	4	4	5	4	3	28
92	4	4	3	3	3	4	4	25
93	3	3	4	3	3	2	3	21
94	5	5	5	5	5	5	5	35

95	5	4	5	4	4	5	5	32
96	4	4	4	4	4	4	4	28
97	4	4	3	4	2	2	5	24
98	3	4	4	4	4	4	4	27
99	4	4	3	4	5	4	5	29
100	5	5	4	5	2	2	5	28

*Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen*

1. Uji Validitas

		<b>Correlations</b>							Financial Literacy (X1)
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
X1.1	Pearson Correlation	1	.378**	.203*	.328**	.564**	.306**	.193	.578**
	Sig. (2-tailed)		.000	.043	.001	.000	.002	.055	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.378**	1	.193	.409**	.354**	.229*	.106	.532**
	Sig. (2-tailed)	.000		.054	.000	.000	.022	.292	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.203*	.193	1	.607**	.504**	.315**	.632**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.043	.054		.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.328**	.409**	.607**	1	.513**	.281**	.596**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.005	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.564**	.354**	.504**	.513**	1	.391**	.414**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000



X2.5	Pearson Correlation	.407**	.512**	.532**	.400**	1	.511**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.522**	.418**	.258**	.566**	.511**	1	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.010	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Persepsi Manfaat (X2)	Pearson Correlation	.788**	.843**	.766**	.746**	.746**	.696**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Persepsi Kemudahan (X3)
X3.1	Pearson Correlation	1	.533**	.646**	.636**	.635**	.453**	.802**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.533**	1	.625**	.659**	.696**	.481**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.646**	.625**	1	.711**	.582**	.532**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.636**	.659**	.711**	1	.651**	.464**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000



X4.4	Pearson Correlation	.797**	.385**	.836**	1	.842**	.673**	.766**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.5	Pearson Correlation	.825**	.359**	.816**	.842**	1	.698**	.672**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.6	Pearson Correlation	.657**	.251*	.692**	.673**	.698**	1	.727**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.012	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.7	Pearson Correlation	.672**	.322**	.773**	.766**	.672**	.727**	1	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Persepsi Risiko (X4)	Pearson Correlation	.895**	.542**	.934**	.912**	.893**	.806**	.855**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

### Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	X5.6	X5.7	Promosi (X5)
X5.1	Pearson Correlation	1	.665**	.494**	.415**	.640**	.568**	.644**	.776**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.665**	1	.575**	.510**	.572**	.634**	.749**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	.494**	.575**	1	.523**	.528**	.440**	.560**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X5.4	Pearson Correlation	.415**	.510**	.523**	1	.567**	.564**	.461**	.756**



	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson	.676**	.604**	1	.643**	.574**	.529**	.485**	.842**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson	.551**	.604**	.643**	1	.550**	.460**	.517**	.793**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson	.563**	.460**	.574**	.550**	1	.720**	.245*	.781**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.014	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson	.490**	.460**	.529**	.460**	.720**	1	.421**	.771**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson	.444**	.560**	.485**	.517**	.245*	.421**	1	.657**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.014	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Minat Penggunaan QRIS	Pearson	.794**	.768**	.842**	.793**	.781**	.771**	.657**	1
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

## 2. Uji Reliabilitas Variabel X1



**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	7

Variabel X2

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	6

Variabel X3

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	6

Variabel X4

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.928	7

Variabel X5

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	7

Variabel Y

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	7

### 3. Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.93616435
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.080
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.084 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

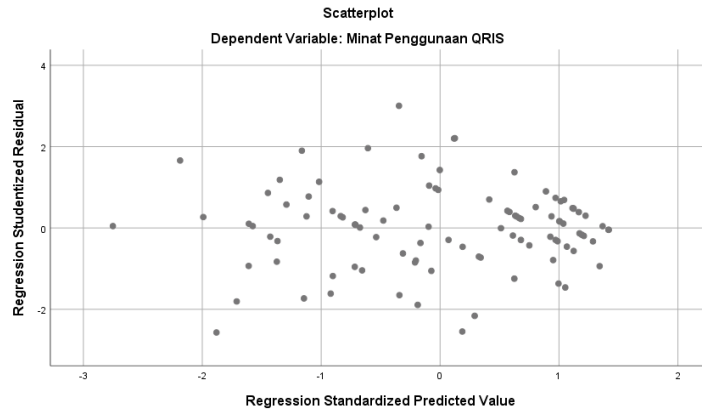
### Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.552	2.237		.247	.806		
	Financial Literacy (X1)	.043	.092	.038	.462	.645	.395	2.534
	Persepsi Manfaat (X2)	.384	.115	.313	3.345	.001	.298	3.358
	Persepsi Kemudahan (X3)	.580	.121	.463	4.790	.000	.279	3.591

Persepsi Risiko (X4)	-.022	.034	-.038	-.633	.528	.714	1.400
Promosi (X5)	.122	.059	.153	2.068	.041	.479	2.089

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan QRIS

Uji Heteroskedastisitas



4. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.552	2.237		.247	.806
	Financial Literacy (X1)	.043	.092	.038	.462	.645
	Persepsi Manfaat (X2)	.384	.115	.313	3.345	.001
	Persepsi Kemudahan (X3)	.580	.121	.463	4.790	.000
	Persepsi Risiko (X4)	-.022	.034	-.038	-.633	.528
	Promosi (X5)	.122	.059	.153	2.068	.041

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan QRIS

5. Uji Hipotesis Uji f

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1144.585	5	228.917	57.981	.000 <sup>b</sup>

	Residual	371.125	94	3.948		
	Total	1515.710	99			
a. Dependent Variable: Minat Penggunaan QRIS						
b. Predictors: (Constant), Promosi (X5), Persepsi Kemudahan (X3), Persepsi Risiko (X4), Financial Literacy (X1), Persepsi Manfaat (X2)						

Uji t

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.552	2.237		.247	.806
	Financial Literacy (X1)	.043	.092	.038	.462	.645
	Persepsi Manfaat (X2)	.384	.115	.313	3.345	.001
	Persepsi Kemudahan (X3)	.580	.121	.463	4.790	.000
	Persepsi Risiko (X4)	-.022	.034	-.038	-.633	.528
	Promosi (X5)	.122	.059	.153	2.068	.041
a. Dependent Variable: Minat Penggunaan QRIS						

## 6. Koefisien Determinasi

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.869 <sup>a</sup>	.755	.742	1.987
a. Predictors: (Constant), Promosi (X5), Persepsi Kemudahan (X3), Persepsi Risiko (X4), Financial Literacy (X1), Persepsi Manfaat (X2)				

## Lampiran 4 Identitas Responden

No	Nama Responden	Jenis Kelamin	Domisili	Usia	Program Studi	Semester
----	----------------	---------------	----------	------	---------------	----------

1	Muhamad Zaki	Laki-Laki	Tegal	20	Manajemen	6
2	Fadiyah	Perempuan	Pemalang	19	Manajemen	4
3	Rizky Meisyah Putra	Laki-Laki	Tegal	19	Manajemen	4
4	Amanda Madzatulizza	Perempuan	Pemalang	20	Manajemen	6
5	Nabila Berliana Putri	Perempuan	Tegal	20	Manajemen	6
6	Septyana	Perempuan	Tegal	19	Manajemen	4
7	Rifqi Nur Khakim	Laki-Laki	Kab Tegal	19	Manajemen	4
8	Yolanda	Perempuan	Kab Tegal	20	Manajemen	6
9	Dewi Ahhirujanah	Perempuan	Kab Tegal	20	Manajemen	6
10	Ayu Triwidiah	Perempuan	Kab Tegal	20	Manajemen	6
11	Siti Nurhidayati	Perempuan	Kab Tegal	20	Manajemen	6
12	Ade Julia Asyifa	Perempuan	Kab Tegal	20	Manajemen	6
13	Subanul Arifin	Laki-Laki	Brebes	19	Manajemen	4
14	Niken Anjalina	Perempuan	Tegal	19	Manajemen	4
15	Nur Amalina	Perempuan	Tegal	19	Manajemen	4
16	Amelia Dwi P	Perempuan	Tegal	20	Manajemen	6
17	Anggita Listiana	Perempuan	Tegal	22	Manajemen	6
18	Fara Putri Azizah	Perempuan	Pemalang	23	Manajemen	6
19	Meilia Nur Fadilah	Perempuan	Kab Tegal	21	Manajemen	6
20	Maysarla Anggun A	Perempuan	Brebes	18	Manajemen	2
21	Christa Shelsadila	Perempuan	Kab Tegal	21	Manajemen	6
22	Taufik Khurohman	Laki-Laki	Kab Tegal	24	Manajemen	8
23	Aldi	Laki-Laki	Brebes	23	Manajemen	8
24	Muhammad Rizki Pradana	Laki-Laki	Kab Tegal	24	Manajemen	8
25	Siti Nurul Alfiah	Perempuan	Kab Tegal	19	Manajemen	4
26	Izmy Rachmawati Putri	Perempuan	Tegal	23	Manajemen	8
27	Aida Marsya Salsabila	Perempuan	Tegal	22	Manajemen	8
28	Lisna	Perempuan	Tegal	21	Manajemen	6
29	Tika Amaliyah	Perempuan	Brebes	21	Manajemen	6
30	Ismi Mahpiani	Perempuan	Tegal	22	Manajemen	8
31	Fadia Putri Dwi D	Perempuan	Pemalang	19	Manajemen	4
32	Haura Daffa Hafizah	Perempuan	Pemalang	19	Manajemen	4
33	Retno Wulandari	Perempuan	Tegal	20	Manajemen	4
34	Dyah Winarti	Perempuan	Tegal	19	Manajemen	4
35	Hasna Afifah Azzah	Perempuan	Tegal	20	Manajemen	6
36	Nikmatul Khasanah	Perempuan	Kab Tegal	23	Manajemen	8
37	Umi Diyana Arifin	Perempuan	Tegal	24	Manajemen	8

38	Firyal	Perempuan	Brebes	21	Manajemen	6
39	Rieska Rahmayani	Perempuan	Tegal	20	Manajemen	4
40	Nabila	Perempuan	Tegal	21	Manajemen	6
41	Arifiyatul mar'i	Perempuan	Kab Tegal	19	Manajemen	4
42	Ike Nur Anggraeni	Perempuan	Brebes	22	Manajemen	4
43	Dhea Nadzwa	Perempuan	Tegal	21	Manajemen	4
44	Arifiyah	Perempuan	Tegal	21	Manajemen	6
45	Alif Prasetyo	Laki-Laki	Kab Tegal	20	Manajemen	4
46	Sansan Muzakki	Laki-Laki	Pemalang	21	Manajemen	6
47	Efinia	Perempuan	Tegal	19	Manajemen	4
48	Weda Ahmad Nursa Bani	Laki-Laki	Tegal	20	Manajemen	6
49	Muhammad Yogi Santoso	Laki-Laki	Brebes	21	Manajemen	6
50	Annisa	Perempuan	Tegal	22	Manajemen	8
51	Devi Aprilia	Perempuan	Kab Tegal	22	Manajemen	8
52	Ambar Alfiana	Perempuan	Tegal	21	Manajemen	8
53	Nonny Puspitasari	Perempuan	Tegal	22	Manajemen	8
54	Ulvah Riwayati	Perempuan	Brebes	22	Manajemen	8
55	Putri Aprilia Nurwahid	Perempuan	Tegal	22	Manajemen	8
56	Aufa	Perempuan	Kab Tegal	20	Manajemen	4
57	Syalwa Mutia Nur Hizma	Perempuan	Tegal	20	Manajemen	4
58	Syifaun Nurul Azizah	Perempuan	Tegal	22	Manajemen	8
59	Ziyan Alisha Tuhfa	Perempuan	Tegal	21	Manajemen	8
60	Retno Faddi Ayu Ningsih	Perempuan	Tegal	22	Manajemen	6
61	Salsa Diaz	Perempuan	Tegal	22	Manajemen	8
62	Su'banul arifin	Laki-Laki	Brebes	22	Manajemen	4
63	Gita Pramesti Sahgiandi	Perempuan	Tegal	18	Manajemen	2
64	Dewi Nur Baiti	Perempuan	Brebes	19	Manajemen	2
65	Kiki Amelia	Perempuan	Tegal	19	Manajemen	2
66	Nabela Ayu	Perempuan	Tegal	22	Akuntansi	8
67	Hanan Hanifah	Perempuan	Tegal	21	Akuntansi	8
68	Susmita Desindra Bella	Perempuan	Kab Tegal	22	Akuntansi	8
69	Afnika Rahma Fatkhiza	Perempuan	Tegal	22	Akuntansi	8
70	Novita Sari	Perempuan	Brebes	22	Akuntansi	8
71	Desfitriah Diah Veren	Perempuan	Kab Tegal	21	Akuntansi	8
72	Catur Puspa Ayu	Perempuan	Kab Tegal	21	Akuntansi	8
73	Febrianti Putri Anggraeni	Perempuan	Tegal	22	Akuntansi	8
74	Salmah Nabilah	Perempuan	Tegal	22	Akuntansi	8

75	Rizqoh Fuadah M.A	Perempuan	Kab Tegal	23	Akuntansi	8
76	Ika Rahmawati	Perempuan	Kab Tegal	19	Akuntansi	4
77	Fany Nuriza Amaliyah	Perempuan	Kab Tegal	21	Akuntansi	6
78	Fadiyah Putri P.	Perempuan	Tegal	20	Akuntansi	4
79	Ninda Sukma R.	Perempuan	Tegal	21	Akuntansi	8
80	Fauziyyah Esa Putri P.	Perempuan	Tegal	19	Akuntansi	2
81	Niken Ayu Lestari	Perempuan	Brebes	21	Akuntansi	8
82	Adinda Ayu	Perempuan	Tegal	20	Akuntansi	6
83	Adelia Nabilatunnuha	Perempuan	Kab Tegal	20	Akuntansi	6
84	Adelia Nur Iftikhor	Perempuan	Kab Tegal	20	Akuntansi	6
85	Lintang Sukma Ayu	Perempuan	Brebes	22	Akuntansi	8
86	Fanny Kholifatul Nisa	Perempuan	Brebes	21	Akuntansi	6
87	Siti Fadilla Masitho	Perempuan	Tegal	21	Akuntansi	6
88	Feni Okta Diningrum	Perempuan	Kab Tegal	23	Akuntansi	8
89	Karunia Putri Permatasari	Perempuan	Tegal	21	Akuntansi	8
90	Fenia Silvia Ningsih	Perempuan	Tegal	18	Akuntansi	2
91	Karlina Latipah	Perempuan	Tegal	18	Akuntansi	2
92	Fitri Arifaeni	Perempuan	Tegal	18	Akuntansi	2
93	Marisa Murdiana	Perempuan	Tegal	19	Akuntansi	2
94	Adis Salsabila	Perempuan	Tegal	20	Akuntansi	6
95	Arzeti Bilbina	Perempuan	Kab Tegal	22	Akuntansi	8
96	Nazwa Elyam M.	Perempuan	Kab Tegal	21	Akuntansi	8
97	Khanif Khaerullah	Laki-Laki	Brebes	20	Bisnis Digital	4
98	Tika Widianti	Perempuan	Brebes	19	Bisnis Digital	4
99	Octania Meyrawati	Perempuan	Tegal	20	Bisnis Digital	4
100	Dodi Dana	Laki-Laki	Brebes	24	Manajemen Perpajakan	4





*Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian*

