

**EFEKTIFITAS QRIS SEBAGAI SUATU *BEHAVIORAL INTENTION*
(STUDI EKSPERIMEN PADA PENGGUNA QRIS)**

SKRIPSI



**YUSRI AZISAH SHABILA
NIM: 105731114420**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN:

**EFEKTIFITAS QRIS SEBAGAI SUATU *BEHAVIORAL INTENTION*
(STUDI EKSPERIMEN PADA PENGGUNA QRIS)**

PROPOSAL

Disusun dan Diajukan Oleh:

YUSRI AZISAH SHABILA

105731114420

***Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar***

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

*You're Doing Fine. Sometimes You're Doing Better, Sometimes You're
Doing Worst, But At The End, It's You.*

*So, I Just Want You To Have No Regrets. I Want You To Feel Yourself Grow
And I Just Want You To Also Love Yourself.*

(Mark Lee)

PEMBAHASAN

Puji syukur kepada Allah SWT., atas ridho-Nya serta karunia-Nya
sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.

Alhamdulillah Rabbil'alamin

Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku tercinta
orang-orang yang saya sayang dan almamaterku.

PESAN DAN KESAN

Saya berharap skripsi ini dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya guna
menambah ilmu pengetahuan. Saya sangat bersyukur dalam
penyusunan skripsi saya bisa dibimbing langsung oleh para dosen
pembimbing yang sangat baik.



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Efektifitas QRIS Sebagai Suatu *Behavioral Intention* (Studi Eksperimen Pada Pengguna QRIS)
Nama Mahasiswa : Yusri Azisah Shabila
NIM : 105731114420
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

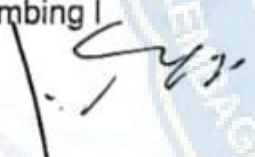
Menyatakan Bahwa Penelitian Ini Telah diteliti dan diujikan di depan panitia panguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 25 Mei 2024 di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

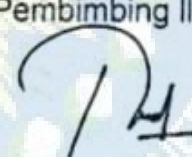
Makassar, 25 Mei 2024

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Linda Arisanty Razak, SE.,M.Si.,Ak.,CA
NIDN: 0920067702

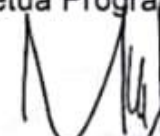

Dr. Ramly, SE.,M.Si
NIDN: 0924048703

Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi


Dr. H. Andi Jam'an, S.E.,M.Si
NBM: 651 507


Mira, SE.,M.Ak
NBM: 1286 844



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Yusri Azisah Shabila, Nim : 105731114420 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0007/SK-Y/62201/091004/2024 ,Tanggal 17 Dzulqaidah 1445 H/ 25 Mei 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 17 Dzulqaidah 1445 H
25 Mei 2024 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E.,M.Si
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E.,M.Acc
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Amril, SE.,M.Si.,Ak.CA
2. Dr. Ramly, SE.,M.Si
3. Khadijah Darwin, SE.,M.Ak.Ak
4. Asriani Hasan, SE.,M.Sc

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Dr. H. Andi Jam'an, S.E.,M.Si
NBM : 651 507



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yusri Azisah Shabila
Stambuk : 105731114420
Program Studi : Akuntansi
Judul Skripsi : Efektifitas QRIS Sebagai Suatu *Behavioral Intention* (Studi Eksperimen Pengguna QRIS)

Dengan ini menyatakan Bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Makassar, 25 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Yusri Azisah Shabila
NIM:105731114420

Diketahui Oleh:

Ketua Program Studi

Mira, SE., M.Ak
NBM: 1286 844



Dekan,
Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 651507

HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yusri Azisah Shabila
NIM : 105731114420
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Fungsi Penganggaran, Pengalokasian Sumber Dana Dan Sumber Daya Manusia Terhadap Pengembalian Investasi Musiman Petani Jagung

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihkan media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 25 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan



Yusri Azisah Shabila
NIM: 105731114420

KATA PENGANTAR



Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT., atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SA., beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul "Efektivitas QRIS Sebagai Suatu *Behavioral Intention* (Studi Eksperimen Pada Pengguna QRIS)".

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis Bapak Hamzah dan Ibu Supiyanti yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah, diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag. Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Mira, SE., M.Ak, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Dr. Linda Arisanty Razak. SE., M.Si., Ak.,CA selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Dr. Ramly. SE., M.Si selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Adik terkasih Faqih, Reski, Sulton, dan Husnul yang memberikan semangat dan dukungan walaupun melalui coletehannya, tetapi penulis yakni percaya itu adalah sebuah bentuk dukungan dan motivasi.
9. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Angkatan 2020 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
10. Rekan-rekan Anak Kost Squad yakni Mutahira Nur Insirat S.Ak, Novi Handayani, Nurwidiani, Esti Pratiwi, Nurhidayah, Sri Salsa Fajriah, dan Lisda

Lestari Putri yang selalu kebersamai dalam proses penyusunan dan penulisan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

11. Rekan-rekan GBK Squad yakni Zahra Amalia Bahar, Putri Adita Cahyani, Mutmainnah Selpiana, Nurhana Febrianti, Syaikhah Ramadhani, Riska Aulia, Aisyah Putri, Farhanuddin, Rifki Aprizal, dan Ardiansyah yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam penyusunan skripsi.
12. Terima kasih teruntuk Tiwi, Arini, Ifha, Indah dan Mirza yang telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
13. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar, 08 Mei 2024

Penulis

ABSTRAK

YUSRI AZISAH SHABILA. 2024. Efektifitas QRIS Sebagai Suatu *Behavioral Intention* (Studi Eksperimen Pengguna QRIS). Skripsi. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh: Pembimbing Utama Linda Arsanti Razak dan Pembina Ramly.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan perilaku antara *social influence* (pengaruh sosial) yang rendah dengan *social influence* (pengaruh sosial) yang tinggi, terdapat perbedaan perilaku antara *hedonic motivation* (motivasi kesenangan) yang rendah dengan *hedonic motivation* (motivasi kesenangan) yang tinggi, terdapat perbedaan perilaku antara *habit* (kebiasaan) yang rendah *habit* (kebiasaan) yang tinggi terhadap *behavioral intention* (niat) menggunakan qris. Penelitian ini merupakan jenis penelitian eksperimen dengan desain eksperimen quasi dengan sampel sebanyak 56 informan. Uji analisis dalam penelitian ini menggunakan *sample independent T-test*. Berdasarkan hasil penelitian data dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi *statistical program for social science* (spss versi 23). Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat perbedaan perilaku *social influence* yang rendah dengan *social influence* yang tinggi terhadap *behavioral intention* pengguna qris, yang mana semakin tinggi individu merasakan pengaruh sosial menggunakan qris maka semakin tinggi individu memiliki minat menggunakan qris, terdapat perbedaan perilaku *hedonic motivation* yang rendah dengan *hedonic motivation* yang tinggi terhadap *behavioral intention* pengguna qris, semakin tinggi individu merasakan bertransaksi menggunakan qris sangat menyenangkan maka semakin tinggi niat menggunakan qris, terdapat perbedaan perilaku *habit* yang rendah dengan *habit* yang tinggi, terhadap *behavioral intention* pengguna qris, semakin tinggi individu menggunakan qris tanpa harus berfikir atau gemar menggunakan qris maka semakin tinggi niat individu menggunakan qris.

Kata kunci: *UTAUT, Behavioral Intention, QRIS*

ABSTRACT

YUSRI AZISAH SHABILA. 2024. *The Effectiveness of QRIS As a Behavioral Intention (Experimental Study of QRIS Users)*. Thesis. Department of Accounting. Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Guided by: Main Supervisor Linda Arsani Razak and Co-Supervisor Ramly.

This study aims to determine whether there is a difference in behavior between low social influences and high social influences, there is a difference in behavior between low hedonic motivation and high hedonic motivation. There is a difference in behavior between low-habit habitats and qris-user behavioral intention. This study is a type of experimental study with a quasi-experimental design with a sample of 56 informants. The analysis test in this study used an independent sample T-test. Based on the results of data research using statistical calculations through the statistical application program for social science (spss version 23). The result of this study is that there is a difference in low social influences and high social influences on behavioral intention of qris users, the higher the individual feels the social influence of qris, the higher the individual has an interest in using qris, the higher the individual has an interest in using qris. There is a difference in low hedonic motivation behavior with high hedonic motivation for behavioral intention of qris users, the higher the individual feels the transaction using qris is very pleasant, the higher the intention of using qris, the lower the behavior of habitants with high habitability, and the more interest. With respect to qris user-intention behavior, the higher the individual uses qris without having to think or like using qris, the higher the individual's intention to use qris.

Keywords: UTAUT, Behavioral Intention, QRIS

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Teori	9
1. <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT)	9
2. <i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial)	10
3. <i>Hedonic Motivation</i> (Motivasi Kesenangan)	11
4. <i>Habit</i> (Kebiasaan)	11
5. <i>Behavior Intention</i>	11
6. QRIS.....	12
B. Penelitian Terdahulu	13
C. Kerangka Pikir	19
D. Hipotesis	
1. Perbedaan Perilaku <i>Social Influence</i> Yang Rendah Dengan	

<i>Social Influence</i> Yang Tinggi Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Penggunaan QRIS.....	20
2. Perbedaan Perilaku <i>Hedonic Motivation</i> Yang Rendah Dengan <i>Hedonic Motivation</i> Yang Tinggi Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Penggunaan QRIS.....	21
3. Perbedaan Perilaku <i>Habit</i> Yang Rendah Dengan <i>Habit</i> Yang Tinggi Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Penggunaan QRIS.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Jenis Penelitian	24
B. Lokasi dan Waktu.....	24
C. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian.....	24
1. Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	25
2. Variabel Independen (Variabel Bebas)	25
D. Desain Eksperimen	26
E. Subyek Penelitian	27
F. Teknik Pengumpulan Data.....	27
G. Instrumen Penelitian dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	27
H. Desain Khusus (Skenario).....	29
I. Pengujian Instrumen Penelitian	30
1. Statistik Deskriptif.....	31
2. Uji Kualitas Data.....	31
3. Uji Asumsi Klasik.....	32
4. Pengujian Hipotesis.....	33
BAB IV HASIL DAN PENILITIAN	35
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	35
B. Hasil Penelitian	36
C. Pembahasan.....	46
BAB V PENUTUP	52
A. Kesimpulan	52
B. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Presentase.....	4
Gambar 2.2 Kerangka Pikir	20



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Tedahulu.....	13
Tabel 3.1 Desain Eksperimen (2×3)	28
Tabel 3.2 skor skala likert kuesioner untuk variabel independen (Y)	28
Tabel 3.3 Indikator penelitian kuesioner	29
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	37
Tabel 4.2 Karakteristik Informan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.3 Karakteristik Informan Berdasarkan Kelas	38
Tabel 4.4 Karakteristik Informan Berdasarkan Penggunaan Qris	38
Tabel 4.5 Karakteristik Informan Berdasarkan Umur	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Deskriptif	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas.....	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Data	42
Tabel 4.10 Hasil Uji Homogenitas	43
Tabel 4.11 Uji Sampel Independen T-tes	45
Tabel 4.12 Grub Statistik.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen dan Kuesioner	58
Lampiran 2 Tampilan Tabulasi Data	66
Lampiran 3 Uji Frekuensi dan Deskriptif.....	74
Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian	80
Lampiran 5 Surat Balasan Penelitian	81
Lampiran 6 Surat Keterangan Bebas Plagiasi	83
Lampiran 7 Biografi Penulis.....	89



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Behavioral intention merupakan sikap yang terbentuk sebagai akibat dari kenyamanan dan kesukaan menggunakan teknologi tersebut (Venkatesh, et al). Sehingga, jika seseorang nyaman menggunakan teknologi, maka orang tersebut akan merekomendasikannya kepada orang lain. Selama beberapa dekade terakhir, pengguna sistem *digital payment* telah meningkat. Di era *smartphone* dan internet, kecepatan dan kemudahan lebih menarik dengan dompet digital, QR, dan kartu kredit *contactless*.

Faktor-faktor ini juga mengurangi penggunaan uang tunai pasca-pandemi, dan mendorong lebih banyak individu di seluruh dunia untuk melakukan transaksi tanpa uang tunai, sehingga tren yang dapat terus mendorong transaksi tanpa uang tunai di Indonesia dan negara lain di tahun-tahun mendatang. Perkembangan pesat di industri teknologi memaksa masyarakat untuk lebih mengenal aktivitas *cashless transaction* merupakan salah satu cara melakukan transaksi *payment gateway*. Dalam peraturan anggota Dewan Gubernur nomor 21/18/PADG/2019, menimbang bahwa peran sistem pembayaran ritel domestik dalam ekonomi dan keuangan digital telah meningkat pesat seiring dengan perkembangan model bisnis yang mendukung layanan pembayaran ritel digital melalui penggunaan teknologi seperti *Quick Response Code*.

Sejak 2021 OJK telah menyiapkan serangkaian inisiatif strategis untuk menghadapi berbagai perkembangan dan tantangan di bidang jasa keuangan. Salah satu prioritasnya adalah mempercepat digitalisasi dan

optimalisasi ekosistem digital, dan peningkatan literasi digital. Ketika kita mulai menjauh dari uang tunai atau cek, transfer *e-money* dengan cepat menjadi pilihan modern yang populer.

Menurut Bank Indonesia, teknik pembayaran *cashless* dibagi menjadi dua, yaitu *e-money* dan *e-wallet*. *E-money* atau uang elektronik adalah teknik pembayaran berbasis *chip (offline)* sementara *e-wallet* atau dompet digital, adalah teknik pembayaran berbasis server (*online*), seperti OVO, Go-Pay, Dana, Link-Aja, dan i-saku. Manfaat membayar menggunakan dompet digital ini terletak pada kepraktisan, kenyamanan dan keamanannya. Demonetisasi telah memicu meningkatnya penggunaan *e-money* di kalangan masyarakat sehingga meningkatkan penggunaan transaksi non-tunai/*cashless* (Sarika. P 2019). Penyebab pertama ini menyebabkan perkembangan *cashless* menjadi semakin pesat. Karena konsumen akan merasa lebih untung jika dibandingkan dengan melakukan transaksi menggunakan uang tunai. Penyebab kedua adalah karena kesadaran masyarakat terhadap teknologi yang sudah tinggi. Teknologi sendiri berkembang dengan pesat dan tren transaksi *online* akan menyebabkan beberapa masyarakat mengalami FOMO.

FOMO atau *Fear of Missing Out* merupakan gejala yang terjadi pada seseorang saat takut ketinggalan zaman. Oleh karena itu, mereka berlomba untuk mengikuti setiap trend yang ada, seperti dalam transaksi non tunai ini. Dan penyebab terakhir dari timbulnya masyarakat non tunai dari perkembangan *cashless* adalah perilaku masyarakat itu sendiri. Menyukai kemudahan adalah karakteristik mayoritas orang tidak hanya di Indonesia.

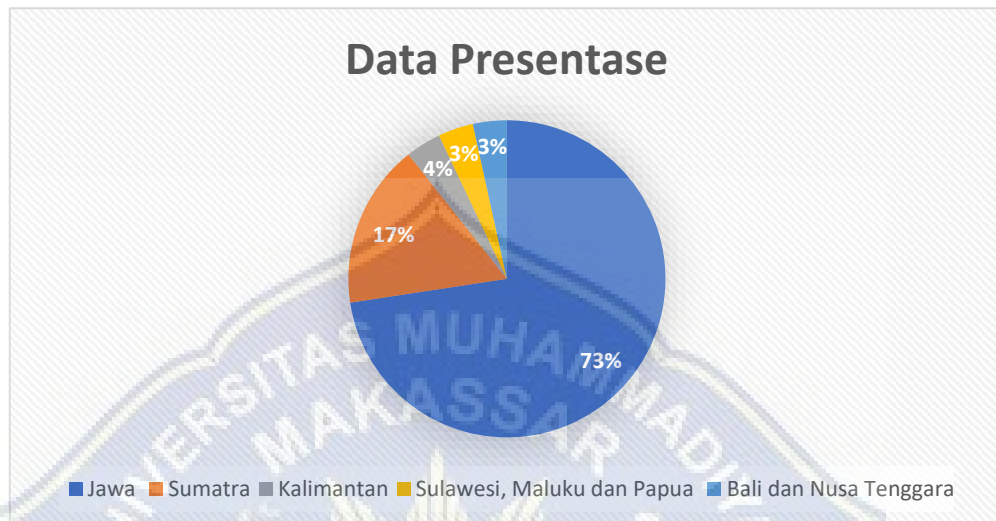
Berbagai karakteristik demografi, tingkat literasi keuangan dan gaya hidup mempengaruhi perilaku transaksi tanpa uang tunai (Fitri, *et al*).

QRIS adalah *Quick Response Code Indonesian Standard* merupakan standar kode QR Nasional untuk memfasilitasi pembayaran kode QR di Indonesia yang diluncurkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI).

Bank Indonesia (BI) melaporkan, jumlah data pengguna *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS) di Indonesia mencapai 28,75 juta hingga Desember 2022. Angka tersebut mengalami peningkatan sebesar 15,95 juta dibandingkan pada akhir tahun lalu. Dari jumlah tersebut, data pengguna QRIS di Jawa, yakni 20,59 juta (73%). Kedua terdapat Sumatera dengan 4,75 juta (17%) pengguna QRIS hingga Desember 2022. Jumlah pengguna QRIS di Kalimantan sebanyak 1.25 juta (4%). Ada juga 1,18 juta (3%) pengguna QRIS yang berada di Sulawesi, Maluku, dan Papua. Sementara, sementara di Bali dan Nusa Tenggara merupakan daerah yang pengguna QRIS masih sedikit. Jumlah pengguna QRIS secara keseluruhan sebanyak 979.788 (3%) pengguna hingga akhir tahun lalu. Selain itu, jumlah pedagang (*merchant*) yang sudah menggunakan QRIS sebanyak 22,7 (34%) juta *merchant*.

Meningkatnya mobilitas serta peningkatan daya beli masyarakat membuat transaksi pembayaran juga naik, termasuk pengguna QRIS. Di samping itu, meningkatnya penggunaan QRIS disebabkan prosesnya mudah dan didukung oleh ponsel. Selain itu, BI telah bekerja sama dengan bank sentral Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, dan Jepang terkait interkoneksi QRIS. Dengan adanya kerjasama BI antar ke lima negara

tersebut, warga Indonesia bisa juga merasakan bertransaksi menggunakan QRIS saat pergi ke lima negara tersebut.



Gambar 1.1 Data Presentase

Tingginya penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran menunjukkan tingginya jumlah pengguna yang memanfaatkan QRIS sebagai salah satu media pembayaran berbasis digital yang ditinjau lewat niat perilaku konsumen *behavioral intention* tersebut. Menurut Saputri semua faktor kognitif mempengaruhi selera konsumen yang menggunakan QRIS sebagai sarana pembayaran digital, berdasarkan hasil pengujian individual, ternyata memiliki dampak signifikan pada kegunaan menggunakan QRIS. Di sisi lain, minat konsumen untuk menggunakan QRIS tidak dipertimbangkan karena faktor kognitif lainnya.

Dilihat dari fenomena saat ini, penelitian ini akan mengungkapkan faktor-faktor yang menyebabkan *behavioral intention* penggunaan QRIS. Ada berbagai macam model penelitian yang sudah dikembangkan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi *behavioral intention*

menggunakan suatu teknologi. Model UTAUT adalah salah satu model pemanfaatan perilaku pengguna yang akan digunakan. UTAUT merupakan model dalam pengukuran perilaku dalam konteks individu. Penelitian ini menggunakan variabel *Sosial Influence* (Pengaruh Sosial), *Hedonic Motivation* (Motivasi Kesenangan), *Habit* (Kebiasaan) mempengaruhi *Behavior Intention* pengguna QRIS.

Populernya tren QRIS saat ini membuat Masyarakat terutama generasi Z yang cenderung mengikuti tren, pun mulai ikut memiliki kebiasaan baru dalam bertransaksi secara *cashless* karena generasi Z cenderung memiliki pandangan cemas atau ketakutan untuk tidak tertinggal dari apa yang menjadi tren. Generasi Z juga merupakan generasi literasi teknologi sederhana yang mampu mencoba praktik-praktik terkait teknologi baru karena teknologi sudah berkembang dan sudah mengandalkan teknologi (Chania dan Rimenda, 2022).

Social influence (pengaruh sosial) adalah tingkat persepsi konsumen bahwa orang-orang di sekitar mereka perlu percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi atau sistem baru untuk memenuhi harapan lingkungan sosial. Bentuk pengaruh sosial itu sendiri dapat berupa tren-tren akhir yang berkembang di masyarakat, ajakan dari orang-orang disekitar individu, dan penilaian dari orang-orang berpengaruh disekitarnya. Ketika individu merasa bahwa penilaian orang disekitarnya mengenai penggunaan teknologi itu penting, maka mereka akan merasa harus beralih menggunakan teknologi terkini agar merasa trendi dan profesional (Bemby dan Qomariyah, 2023). Dalam penelitian Mayanti (2020) *Hedonic Motivation* (Motivasi Kesenangan) juga memiliki pengaruh terhadap *Behavior Intention*

penggunaan QRIS dalam transaksi, yang mana pengguna merasa tertarik dan senang menggunakan QRIS.

Habit (kebiasaan) adalah kecenderungan individu untuk melakukan perilaku secara otomatis karena adanya pembelajaran di masa sebelumnya (Venkatesh, *et al* 2012). Pada Penelitian (Kadek *et al.*, 2023) mengatakan bahwa faktor *habit* dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*. Meskipun sudah timbul niat untuk menggunakan belum tentu penggunaan dari *mobile banking* pada bank syariah menggunakannya. Semakin sering pengguna bertransaksi dengan menggunakan *mobile banking* pada bank syariah maka akan menimbulkan kecenderungan untuk menggunakan system tersebut secara terus menerus dengan otomatis (Bima *et al.*, 2023).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada perbedaan perilaku terhadap *Social Influence* (Pengaruh Sosial) yang tinggi dengan yang rendah, *Hedonic Motivation* (Motivasi Kesenangan) yang tinggi dengan yang rendah, *Habit* (Kebiasaan) yang tinggi dengan yang rendah terhadap *Behavioral Intention* penggunaan QRIS yang dikemas dengan judul “Efektifitas QRIS Sebagai Suatu *Behavioral Intention* (Studi Eksperimen Pengguna QRIS)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada perbedaan antara perilaku *social influence* (pengaruh sosial) yang rendah dengan *social influence* (pengaruh sosial) yang tinggi terhadap *behavioral intention* pengguna QRIS?

2. Apakah ada perbedaan antara perilaku *hedonic motivation* (motivasi kesenangan) yang rendah dengan *hedonic motivation* (motivasi kesenangan) yang tinggi terhadap *behavioral intention* pengguna QRIS?
3. Apakah ada perbedaan antara perilaku *habit* (kebiasaan) yang rendah dengan *habit* (kebiasaan) yang tinggi terhadap *behavioral intention* pengguna QRIS?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah tersebut, sehingga tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui perbedaan antara perilaku *social influence* (pengaruh sosial) yang rendah dengan *social influence* (pengaruh sosial) yang tinggi terhadap *behavioral intention* pengguna QRIS.
2. Mengetahui perbedaan antara perilaku *hedonic motivation* (motivasi kesenangan) yang rendah dengan *hedonic motivation* (motivasi kesenangan) yang tinggi terhadap *behavioral intention* pengguna QRIS.
3. Mengetahui perbedaan antara perilaku *habit* (kebiasaan) yang rendah dengan *habit* (kebiasaan) yang tinggi terhadap *behavioral intention* pengguna QRIS.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memahami teori yang berkaitan dengan *behavioral intention* pengguna QRIS. Selain itu

memberikan pemahaman, tinjauan dan informasi tentang perkembangan akuntansi dari sudut pandang metode pembayaran digital berbasis QRIS dan diharapkan dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktisi

Penulis juga berharap dapat memperoleh pemahaman dan pengetahuan baru tentang metode pembayaran menggunakan QRIS yang diharapkan dapat digunakan di masa depan, serta menambah pengetahuan dan informasi dari hasil penelitian ini.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*

Sekitar satu dekade terakhir, Venkatesh, *et.,al* (2003) model-model ini dikombinasikan dengan teori terpadu tentang penerimaan penggunaan teknologi (UTAUT). UTAUT memiliki empat faktor utama (yaitu, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition*) dan empat faktor moderator (yaitu *age*, *gender*, *experience* dan *voluntariness of use*) hal ini terkait dengan prediksi tindakan penggunaan teknologi yang sebenarnya.

Menurut Venkatesh, *et al.*, (2012) Tujuan UTAUT 2 adalah untuk menyelidiki penerimaan konsumen dan penggunaan teknologi. Terdapat perbedaan model UTAUT dan UTAUT2 dalam hal struktur yang disertakan dalam model. Pada model UTAUT2 terdapat tiga tambahan konstruk yaitu *Habit* (Kebiasaan), *Price Value* (Nilai Harga) dan *Hedonic Motivation* (Motivasi Kesenangan).

Pada penelitian ini peneliti hanya menggunakan variabel *Social Influence* dikarenakan arti dari *Social Influence* itu sendiri adalah pengaruh sosial, dalam konteks pembayaran digital seperti QRIS, rekomendasi dari teman keluarga dan rekan kerja bisa sangat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut. Kehadiran pengaruh sosial yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan dalam menggunakan QRIS. Peneliti juga

menggunakan variabel *Hedonic Motivation* dikarenakan arti dari *Hedonic Motivation* itu sendiri adalah motivasi kesenangan, dimana *Hedonic Motivation* dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dengan teknologi. Ketika pengguna menikmati proses menggunakan QRIS, mereka lebih cenderung untuk terlibat lebih dalam dan menggunakan layanan secara berulang. Selanjutnya peneliti mengambil variabel *Habit* dikarenakan predictor kuat dari *Behavioral Intention* dalam konteks teknologi keuangan. Mengambil variabel ini bisa memberikan kerangka kerja yang lebih holistic dan relevan dalam konteks penelitian QRIS.

Seiring berjalannya waktu, upaya menjelaskan perilaku individu terkait inovasi teknologi diterapkan dalam konteks baru dan tahap proses pengambilan keputusan konsumen yang berdeda. Teori ini membuat peneliti tertarik untuk mengetahui apakah *social influence*, *hedonic motivation* dan *habit* dapat mempengaruhi *behavioral intention* dalam menggunakan QRIS sebagai *digital payment* karena QRIS merupakan bagian dari teknologi finansial.

2. **Social Influence (Pengaruh Sosial)**

Social Influence (pengaruh sosial) norma subjektif, faktor sosial, status sosial mempengaruhi individu dalam pengambil keputusan, dimana individu mempunyai sudut pandang orang lain sehubungan dengan perilaku yang akan mereka lakukan, mempengaruhi mentalitas seseorang untuk melakukan atau mencoba suatu hal yang baru (Venkatesh *et al*, 2012). Menurut Setiawan *et al* (2022) *social influence* berpengaruh terhadap *behavior intention* menggunakan QRIS, yang artinya *social influence* memiliki keterlibatan hubungan seseorang dalam

lingkungan sosial mereka dan juga *social influence* tidak hanya mengubah sikap dan perilaku seseorang, tetapi memiliki potensi untuk mengubah kelompok atau masyarakat.

3. **Hedonic Motivation (Motivasi Kesenangan)**

Hedonic Motivation (Motivasi Kesenangan) adalah perasaan senang, gembira, atau senang tertentu yang muncul dari penerapan teknologi (Venkatesh *et al*, 2003). Menurut Nikolopoulou *et al*, (2021) adapun beberapa yang menjadi faktor *Hedonic Motivation* seperti adaptasi konsumen terhadap teknologi yaitu, kegembiraan, kesenangan, dan kenikmatan. Menurut Venkatesh *et al*, (2012) dalam *hedonic motivation* perasaan senang diketahui bahwa sensasi kegembiraan terhadap suatu hal yang menyebabkan seseorang merasakan adanya rasa urgensi untuk mengakuinya.

4. **Habit (Kebiasaan)**

Habit (Kebiasaan) adalah kecenderungan individu untuk melakukan suatu perilaku secara otomatis karena adanya pembelajaran sebelumnya (Venkatesh *et al*, 2012). Ketika perilaku tersebut telah dilakukan berkali-kali, maka perilaku di masa depan menjadi otomatis (Gupta dan Arora, 2020). Oleh karena itu, setelah pengguna menggunakan aplikasi, tindakan tersebut menjadi rutinitas dan kebiasaan yang mempengaruhi individu untuk menggunakan aplikasi di kemudian hari (Rahardjo *et al*, 2020).

5. **Behavior Intention**

Behavior Intention memiliki tingkat kecenderungan seseorang dalam menggunakan teknologi (Venkatesh, *et al*, 2016). Artinya,

individu mengarahkan tindakan ketika dia memiliki keinginan atau minat. begitu pula dengan teknologi. *Behavioral Intention* mengacu pada faktor semakin tinggi niat perilaku, semakin besar motivasi yang ditemukan untuk mempengaruhi niat perilaku. *Behavioral intention* merupakan pengukuran kuatnya niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Musyaffi *et al.*, 2021).

6. QRIS

Quick Response Code Indonesian Standard QRIS (dibaca KRIS) adalah kombinasi QR yang berbeda dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar dalam bertransaksi menggunakan QR Code dapat lebih mudah, cepat dan terjaga keamanannya. Seluruh Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang akan menggunakan QR Code saat bertransaksi wajib menggunakan QRIS.

QRIS menggunakan 2 (dua) model QR Code pembayaran yaitu *Merchant Presented Mode* (MPM) dan *Customer Presented Mode* (CPM). Tetapi pada standar QRIS yang ditetapkan Bank Indonesia sebagai standar nasional. Pihak yang memproses transaksi QRIS terdiri atas Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP), Lembaga *Switching*, *Merchant Aggregator*, dan pengelola *National Merchant Repository* yang dapat melakukan proses transaksi QRIS adalah Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang termasuk dalam bagian Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran *front end* seperti Penerbit atau *Acquirer*. PJSP dan Lembaga *Switching* yang melaksanakan proses

transaksi QRIS wajib terlebih dahulu melakukan persetujuan dari Bank Indonesia. Penggunaan sumber dana dalam bertransaksi menggunakan QRIS berupa simpanan atau instrument pembayaran yakni kartu debit, kartu kredit, dan uang elektronik yang menggunakan media simpan *server based*. Menggunakan sumber pendanaan dan sarana pembayaran sesuai dengan usulan Lembaga standar yang diajukan oleh Bank Indonesia.

UNGGUL merupakan karakteristik QRIS yakni: Universal: Individu tidak perlu memiliki berbagai aplikasi pembayaran, QRIS dapat menerima pembayaran di semua aplikasi pembayaran menggunakan Code QR. GampanG: Mudah, tinggal *scan* dan klik bayar. Merchant: Mudah membutuhkan banyak QR Code, cukup QRIS yang dapat dipindai menggunakan aplikasi pembayaran QR apapun. Untung: dapat menggunakan akun QR apapun untuk pembayaran. Merchant: penerimaan semua pembayaran QR Code cukup memiliki minimal 1 akun. Pembayaran melalui QRIS langsung diproses. Pengguna Merchant akan segera menerima pemberitahuan transaksi.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penelitian dan Tahun Penelitian	Variabel	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1	(Setyaningsih, <i>et al</i>) (Vol. 6, No. 2, 2023)	<i>Performance Expectancy (X1), Effort Expectancy (X2), Social Influence (X3), Facilitating Conditions (X4)</i> ,	Analisis Penerimaan Bank Digital dengan UTAUT 2 Pasca Pandemi	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini bahwa pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi bisnis, pengaruh sosial, kondisi

No.	Nama Penelitian dan Tahun Penelitian	Variabel	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
		<i>Hedonic Motivation (X5), Price Value (X6), Habit (X7), Trust (X8), Behavioral Intention (Z), Actual Usage (Y)</i>			fasilitasi, nilai harga, kebiasaan, dan persepsi kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat menggunakan.
2	(Abrahamo, et al) (Vol 13, Issue 3, 2016)	<i>Performance Expectation (X1), Effort Expectation (X2), Social Influence (X3), Perceived Risk (X4), Perceived Cost (X5), Behavioral Intention (Y)</i>	<i>Intention of Adoption of Mobile Payment: An Analysis In the Light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i>	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>performance expectation</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>mobile payment</i> , <i>effort expectatiton</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>behavioral intention mobile payment</i> , <i>social influence</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention mobile payment</i> , <i>perceived risk</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap <i>behavioral</i>

No.	Nama Penelitian dan Tahun Penelitian	Variabel	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
					<i>intention mobile payment, perceived cost</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap <i>behavioral intention mobile payment</i> .
3	(Efrata, et al) (Vol 07, No 02, 2023)	<i>Personal Innovativeness (X1), Perceived Usefulness (X2), Perceived Ease of Use (X3), Trust (X4), Intention to Use (Y)</i>	<i>Personal Innovativeness, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Trust as Determinants of Mobile Payment Utilization</i>	Kuantitatif	Hasil penelitian ini persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap niat penggunaan QRIS.
4	(Rafferty, et al) (Vol 32, No. 3, 2022)	<i>Mobile Usefulness (X1), Mobile Ease of Use (X2), Social Influence (X3), Facilitating Conditions (X4), Trust (X5), Perceived Security (X6), Perceived Compability (X7), Relative Advantage (X8), Behavioral Intention to Use QRIS (Y)</i>	<i>Integrated QR Payment System (QRIS): Cashless Payment Solution in Developing Country From Merchant Perspective</i>	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini adalah <i>mobile usefulness</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan QRIS, <i>Mobile Ease of Use</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan QRIS, <i>Social Influence</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap <i>behavioral</i>

No.	Nama Penelitian dan Tahun Penelitian	Variabel	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
					<p><i>intention</i> penggunaan QRIS, <i>Faciliating Conditions</i> memiliki pengaruh , <i>Trust (X5)</i>, <i>Perceived Security (X6)</i>, <i>Perceived Compability (X7)</i>, <i>Relative Advantage (X8)</i>, <i>Behavioral Intention to Use QRIS (Y)</i></p>
5	<p>(Pangestu, et al) (Vol. 1, No. 1, 2022)</p>	<p><i>Performance Expectancy (X1)</i>, <i>Effort Expectancy (X2)</i>, <i>Social Influence (X3)</i>, <i>Facilitating Condition (X4)</i>, <i>Behavior Intention (Y)</i></p>	<p><i>Behavior Intention Penggunaan Digital Payment QRIS</i> Berdasarkan <i>Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i> (Studi pada UMKM Sektor Industri Makanan dan Minuman di Kota Jambi)</p>	Kuantitatif	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel <i>performance expectancy</i> dan <i>effort expectancy</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>behavior intention</i> penggunaan <i>digital payment QRIS</i>, sedangkan variabel <i>social influence</i> dan <i>facilitating conditions</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap <i>behavior intention</i> penggunaan <i>digital payment QRIS</i>. Hasil uji F statistik membuktikan bahwa secara simultan variabel <i>performance</i></p>

No.	Nama Penelitian dan Tahun Penelitian	Variabel	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
					<i>expectancy, effort expectancy, social influence, dan facilitating conditions</i> berpengaruh signifikan terhadap behavior intention penggunaan <i>digital payment QRIS</i> .
6	(Azzaharoo, <i>et al</i>) (Vol 13, No. 01, 2021)	Ekspektasi Kinerja (X1), Ekspektasi Usaha (X2), Kondisi yang Memfasilitasi (X3), Pengaruh Sosial (X4), dan Minat (Y)	Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan <i>Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)</i> sebagai Teknologi Pembayaran	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan ekspektasi kinerja dan kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan QRIS sebagai teknologi pembayaran. Ekspektasi usaha dan pengaruh sosial bukanlah prediktor signifikan yang mempengaruhi minat menggunakan QRIS
7	(Pratiwi, <i>et al</i>) (Vol 6, No. 2, 2022)	<i>Perceived Usefulness (X1), Perceived Ease of Use (X2), Perceived Risk (X3), Trust (X4),</i> Minat Menggunakan <i>Fintech ShopeePay</i>	Pengaruh <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk dan Trust</i> Terhadap Minat Menggunakan <i>Fintech</i>	Kuantitatif	Hasil pengujian hipotesis secara parsial diketahui bahwa variabel <i>Perceived Usefulness</i> tidak berpengaruh terhadap Minat Menggunakan <i>Fintech ShopeePay</i> , variabel

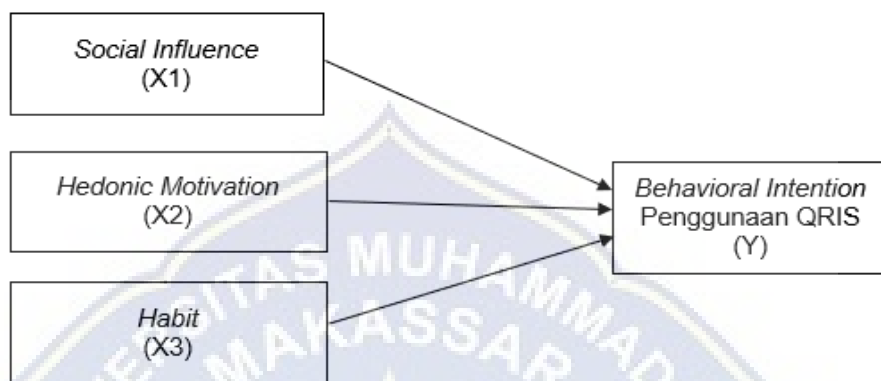
No.	Nama Penelitian dan Tahun Penelitian	Variabel	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
			<i>Shopeepay</i>		<i>Perceived Ease of Use</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan <i>Fintech ShopeePay</i> , variabel <i>Perceived Risk</i> tidak berpengaruh terhadap Minat Menggunakan <i>Fintech ShopeePay</i> , variabel <i>Trust</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan <i>Fintech ShopeePay</i>
8.	(Soemitra, et al) (Vol 2, No. 2, 2023)	Persepsi Kepercayaan (X1), Persepsi Manfaat (X2), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3), Persepsi Resiko (X4), Minat (Y)	Pengaruh <i>Technology Acceptance Model</i> Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i> Sebagai <i>Cashless Society</i>	Kuantitatif	Hasil hipotesis menunjukkan bahwa variabel persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko, secara parsial mempengaruhi minat menggunakan QRIS.
9	(Djayapranata, et al) (Vol 180, 2023)	<i>Mobile Usefulness</i> (X1), <i>Trust</i> (X2), <i>Attitude</i> (Z), <i>Behavioral</i>	<i>Trust or Usefulness? QR Code Payment Among</i>		Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kegunaan mempunyai

No.	Nama Penelitian dan Tahun Penelitian	Variabel	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
		<i>Intention (Y)</i>	<i>Millennials in a Disrupted Market</i>		pengaruh positif langsung terhadap penggunaan kode QR dalam pembayaran seluler. Sedangkan kepercayaan mempunyai pengaruh tidak langsung terbesar terhadap penggunaan kode QR melalui mediasi variabel sikap
10	(Adinda, et al) (Vol 1, No 1, 2022)	<i>Financial Literacy (X1), Perceived Usefulness (X2), Perceived Ease of Use (X3), Promotion and Advertising (X4), Keputusan Penggunaan QRIS Gen Z (Y)</i>	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gen-Z dalam Penggunaan <i>Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)</i> Sebagai Teknologi Pembayaran Digital	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>Financial Literacy, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Promotion dan Advertising</i> berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Gen-Z

C. Kerangka Pikir

Dalam kerangka pikir penelitian ini, peneliti akan menguji (1) apakah ada perbedaan antara perilaku *social influence* (pengaruh sosial) yang tinggi dengan *social influence* (pengaruh sosial) yang rendah terhadap *behavioral intention* penggunaan QRIS, (2) apakah ada perbedaan antara perilaku *hedonic motivation* (motivasi kesenangan) yang tinggi dengan *hedonic*

motivation (motivasi kesenangan) yang rendah terhadap *behavioral intention* pengguna QRIS, (3) apakah ada perbedaan antara perilaku *habit* (kebiasaan) yang tinggi dengan *habit* (kebiasaan) yang rendah terhadap *behavioral intention* pengguna QRIS?



Gambar 2.2 Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Pada umumnya hipotesis merupakan dugaan sementara dari masalah yang ada dalam suatu penelitian. Hipotesis dapat disusun dalam jenis penelitian yang melakukan pendekatan kuantitatif yang tujuannya yaitu menguji sebuah hipotesis melalui eksperimen. Dalam penelitian ini didapatkan hipotesis sebagai berikut:

1. **Perbedaan Perilaku *Social Influence* Yang Rendah Dengan *Social Influence* Yang Tinggi Terhadap *Behavioral Intention* Pengguna QRIS**

Social Influence diteorikan dan ditemukan (Venkatesh, *et al*) mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan suatu teknologi. Menurut Kurniawan, *et al* (2023) *social influence* tidak berpengaruh terhadap niat perilaku. Dalam penelitian Gupta, *et al* (2020) juga

mengatakan tidak adanya pengaruh *social influence* terhadap niat perilaku menggunakan *e-wallet*.

Menurut Supriadi (2022) *social influence* berpengaruh terhadap *behavioral intention* penggunaan *e-wallet*. Menurut Nur dan Panggabean adanya *social influence* terhadap *behavioral intention* menunjukkan bahwa orang-orang terdekat seperti keluarga dan teman mempunyai peran penting.

Menurut Dewi (2021) *social influence* memiliki pengaruh terhadap minat individu dalam menggunakan layanan *financial technology*. Sedangkan, menurut Anandia dan Aisyah (2023) *social influence* tidak memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention*.

Berdasarkan temuan penelitian terhadulu, maka hipotesis penelitian dinyatakan sebagai berikut:

H₁: Ada perbedaan antara perilaku *social influence* yang tinggi dan *social influence* yang rendah terhadap *behavioral intention* (niat) pengguna QRIS

2. Perbedaan Perilaku *Hedonic Motivation* Yang Rendah Dengan *Hedonic Motivation* Yang Tinggi Terhadap *Behavioral Intention* Pengguna QRIS

Dalam teori UTAUT *hedonic motivation* (motivasi kesenangan) adalah perasaan senang, gembira, atau senang tertentu yang muncul dari penerapan teknologi (Venkatesh, *et al.*, 2012). Menurut Putri dan Suardikha, (2020) *hedonic motivation* memiliki pengaruh positif pada *behavioral intention* pengguna *e-money*. Hal ini sejalan dengan penelitian

yang dilakukan oleh Kajian, *et al* (2022) *hedonic motivation* berpengaruh terhadap *behavioral intention* menggunakan *m-payment*.

Menurut Anandia dan Aisyah (2023) *hedonic motivation* memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention*. Sedangkan dalam penelitian Alfiana *et al.*, (2022) *hedonic motivation* tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan penggunaan *Shopeepay* dimana hal ini bisa saja disebabkan karena rata-rata responden sudah terbiasa dengan penggunaan *Shopeepay* sebagai alat bantu dalam melakukan transaksi sehingga faktor kesenangan bukanlah hal yang utama untuk mereka melainkan lebih mendorong kearah membutuhkan.

Berdasarkan temuan penelitian terhadulu, maka hipotesis penelitian dinyatakan sebagai berikut:

H₂: Ada perbedaan antara perilaku *hedonic motivation* yang tinggi dan *hedonic motivation* yang rendah *behavioral intention* (niat) pengguna QRIS

3. Perbedaan Perilaku *Habit* Yang Rendah Dengan *Habit* Yang Tinggi Terhadap *Behavioral Intention* Pengguna QRIS

Habit dalam penerapan UTAUT didefinisikan sebagai kecenderungan seseorang untuk melakukan suatu perilaku dengan otomatis karena adanya pembelajaran di masa sebelumnya (Venkatesh, *et al.*, 2012). Dalam penelitian Mohd *et al.*, (2019) menunjukkan bahwa bahwa *habit* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan bank digital.

Menurut Blanes *et al.*, (2023) *habit* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* Bizum P2P *payment*. Pengguna mengintegrasikan

P2P ke rutinitas sehari-hari, sehingga setelah pengguna berulang kali dan terus mentransfer uang melalui ponsel, rutinitas ini menjadi kebiasaan, dengan meningkatnya pengguna P2P seiring berjalannya waktu pengguna menjadi kebiasaan menggunakan P2P.

Menurut Gupta dan Arora, (2020) ketika perilaku tersebut telah dilakukan berkali-kali, maka perilaku di masa depan menjadi otomatis. Sedangkan menurut Rahardjo *et al.*, (2020) *habit* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention using e-money*.

Berdasarkan temuan penelitian terdahulu, maka hipotesis penelitian dinyatakan sebagai berikut:

H₃: Ada perbedaan antara perilaku *habit* yang tinggi dan *habit* yang rendah *behavioral intention* (niat) pengguna QRIS



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode eksperimen. Penelitian eksperimen dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk mencari pengaruh perlakuan tertentu terhadap yang lain dalam kondisi yang terkendalikan. Penelitian ini menggunakan desain eksperimen *quasi*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan instrument penyelesaian kasus. Adapun faktor-faktornya terdiri dari lima variable yakni *Behavioral Intention* penggunaan QRIS sebagai variable dependen, *Social Influence* (Pengaruh Sosial), *Hedonic Motivation* (Motivasi Kesenangan), dan *Habit* (Kebiasaan) sebagai independent. Desain eksperimen *quasi* ini mempunyai kelompok kontrol, tetapi tidak dapat berfungsi sepenuhnya untuk mengontrol variable-variabel luar yang mempengaruhi pelaksanaan eksperimen.

B. Lokasi dan Waktu

Lokasi penelitian yang dilakukan pada penelitian ini yaitu dilakukan di Universitas Muhammadiyah Makassar pada pengguna QRIS dengan jangka waktu penelitian ini selama 3 (tiga) bulan yaitu Maret-Mei 2024.

C. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu

yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiono, 2018).

1. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen (Y) sering disebut sebagai variabel *output* kriteria, konsekuensi. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini adalah *Behavioral Intention* Penggunaan QRIS.

Behavior Intention memiliki tingkat kecenderungan seseorang dalam menggunakan teknologi. Artinya, individu akan melakukan suatu perilaku bila memiliki keinginan atau minat untuk melakukannya, begitu pula dengan teknologi (Venkatesh et al). Dalam penelitian ini untuk mengetahui *behavioral intention* maka peneliti memberikan kasus. Setiap informan yang berbeda-beda akan mengerjakan tugas yang sama, sehingga terdapat dua kelompok perlakuan yang berbeda yaitu *social influence*, *hedonic motivation*, dan *habit*. Masing-masing informan mengerjakan satu tugas dengan perlakuan yang dipilih secara acak. Pengukuran variabel *behavioral intention* dengan melihat pilihan jawaban informan pada kusioner dalam skala *Likert*.

2. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel Independen (X) variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya

atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini *social influence*, *hedonic motivation*, dan *habit*.

Variabel *social influence* memiliki keterlibatan hubungan seseorang dalam lingkungan sosial mereka dan juga *social influence* tidak hanya mengubah sikap dan perilaku seseorang, tetapi memiliki potensi untuk mengubah kelompok atau masyarakat (Setiawan, *et al* 2022). Dalam *social influence* dukungan dari lingkungan sosial, dukungan dari kerabat terdekat, seperti keluarga dan teman merupakan satu faktor. Variabel *hedonic motivation* (motivasi Kesenangan) adalah perasaan senang, gembira, atau senang tertentu yang muncul dari penerapan teknologi (Venkatesh, *et al*). Variabel *habit* (kebiasaan) didefinisikan kecenderungan individu untuk melakukan suatu perilaku secara otomatis karena adanya pembelajaran sebelumnya (Venkatesh *et al.*, 2012).

Sosial Influence memiliki indikator merasakan pengaruh lingkungan sosial, kerabat dekat, dan keluarga yang mendukung. *Hedonic motivation* memiliki indikator merasakan bertransaksi menggunakan QRIS sangat menyenangkan Memberikan kepuasan saat bertransaksi Sangat menarik menggunakan QRIS. Masing-masing informan kasus dengan perlakuan yang dipilih secara acak. Pengukuran variabel independent dengan melihat pilihan jawaban informan pada kasus dalam skala *Ordinal*. *Habit* memiliki indikator kebiasaan menggunakan, menggunakan tanpa harus berfikir, dan gemar menggunakan.

D. Desain Eksperimen

Desain Eksperimen atau model eksperimen penelitian ini adalah *factorial 2x3* digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen

terhadap variabel dependen. *Factorial 2x3* digunakan untuk mengetahui apakah tidak terdapat perbedaan *behavioral intention* menggunakan QRIS pada setiap tingkat *social influence* yang tinggi dengan *social influence* yang rendah, *hedonic motivation* yang tinggi dengan *hedonic motivation* yang rendah, dan *habit* yang tinggi dengan *habit* yang rendah. *Factorial 2x3* digunakan untuk menghindari terjadinya *demand effect* yaitu subyek.

Tabel 3.1 Desain Eksperimen (2x3)

Variabel	Rendah	Tinggi
<i>Social Influence</i>	28	28
<i>Hedonic Motivation</i>	28	28
<i>Habit</i>	28	28

E. Subyek Penelitian

Informan yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Informan penelitian ini adalah pengguna QRIS di Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2022.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara untuk mengumpulkan data yang digunakan dalam penyusunan penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari objek penelitian beberapa tahapan eksperimen.

G. Instrumen Penelitian dan Pengukuran Variabel Penelitian

Instrumen penelitian ini adalah tolak ukur yang akan digunakan dalam melakukan suatu penelitian dan digunakan untuk mengukur nilai

variabel yang diteliti. Jadi, instrument yang digunakan tergantung pada jumlah variabel dalam instrument peneliti ini yaitu, *social influence*, *hedonic motivation*, *habit*, dan *bevaioral intention*.

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur. Alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Skala Likert* untuk variabel dependen (Y) dan *Ordinal* untuk variabel independen. Berikut ini merupakan skor skala *Likert* dan *Ordinal* untuk ananlisis dalam penelitian ini:

Tabel 3.2 Skor Skala Likert Kusioner untuk variabel dependen (Y)

Pertanyaan	Skor
Jawaban	
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Adapun pengukuran yang akan dipakai untuk variabel independen (X) adalah skala ordinal

Skor Skala *Ordinal* Untuk Variabel Independen (X)

1	2	3	4	5	6
Tidak Merasakan Perubahan			Merasakan Perubahan		

Tabel 3.3 Indikator Penelitian Kuesioner

No.	Variabel	Indikator	Jumlah Kasus
1.	<i>Bevioral Intention</i> (Y)	1. Minat Menggunakan QRIS 2. Akan menggunakan QRIS dalam keseharian 3. Mampu mengakses internet, sehingga ingin menggunakan QRIS (Venkatesh, <i>et al.</i> , 2012)	3
2.	<i>Sosial Influence</i> (X1)	1. Dukungan dari lingkungan sosial 2. Dukungan dari kerabat terdekat, seperti keluarga dan teman (Venkatesh, <i>et al.</i> , 2012)	2
3.	<i>Hedonic Motivation</i> (X2)	1. Merasakan bertransaksi menggunakan menggunakan QRIS sangat menyenangkan 2. Memberikan kepuasan saat bertransaksi 3. Sangat menarik menggunakan QRIS (Venkatesh, <i>et al.</i> , 2012)	2
4.	<i>Habit</i> (X3)	1. Menjadi kebiasaan menggunakan QRIS saat bertransaksi 2. Menggunakan QRIS tanpa harus berfikir 3. Gemar menggunakan QRIS (Venkatesh, <i>et al.</i> , 2012)	2

Adapun untuk pertanyaan terkait kriteria informan sebagai berikut:

1. Kelas:
2. Penggunaan QRIS:
3. Jenis Kelamin:
4. Umur:

H. Desain Kasus (Skenario)

Jumlah skenario/kasus yang disiapkan sebanyak delapan kasus. Kasus pertama merupakan *social influence* yang tinggi dengan yang rendah. Kasus kedua *hedonic motivation* yang tinggi dengan yang rendah, dan kasus ketiga *habit* yang tinggi dengan yang rendah.

Penelitian eksperimen ini dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2022. Informan mendapat sebuah kondisi instrument kasus. Untuk menjaga adanya kelompok yang tidak saling berhubungan, peneliti membagi kelompok *control* untuk kelas B dan kelompok *treatment* untuk kelas A.

Sebelum informan mengerjakan instrument kasus, peneliti akan memberikan penjelasan mengenai kasus yang ada. Peneliti juga menjelaskan alur pengisian instrument mulai dari data demografi, kolom keputusan tindakan yang diambil. Setelah peneliti membacakan alur pengisian, peneliti membagikan kasus kepada informan, informan lebih memperhatikan dengan seksama perintah-perintah yang ada dalam kasus tersebut. Peneliti memberikan waktu 20 menit bagi informan untuk menyelesaikan kasus. Setelah informan menyelesaikan kasus, maka kasus diambil lagi oleh peneliti.

Perbedaan dari pembagian kasus antara kelompok *control* dan kelompok *treatment* adalah dari pembagian kasus dan kusioner. Kelompok *control* akan diberikan kusioner terlebih dahulu, setelah selesai kemudian diberikan sebuah kasus secara acak dengan jumlah yang sama. Untuk kelompok *treatment* akan diberikan kasus secara acak dengan jumlah yang sama terlebih dahulu setelah kemudian diberikan kusioner. Hal tersebut

dilakukan untuk mengetahui apakah antara kelompok *control* dan kelompok *treatment* memiliki hasil yang berbeda atau tidak dengan adanya kasus diberikan.

I. Pengujian Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan pengukuran variabel *social influence*, *hedonic motivation*, dan *habit* dengan melihat pilihan jawaban informan pada kusioner dalam skala ordinal. Pertama, dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas dengan tujuan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para informan agar bersifat valid dan reliabel.

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah bidang ilmu pengetahuan yang mempelajari tata cara penyusunan dan penyajian data yang dikumpulkan dalam suatu penelitian. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata/*mean*, standar deviasi, varian maksimum, minimum, *sum*, *range*, dan kutosis, dan *skewness*.

Dalam penelitian statistik deskriptif dibagi menjadi dua yaitu statistik deskriptif untuk data demografi yang menggambarkan karakteristik demografi yang meliputi jenis kelamin (*gender*), umur, tahun angkatan, dan universitas. Kemudian statistik deskriptif selanjutnya yang dipakai dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif variabel yang meliputi variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian.

2. Uji Kualitas data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya tidaknya suatu kusioner. Suatu kusioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kusioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kusioner tersebut. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan *person correlation* yaitu dengan menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan. Apabila *person corelation* yang didapat memiliki nilai dibawah 0,05 maka data yang diperoleh adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- 1) *Repeated Measure* atau pengukuran ulang: Disini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
- 2) *One Shot* atau pengukuran sekali saja: Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

Kriteria pengujian dilakukan dengan menggunakan pengujian Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$.

3. Uji Asumsi Klasik

Untuk melakukan uji asumsi klasik atas data primer ini, maka peneliti melakukan uji normalitas, uji homogenitas, dan uji linearitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Untuk menggunakan analisis metode parametrik, maka persyaratan data berdistribusi normal harus terpenuhi. Dalam melakukan uji normalitas digunakan uji *one sample kolmogorov smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05.

b. Uji homogenitas

Uji homogen digunakan untuk mengetahui apakah varian populasi sama atau tidak. Uji homogenitas dilakukan sebagai uji prasyarat sebelum melakukan uji *analysis of variance*. Dalam melakukan uji homogenitas digunakan *uji lavene statistic* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Sebagai kriteria pengujian homogenitas, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah homogen.

4. Pengujian Hipotesis

Uji Independent Sample T-test digunakan untuk menguji apakah terdapat perbedaan *behavioral intention* pengguna QRIS pada *social influence* yang rendah dengan *social influence* yang tinggi, *hedonic*

motivation yang rendah dengan *hedonic motivation* yang tinggi, dan *habit* yang rendah dengan *habit* yang tinggi. Pengujian hipotesis dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Hipotesis pertama dinyatakan dalam (H1). H1 didukung apabila *behavioral intention* terdapat perbedaan antara *social influence* yang rendah dengan *social influence* yang tinggi. pengujian secara statistis H1 dinyatakan sebagai berikut:

$$H1 : \mu SI_R = \mu SI_T$$

Keterangan:

- 1) μSI_R = Rata-rata *behavioral intention* penggunaan QRIS jika tingkat *social influence* rendah
- 2) μSI_T = Rata-rata *behavioral intention* penggunaan QRIS jika tingkat *social influence* tinggi

Jika Sig < 0,05 maka terdapat perbedaan.

- b. Hipotesis kedua dinyatakan dalam hipotesis (H2). H2 didukung apabila *behavioral intention* terdapat perbedaan antara *hedonic motivation* yang rendah dengan *hedonic motivation* yang tinggi. pengujian secara statistis H2 dinyatakan sebagai berikut:

$$H2 : \mu HM_R = \mu HM_T$$

Keterangan:

- 1) μHM_R = Rata-rata *behavioral intention* penggunaan QRIS jika tingkat *hedonic motivation* rendah
- 2) μHM_T = Rata-rata *behavioral intention* penggunaan QRIS jika tingkat *hedonic motivation* tinggi

Jika Sig < 0,05 maka terdapat perbedaan.

c. Hipotesis ketiga dinyatakan dalam hipotesis (H3). H3 didukung apabila *behavioral intention* tidak berbeda antara *habit* yang rendah dengan *habit* yang tinggi. pengujian secara statistis H3 dinyatakan sebagai berikut:

$$H3 : \mu_{H_R} = \mu_{H_T}$$

Keterangan:

- 1) μ_{H_R} = Rata-rata *behavioral intention* penggunaan QRIS jika tingkat *habit* rendah
- 2) μ_{H_T} = Rata-rata *behavioral intention* penggunaan QRIS jika tingkat *habit* tinggi

Jika Sig < 0,05 maka terdapat perbedaan.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Program Studi Akuntansi

Program Studi Akuntansi merupakan salah satu program studi yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar sejak tanggal 30 Juni 1998 dengan status terdaftar, dan pada tahun 2006 dan 2011 terakreditasi berdasarkan Badan Akreditasi Nasional. Program Studi Akuntansi tahun akademik 2015-2016 membina sebanyak 1622 orang mahasiswa dengan dosen tetap sebanyak 24 orang.

2. Visi dan Misi Program Studi Akuntansi

a. Visi

Menjadikan Program Studi Akuntansi yang unggul dan terpercaya dalam bidang Pendidikan, penelitian dan pengabdian Masyarakat serta menjunjung tinggi nilai-nilai pada tahun 2024.

b. Misi

- 1) Melaksanakan proses Pendidikan dan pembelajaran yang mengutamakan peningkatan kualitas dan profesionalisme di bidang akuntansi.
- 2) Memfasilitasi para dosen dan mahasiswa untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas penelitian dan pengabdian Masyarakat dalam bidang akuntansi.

- 3) Melaksanakan proses pembelajaran akuntansi yang mengedepankan nilai-nilai keislaman.
- 4) Melaksanakan kerja sama dalam proses pembelajaran, penelitian dan pengabdian pada masyarakat baik pada instansi pemerintah maupun instansi swasta.

3. Tujuan Program Studi Akuntansi

- 1) Menjadi program studi Akuntansi yang inovatif, unggul mandiri dan berdaya saing baik dalam bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.
- 2) Mengembangkan ilmu akuntansi, dengan metode dan teori yang berbasis Keislaman demi kepentingan umat.
- 3) Menghasilkan lulusan sarjana akuntansi yang unggul, terpercaya dan professional di bidang akuntansi serta bidang lainnya, sehingga mampu berpotensi di dunia kerja dan mandiri.

B. Hasil Penelitian

Hasil penyebaran kuis dan kuesioner kepada 56 mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2022. Pengumpulan data dilaksanakan melalui penyebaran kasus dan kuesioner secara langsung, karena ini merupakan penelitian eksperimen, maka peneliti memantau secara langsung pengisian kasus dan kuesioner. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 25 Maret 2024 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar kelas AK22A dan AK22D. Dari keseluruhan yang tersebar 56 kuis dan kuesioner yang kembali dan dapat diolah yang selanjutnya

dapat diuji dan dianalisis. Tingkat pengembalian kasus dan kuesioner dapat dilihat pada table 4.1

Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kasus dan Kuesioner

Kriteria	Jumlah	Persentase
Kasus dan Kusioner disebar	56	100%
Kasus dan Kuesioner yang tidak kembali	0	0%
Kasus dan Kuesioner yang tidak lengkap	0	0%
Kasus dan Kuesioner yang memenuhi syarat	56	100%

Sumber: Data Primer, 2024

1. Analisis Deskriptif

Berikut akan mendeskripsikan data-data yang diperoleh dari informan. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi informan perlu diperhatikan sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil penelitian.

Tabel 4.2 Karakteristik Informan Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	5	8.9%
Perempuan	51	91.1%
Total	56	100%

Sumber: Data Primer, 2024

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa jumlah informan berjenis kelamin Perempuan lebih banyak dari informan berjenis laki-laki. Informan berjenis kelamin perempuan sebanyak 51 orang dengan persentase 91,1% sedangkan informan berjenis kelamin laki-laki sebanyak 5 orang dengan persentase 8,9%.

Tabel 4.3 Karakteristik Informan Berdasarkan Kelas

Kelas	Frekuensi	Persentase
AK22A	28	50%
AK22D	28	50%
TOTAL	56	100%

Sumber: Data Primer, 2024

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa jumlah informan kelas AK22A sebanyak 28 informan dengan persentase 50% dan kelas AK22D sebanyak 28 informan dengan persentase 50%.

Tabel 4.4 Karakteristik Informan Berdasarkan Pengguna Qris

Pengguna Qris	Frekuensi	Presentase
1-5 Kali	51	91,1%
5-10 Kali	2	3,6%
10-15 Kali	3	5,4%
Total	56	100%

Sumber: Data Primer, 2024

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa pengguna qris 1-5 kali sebanyak 51 orang dengan persentase 91,1%, pengguna qris 5-10 kali sebanyak 2 orang dengan persentase 3,6%, dan pengguna qris 10-15 kali sebanyak 3 orang dengan persentase 5,4%.

Tabel 4.5 Karakteristik Informan Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase
19 Tahun	18	31,1%
20 Tahun	25	44,6%
21 Tahun	7	12,5%
22 Tahun	5	8,9%

23 Tahun	1	1,8%
Total	56	100%

Sumber: Data Primer, 2024

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa jumlah umur informan 19 tahun sebanyak 18 Orang dengan persentase 31,1%, jumlah umur informan 20 tahun sebanyak 25 orang dengan persentase 44,6%, jumlah umur informan 21 tahun sebanyak 7 orang dengan persentase 12,5%, jumlah umur informan 22 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 8,9%, dan jumlah umur informan 23 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 1,8%.

2. Uji Statistik Deskriptif

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi *social influence*, *hedonic motivation*, *habit*, dan *behavioral intention* akan diuji secara statistic deskriptif seperti dalam table 4.6.

Tabel 4.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Social Influence</i> (Rendah)	56	14	5	19	12.55	2.978
<i>Social Influence</i> (Tinggi)	56	14	7	21	13.50	2.828
<i>Hedonic Motivation</i> (Rendah)	56	14	5	19	12.20	3.089
<i>Hedonic Motivation</i> (Tinggi)	56	14	7	21	13.75	2.752
<i>Habit</i> (Rendah)	56	15	5	20	12.05	2.987
<i>Habit</i> (Tinggi)	56	15	6	21	13.45	2.854

Sumber: SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel statistik deskriptif variabel di atas, dapat diketahui nilai minimum tingkat rendah *social influence* sebesar 5, nilai maximum sebesar 19, mean 12.55 dan *range* sebesar 14. Nilai

minimum tingkat tinggi *social influence* sebesar 7, nilai maximum sebesar 21, mean 13.50, dan *range* 14.

Berdasarkan tabel statistik deskriptif variabel di atas, dapat diketahui nilai minimum tingkat rendah *hedonic motivation* sebesar 5, nilai maximum sebesar 19, mean 12.20, dan *range* sebesar 14. Nilai minimum tingkat tinggi *hedonic motivation* sebesar 7, nilai maximum sebesar 21, mean 13.75, dan *range* 14.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai minimum tingkat rendah *habit* sebesar 5, nilai maximum sebesar 20, mean 12.05, dan *range* 15. Nilai minimum tingkat tinggi *habit* sebesar 6, nilai maximum sebesar 21, mean 13.45 dan *range* 15.

3. Hasil Uji Kualitas Data

a. Hasil Uji Validitas

Dalam Uji validitas jika korelasi ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dengan $n = 56$ pada signifikansi 5% pada distribusi nilai r_{tabel} statistik maka diperoleh nilai r_{tabel} 0,263. Bila probabilitas hasil korelasinya lebih besar dari 0,05 maka dinyatakan valid.

Tabel 4.7 Uji Validitas

Variabel	item pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Behavioral Intantion	BI_1	1	0.263	VALID
	BI_2	0.341	0.263	VALID
	BI_3	0.364	0.263	VALID

Sumber: SPSS Versi 23

Penelitian validitas untuk seluruh variabel dengan jumlah sampel sebanyak 56 sampel dapat dinyatakan signifikan jika nilai $r_{hitung} > 0.263$ dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas hanya dapat dilakukan setelah suatu instrument telah dipastikan validitasnya. Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi dari instrument penelitian. Suatu instrument penelitian dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* berada diatas 0,6. Tabel 4.8 menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.690	3

Sumber: SPSS Versi 23

Tabel 4.8 menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* atas variabel *behavioral intention* sebesar 0.690. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kusioner ini reliabilitas karena mempunyai nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0.6.

Hasil ini menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pertanyaan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relative sama dengan jawaban sebelumnya.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diambil berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan dengan teknik pengujian *kolomograv-smimov*, dengan

signifikansi 0,05. Uji normalitas data dalam penelitian ini dihitung menurut 6 jenis kasus yang digunakan dan data kuesioner *behavioral intentionnya*. Dengan bantuan program SPSS versi 23 penelitian melakukan uji normalitas dan hasilnya dapat diketahui pada tabel berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Data

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
<i>Social Influence (Rendah)</i>	0.114	56	0.080	0.970	56	0.178
<i>Social Influence (Tinggi)</i>	0.108	56	0.099	0.975	56	0.292
<i>Hedonic Motivation (Rendah)</i>	0.101	56	.200*	0.983	56	0.617
<i>Hedonic Motivation (Tinggi)</i>	0.111	56	0.085	0.978	56	0.382
<i>Habit (Rendah)</i>	0.103	56	.200*	0.978	56	0.377
<i>Habit (Tinggi)</i>	0.095	56	.200*	0.984	56	0.657

Sumber: SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai signifikan tingkat rendah *social influence* sebesar 0.080 dan nilai tingkat tinggi *social influence* sebesar 0.099. Maka dari itu nilai signifikan tingkat rendah *social influence* $0.080 > 0.05$ dan nilai signifikan tingkat tinggi $0.099 > 0.05$, Maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai signifikan tingkat rendah *hedonic motivation* sebesar 0.200 dan nilai tingkat tinggi *hedonic motivation* sebesar 0.085. Maka dari itu nilai signifikan tingkat rendah *hedonic motivation* $0.200 > 0.05$ dan nilai signifikan tingkat tinggi 0.085, maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai signifikan tingkat rendah *habit* sebesar 0.200 dan nilai tingkat tinggi *habit* sebesar 0.200. Maka dari itu nilai signifikan tingkat rendah *habit* $0.200 > 0.05$ dan nilai signifikan tingkat tinggi $0.200 > 0.05$, maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah varian populasi sama atau tidak. Uji homogenitas dilakukan sebagai uji prasyarat sebelum melakukan uji *sample independent T test*. Sebagai kriteria pengujian homogenitas, jika nilai signifikansi lebih dari 0.05 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah homogen. Tabel berikut menunjukkan hasil uji homogenitas variabel.

Tabel 4.10 Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variance					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
<i>Social Influence</i>	Based on Mean	0.011	1	54	0.915
	Based on Median	0.000	1	54	1.000
	Based on Median and with adjusted df	0.000	1	53.992	1.000
	Based on trimmed mean	0.004	1	54	0.949
<i>Hedonic Motivation</i>	Based on Mean	0.029	1	54	0.866
	Based on Median	0.118	1	54	0.733

	Based on Median and with adjusted df	0.118	1	53.972	0.733
	Based on trimmed mean	0.043	1	54	0.837
<i>Habit</i>	Based on Mean	0.133	1	54	0.717
	Based on Median	0.168	1	54	0.683
	Based on Median and with adjusted df	0.168	1	53.983	0.683
	Based on trimmed mean	0.124	1	54	0.726

Sumber: SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa signifikan *based on mean social influence* sebesar $0.915 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut homogen.

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa signifikan *based on mean hedonic motivation* sebesar $0.866 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut homogen.

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa signifikan *based on mean habit* sebesar $0.717 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut homogen. Asumsi prasyarat analisis varian terpenuhi dan dapat dilanjutkan ke uji *sample independent T test*.

4. Hasil Uji Hipotesis (Uji *Sample Independent T-test*)

Uji *sample independent T-test* dilakukan untuk mengetahui apakah ada perbedaan antara tingkat rendah *social influence* dengan tingkat tinggi *social influence* terdapat *behavioral intention*. apakah ada perbedaan antara tingkat rendah *hedonic motivation* dengan tingkat tinggi *hedonic motivation* terdapat

behavioral intention. apakah ada perbedaan antara tingkat rendah *habit* dengan tingkat tinggi *habit* terdapat *behavioral intention*. Adapun kriteria uji *sample independent T-test* adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan < 0.05 maka terdapat perbedaan.
2. Jika nilai signifikan > 0.05 maka tidak terdapat perbedaan.

Tabel 4.11 Uji *Sample Independent T-test*

Variabel	F	Sig	Keterangan
<i>Social Influence</i>	0.011	0.003	Terdapat Perbedaan/ H1 Diterima
<i>Hedonic Motivation</i>	0.029	0.002	Terdapat Perbedaan/H2 Diterima
<i>Habit</i>	0.133	0.002	Terdapat Perbedaan/H3 Diterima

Sumber: SPSS Versi 23

Tabel 4.12 Grup Statistik

KELAS	N	Mean
SI (Kelas Treatment)	28	14.61
SI (Kelas Kontrol)	28	12.39
HM (Kelas Treatment)	28	14.86
HM (Kelas Kontrol)	28	12.64
H (Kelas Treatment)	28	14.57
H (Kelas Kontrol)	28	12.32

Sumber: SPSS Versi 23

Pengujian Hipotesis:

a. Pengujian hipotesis pertama

Diketahui nilai Sig untuk variabel X_1 terhadap Y adalah sebesar $0.003 < 0.05$, dengan nilai mean kelas treatment sebesar 14.61 dan kelas control 12.39. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *social influence* yang tinggi

dengan *social influence* yang rendah terdapat perbedaan terhadap *behavioral intention*/H₁ diterima.

b. Pengujian hipotesis kedua

Diketahui nilai Sig untuk variabel X₂ terhadap Y adalah sebesar $0.002 < 0.05$, dengan nilai mean kelas *treatment* sebesar 14.86 dan kelas control sebesar 12.64. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *hedonic motivation* yang tinggi dengan *hedonic motivation* yang tinggi terdapat perbedaan terhadap *behavioral intention*/H₂ diterima.

c. Diketahui nilai Sig untuk variabel X₃ terhadap Y adalah sebesar $0.002 < 0.05$, dengan nilai mean kelas *treatment* sebesar 14.57 dan kelas control sebesar 12.32. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *habit* yang tinggi dengan *habit* yang tinggi terdapat perbedaan terhadap *behavioral intention*/H₃ diterima.

C. Pembahasan

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis menggunakan SPSS versi 23. Pengujian dilakukan untuk menguji apakah 3 determinan dari *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) terdapat perbedaan perilaku terhadap *behavioral intention*. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan terhadap hipotesis penelitian dapat disimpulkan bahwa secara pengujian parsial antara variabel perilaku *Social Influence* (X₁) yang rendah dan yang tinggi, perilaku *Hedonic Motivation* (X₂) yang rendah dan yang tinggi, dan perilaku *Habit* (X₃) yang rendah dan yang tinggi terhadap *Behavioral Intention* (Y) dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Perbedaan Perilaku *Social Influence* Yang Rendah Dengan *Social Influence* Yang Tinggi Terhadap *Behavioral Intention* Pengguna QRIS

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa terdapat perbedaan perilaku *social influence*/pengaruh sosial yang rendah dengan *social influence*/pengaruh sosial yang tinggi terhadap *behavioral intention*/niat pengguna QRIS. Hal ini mengidentifikasikan bahwa semakin tinggi individu merasakan pengaruh sosial menggunakan QRIS, maka individu memiliki niat yang tinggi menggunakan QRIS. Pengaruh sosial dapat saja dimiliki oleh seseorang terdekat kita, misalnya teman atau keluarga sebagai pengaruh sosial yang tidak langsung kepada kita. Setiap individu cenderung mempercayai rekomendasi dari individu atau kelompok yang mereka percayai. Jika banyak pengguna awal QRIS memberikan ulasan yang positif dan merekomendasikannya, hal ini dapat mendorong orang lain untuk memiliki niat yang sama.

Hal ini sejalan dengan teori UTAUT yang mana *Social Influence* mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan suatu teknologi (Venkatesh, et al). Hal ini juga sejalan dengan penelitian Mantik *et al.*, (2023) niat berperilaku *cashless* dapat dipengaruhi oleh pengaruh sosial disekitarnya (*Social Influence*). Nur dan Panggabean juga mengatakan adanya *social influence* terhadap *behavioral intention* menunjukkan bahwa orang-orang terdekat seperti keluarga dan teman mempunyai peran penting.

2. Perbedaan Perilaku *Hedonic Motivation* Yang Rendah Dengan *Hedonic Motivation* Yang Tinggi Terhadap *Behavioral Intention* Pengguna QRIS

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa terdapat perbedaan perilaku *hedonic motivation*/kepuasan yang rendah dengan *hedonic motivation*/kepuasan yang tinggi terhadap *behavioral intention*/niat pengguna QRIS. Hal ini mengidentifikasikan bahwa semakin tinggi individu merasakan bertransaksi menggunakan QRIS sangat menyenangkan atau merasa puas, maka semakin tinggi individu memiliki niat menggunakan QRIS. Ketika individu memiliki rasa senang terhadap sesuatu, maka individu memiliki niat untuk menggunakannya, sehingga individu yang merasa puas/senang menggunakan QRIS, maka individu memiliki niat untuk menggunakannya. Individu cenderung lebih tertarik atau termotivasi untuk menggunakan QRIS yang tidak hanya fungsional tetapi juga menyenangkan. QRIS yang dirancang dengan antarmuka yang menyenangkan dan intuitif dapat meningkatkan pengalaman pengguna QRIS. Pengalaman yang positif ini dapat membentuk niat pengguna untuk menggunakan QRIS secara berkelanjutan.

Dalam teori UTAUT *hedonic motivation* (motivasi kesenangan) adalah perasaan senang, gembira, atau senang tertentu yang muncul dari penerapan teknologi (Venkatesh, *et al.*, 2012). Hal ini sejalan dengan penelitian Pasaribu *et al.*, (2023)

menunjukkan bahwa *hedonic motivation* berpengaruh terhadap *behavioral intention* berbelanja produk UMKM secara *online*. Putri dan Suardikha, (2020) melalui penelitiannya mengatakan bahwa *hedonic motivation* memiliki pengaruh positif pada *behavioral intention* pengguna *e-money*.

3. Perbedaan Perilaku *Habit* Yang Rendah Dengan *Habit* Yang Tinggi Terhadap *Behavioral Intention* Pengguna QRIS

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa terdapat perbedaan perilaku *habit*/kebiasaan yang rendah dengan *habit*/kebiasaan yang tinggi terhadap *behavioral intention*/niat pengguna QRIS. Hal ini mengidentifikasi bahwa semakin tinggi individu menggunakan QRIS tanpa harus berfikir atau gemar menggunakan QRIS, maka individu memiliki niat perilaku menggunakan QRIS. Individu yang melakukan suatu aktivitas secara teratur dan berulang-ulang tanpa memerlukan yang mendalam, maka individu akan memiliki niat untuk melakukan aktivitas tersebut. Pengguna yang sering menggunakan QRIS untuk melakukan transaksi akan mengembangkan kebiasaan yang membuat individu cenderung untuk terus menggunakan QRIS di masa depan. Kebiasaan ini mempengaruhi niat mereka untuk menggunakan QRIS secara berkelanjutan.

Habit dalam penerapan UTAUT didefinisikan sebagai kecenderungan seseorang untuk melakukan suatu perilaku dengan otomatis karena adanya pembelajaran di masa

sebelumnya (Venkatesh, *et al.*, 2012). Hal ini sejalan dengan penelitian Mantik *et al.*, (2023) niat berperilaku *cashless* dapat dipengaruhi oleh kebiasaan melakukan transaksi non tunai. Dalam penelitian Mohd *et al.*, (2019) menunjukkan bahwa bahwa *habit* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan bank digital.



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah diuraikan pada pembahasan mengenai perbedaan perilaku *Social Influence* yang rendah dan yang tinggi, *Hedonic Motivation* yang rendah dan yang tinggi, *habit* yang rendah dan yang tinggi terhadap *Behavioral Intention* penggunaan QRIS, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Social Influence* atau pengaruh yang rendah dan *Social Influence* atau pengaruh sosial yang tinggi terdapat perbedaan sikap perilaku terhadap *Behavioral Intention*/niat menggunakan QRIS. Hal ini dapat diuraikan bahwa semakin tinggi pengaruh lingkungan sosial individu terhadap penggunaan QRIS maka semakin tinggi niat perilaku menggunakan QRIS. Pengaruh sosial yang kuat dapat membantu dalam retensi pengguna. Jika individu merasa bahwa penggunaan QRIS adalah bagian dari norma sosial yang diterima, individu akan lebih cenderung untuk terus menggunakannya. Adanya norma sosial yang mendukung penggunaan teknologi keuangan digital, seperti QRIS, mendorong individu untuk mengikuti tren tersebut agar tidak merasa tertinggal atau berbeda dari lingkungannya.
2. *Hedonic Motivation*/motivasi kesenangan atau kepuasan yang rendah dan *Hedonic Motivation*/motivasi kesenangan atau kepuasan yang tinggi terdapat perbedaan sikap perilaku terhadap *Behavioral Intention*/niat menggunakan QRIS. Hal ini dapat diuraikan bahwa semakin tinggi individu merasakan bertransaksi menggunakan QRIS sangat

menyenangkan atau merasa puas maka semakin tinggi niat perilaku menggunakan QRIS. Ketika pengguna merasa senang dan puas dengan penggunaan QRIS, individu memiliki niat yang kuat untuk menggunakannya lagi di masa depan. Kepuasan ini bisa datang dari berbagai aspek seperti prose transaksi yang cepat dan mudah digunakan.

3. *Habit* atau kebiasaan yang rendah dan *Habit* atau kebiasaan yang tinggi terdapat perbedaan sikap perilaku terhadap *Behavioral Intention*/niat menggunakan QRIS. Hal ini dapat diuraikan bahwa semakin tinggi *Habit* atau menjadikan bertransaksi menggunakan QRIS sebagai kebiasaan tanpa harus berfikir maka semakin tinggi niat perilaku menggunakan QRIS. Ketika sebuah tindakan menjadi kebiasaan, pengguna merasa lebih nyaman dan percaya diri dalam melakukannya. Sehingga mengurangi ketidakpastian dan keraguan yang mungkin individu miliki tentang menggunakan QRIS, sehingga meningkatkan niat individu.

B. SARAN

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan informan, dan menambahkan variabel determinan UTAUT untuk mendapatkan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat perilaku menggunakan QRIS.
2. Untuk pembaca diharapkan agar informasi yang diperoleh disebarluaskan mulai dari usia dini hingga usia lanjut. Hal ini untuk meningkatkan minat penggunaan QRIS di Indonesia.
3. Desain factorial 2x3 seharusnya menggunakan 6 kelompok informan dengan *Between Subjek*. Kekurangan dalam penelitian ini hanya 2

kelompok kelas AK22A dan kelas AK22D dan terjadi *repetition* terhadap beberapa variabel.



DAFTAR PUSTAKA

- Abrahão, R. De S., Moriguchi, S. N., & Andrade, D. F. (2016). *Intention Of Adoption Of Mobile Payment: An Analysis In The Light Of The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)*. *Rai Revista De Administração E Inovação*, 13(3), 221–230. <https://doi.org/10.1016/J.Rai.2016.06.003>
- Ada 28,75 Juta Pengguna Qris Di Indonesia Hingga Akhir 2022. (N.D.). Retrieved October 7, 2023, From <https://dataindonesia.id/digital/detail/ada-2875-juta-pengguna-qris-di-indonesia-hingga-akhir-2022>
- Adinda, M., Ekonomi Dan Bisnis, F., Adinda Program Studi Ekonomi, M., & Dan Perbankan, K. (N.D.). Penulis Korespondensi Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gen-Z Dalam Penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (Qris) Sebagai Teknologi Pembayaran Digital. <https://doi.org/10.21776/Csefb.2022.01.1.14>
- Alfiana, C., Harmanto, S., & Anggrainie, N. (2022). *Yume: Journal Of Management Hedonic Motivation*, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan *Shopeepay*. *Yume: Journal Of Management*, 5(3), 238–253. <https://doi.org/10.2568/Yum.V5i3.2710>
- 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>
- Bemby, F. A. W., & Qomariyah, A. (2023). *Does Financial Literacy Matter In Cashless Payment Usage?* *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 25(2), 117–128. <https://doi.org/10.9744/Jak.25.2.117-128>
- Bima Anandia, F., & Aisyah, N. (2023). *Analysis Of The Application Of The Utaut2 Model On The Use Of Mobile Banking In Sharia Banks Analisis Penerapan Model Utaut2 Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Bank Syariah*. In *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 1). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Chania, N., & Rimenda, T. (2022). *Pengaruh Perceived Benefit Dan Habit Terhadap Minat Menggunakan Qris*.
- Christian Efrata, T. (2023). *Personal Innovativeness, Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And Trust As Determinants Of Mobile Payment Utilization*. *Review Of Management And Entrepreneurship*, 07, 2.
- De Blanes Sebastián, M. G., Antonovica, A., & Sarmiento Guede, J. R. (2023). *What Are The Leading Factors For Using Spanish Peer-To-Peer Mobile Payment Platform Bizum? The Applied Analysis Of The Utaut2 Model*.

- Dewi. (2021). Pengaruh *Trust, Hedonic Motivation, Facilitating Conditions, Social Influence*, Dan *Effort Expectancy* Terhadap Minat Individu Menggunakan Layanan *Financial Technology*. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/profita/article/view/20027/17984>, 10(3).
- Fitri, W., Muttasari, E., & Lukiastuti, F. (N.D.). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap *Cashless Transaction Behavior* (Studi Pada Karyawan Sekretariat Daerah Kabupaten Blora). *Viii*.
- Grace F. Djayapranata, A. S. (N.D.). *Trust Or Usefulness? Qr Code Payment Among Millennials In A Disrupted Market*.
- Gupta, K., & Arora, N. (2020). *Investigating Consumer Intention To Accept Mobile Payment Systems Through Unified Theory Of Acceptance Model: An Indian Perspective*. *South Asian Journal Of Business Studies*, 9(1), 88–114. <https://doi.org/10.1108/Sajbs-03-2019-0037>
- Kadek, N., Febriani, D., Widya Utami, N., Gusti, I., Pramesti, A., Putri, D., & Primakara, S. (2023). Analisis *Behavioral Intention* Dan *Use Behavior Quick Response Code Indonesian Standard (Qris)* Pada Umkm Dengan Metode Utaut 2 Di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 17(1).
- Kajian, J., Bisnis, M., Hamidi, M., Adrianto, F., & Ginting, B. T. (2022). *Determining Factor Of Continuous Intention Mobile Payment: Using Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (Utaut2) Model*. <https://doi.org/10.24036/jkmb.12062600>
- Kanal Dan Layanan. (N.D.). Retrieved October 6, 2023, From <https://www.bi.go.id/qris/default.aspx>
- Kurniawan, H. K., & Anandya, D. (2023). Enrichment: *Journal Of Management Factors Affecting Behavioral Intention And Use Behavior On E-Wallet Services*. In *Enrichment: Journal Of Management* (Vol. 13, Issue 3).
- Mantik, J., Arinda Pramesti, R., Afifah, N., Listiana, E., Pebrianti, W., Fitriana, A., Tanjungpura, U., Jl Profesor Dokter H Hadari Nawawi, J. H., & Barat, K. (2023). *Does Task Technology Fit, Social Influence, And Habit Impact On Actual Usage Of Mobile Banking In Indonesia?* In *Jurnal Mantik* (Vol. 7, Issue 3). Online.
- Mayanti, R. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan User Terhadap Penerapan *Quick Response Indonesia Standard* Sebagai Teknologi Pembayaran Pada Dompot Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 123–135. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i2.2413>

- Michael Musyaffi, A., Agustin Pratama Sari, D., Respati, D. K., Michael Musyaffi, A., Agustin Pratama Sari, D., & Kismayanti Respati, D. (2021). *Understanding Of Digital Payment Usage During Covid-19 Pandemic: A Study Of Utaut Extension Model In Indonesia*. *Journal Of Asian Finance*, 8(6), 475–0482. <https://doi.org/10.13106/Jafeb.2021.Vol8.No6.0475>
- Mira Gustiana Pangestu, J. P. K. P. (N.D.). *Behavior Intention Penggunaan Digital Payment Qris Berdasarkan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (Utaut)* (Studi Pada Umkm Sektor Industri Makanan & Minuman Di Kota Jambi).
- Mohd Thas Thaker, H., Asmy Mohd Thas Thaker, M., Khaliq, A., Allah Pitchay, A., & Iqbal Hussain, H. (N.D.). *Continuous Adoption Of Internet Banking: Evidence From Islamic Banks In Malaysia*.
- Nikolopoulou, K., Gialamas, V., & Lavidas, K. (2021). *Habit, Hedonic Motivation, Performance Expectancy And Technological Pedagogical Knowledge Affect Teachers' Intention To Use Mobile Internet*. *Computers And Education Open*, 2, 100041. <https://doi.org/10.1016/J.Caeo.2021.100041>
- Nur Supriadi, Y. (2022). *The Use Of E-Wallets During The Covid-19 Pandemic On Msmes In Depok City The Use Of E-Wallets During The Covid-19 Pandemic On Msmes In Depok City Under A Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License (Cc By-Nc 4.0)*. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 2022. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/ekonomi>
- Nur, T., & Ria Panggabean, R. (N.D.). *Factors Influencing The Adoption Of Mobile Payment Method Among Generation Z: The Extended Utaut Approach*. In *Journal Of Accounting Research* (Vol. 4, Issue 1). www/http/jurnal.unsyiah.ac.id/jaroe
- Pasaribu, P. N., Megawati, D., Wibowo, A., Suharti, T., & Muniroh, L. (2023). *Online Shopping Motives Of Micro, Small And Medium Enterprises' Products Towards New Normal Era*. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(2). <https://doi.org/10.21776/Ub.Jam.2023.021.02.06>
- Prof. Dr. Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis* (S. E. , M. S. Sofia Yustiyani Suryandari, Ed.). Alfabeta, Cv.
- Qris - Pasal-Pasal Hukum Aturan Wajib Menggunakan Qr Code Berbasis Qris Standar Nasional Per Tanggal 1 Januari 2020. (N.D.). Retrieved October 12, 2023, From <https://qris.online/homepage/qris-pasal-pasal-hukum-aturan-wajib-menggunakan-qr-code-berbasis-qris-standar-nasional-per-tanggal-1-januari-2020>
- Rafferty, N. E., & Fajar, A. N. (2022). *Integrated Qr Payment System (Qris): Cashless Payment Solution In Developing Country From Merchant Perspective*. *Asia Pacific Journal Of Information Systems*, 32(3), 630–655. <https://doi.org/10.14329/apjis.2022.32.3.630>

- Rahardjo, B., Akbar, B. M. B., & Novitaningtyas, I. (2020). *The Analysis Of Intention And Use Of Financial Technology*. *Journal Of Accounting And Strategic Finance*, 3(1), 88–102. <https://doi.org/10.33005/Jasf.V3i1.70>
- Ramly, R. I., Romadhoni, B., Ayu Gustiningsih, D., & Ramlah, S. (2019). *Relationship Between Fundamental Signals And Cash Flow Information On Stock Return After The Convergence Of Ifrs*. www.yahoo.finance.com.
- Risma Dwindia Putri, N. K., & Sadha Suardikha, I. M. (2020). Penerapan Model Utaut 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(2), 540. <https://doi.org/10.24843/Eja.2020.V30.I02.P20>
- Saputri, O. B. (N.D.). Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (Qris) Sebagai Alat Pembayaran Digital. *J A*, 17(2), 2020–2237. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/kinerja>
- Sarika, P., Vasantha, S. (2019). *Impact Of Mobile Wallets On Cashless Transaction*. <https://www.researchgate.net/publication/339253038>
- Seputri, W., Soemitra, A., Ahmadi, N., & Rahmani, B. (2023). Pengaruh *Technolgy Acceptance Model* Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Sebagai Cashless Society. In *Mes Management Journal* (Vol. 2, Issue 2). www.apjii.or.id
- Setiawan, B., Khairani, M., Fadil, T., Mohd Khairal Abd, T., & Management Bina, B. (2022). *An Investigation Of Behavioral Intention On Qris Payment System In Msme Merchants*. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 9(4). <http://jurnal.mdp.ac.id>
- Setyaningsih, A. W., Usman, O., & Musyaffi, A. M. (N.D.). *Analysis Of Perceived Usefulness, Perceived Security, And Perceived Easy Of Use On Intention To Use Qris Through Trust As Mediation In Dki Jakarta*. In *International Journal Of Current Economics & Business Ventures* (Vol. 1, Issue 3). <https://scholarsnetwork.org/journal/index.php/ljeb>
- Sofwan, A., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Pratiwi, S. (N.D.). Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Risk Dan Trust* Terhadap Minat Menggunakan *Fintech Shopeepay* *The Influence Of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Risk And Trust On Interest Using Fintech Shopeepay*. <https://doi.org/10.34001/Jra.V6i2.434>
- Venkatesh, V., Smith, R. H., Morris, M. G., Davis, G. B., Davis, F. D., & Walton, S. M. (N.D.). *Quarterly User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View1*.
- Venkatesh, V., Walton, S. M., & Thong, J. Y. L. (N.D.). *Quarterly Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified*

Theory Of Acceptance And Use Of Technology1.
[Http://About.Jstor.Org/Terms](http://About.Jstor.Org/Terms)





LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 INSTRUMEN KUIS DAN KUESIONER

PENELITIAN EKSPERIMEN

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami secara lebih mendalam faktor-faktor yang mempengaruhinya. Mengingat *behavioral intention* adalah suatu proporsi yang menghubungkan diri dengan tindakan yang akan datang. Keikutsertaan anda sebagai partisipan dalam penelitian ini sangat berharga.

Apa yang perlu anda tahu dan lakukan selama eksperimen:

Pertama:

Jawablah pertanyaan demografis di bawah ini. Semua informasi akan dirahasiakan. Isilah dengan jawaban yang sebanar dan sejujur mungkin mengenai informasi tentang anda.

Kedua:

- bacalah ilustrasi kasus di halaman berikutnya dengan cermat, teliti, dan hati-hati. Mohon anda mempersiapkan diri sebagaimana yang tertera dalam ilustrasi kasus.
- Lakukan sebagaimana permintaan dalam kasus, tidak ada jawaban yang salah dalam kasus ini.
- Kerjakanlah secara urut mulai dari mengisi data demografi, kasus pengguna QRIS, dan kusioner.

Pertanyaan Demografis

5. Kelas:
6. Penggunaan QRIS:
7. Jenis Kelamin:
8. Umur:

KASUS I A

Sosial Influence (Pengaruh Sosial)

Belakang ini Bank Indonesia meluncurkan standar *Quick Response* (QR) Code untuk pembayaran melalui aplikasi uang elektronik *server based*, dompet elektronik, atau *mobile banking* yang disebut QR Code Indonesian Standard. Sehingga masyarakat mengimplementasikan pembayaran digital *scan QR code Indonesian standard*. Rina seorang mahasiswa yang memiliki uang cash dan memiliki aplikasi Mbanking/Dompet digital yang terdapat fitur QRIS. Hampir setiap hari, Rina nongkrong Bersama teman-temannya. Pada suatu kesempatan di tempat nongkrong, Rina ditaraktir temannya Bernama Ayu. Ayu mempersilahkan Rina dan teman-temannya untuk memilih menu hidangan. Setelah bercengkrama sambil makan dan minum, Ayu membayar menggunakan QRIS. Pertemuan berikutnya di kafe yang sama, Rina berjanji akan mentraktir teman-temannya.

Jika anda sebagai Rina, seberapa besar anda merasakan pengaruh sosial transaksi menggunakan QRIS?

1 2 3 4 5 6

Tidak Merasakan Pengaruh Sosial

Merasakan Pengaruh Sosial

KASUS I B

Sosial Influence (Pengaruh Sosial)

Belakangan ini Bank Indonesia meluncurkan standar *Quick Response* (QR) Code untuk pembayaran melalui aplikasi uang elektronik *server based*, dompet elektronik, atau *mobile banking* yang disebut QR Code Indonesian Standard. Sehingga masyarakat mengimplementasikan pembayaran digital *scan QR code Indonesian standard*. Rina seorang mahasiswa yang memiliki uang cash dan memiliki aplikasi Mbanking/Dompot digital yang terdapat fitur QRIS. Hampir setiap hari, Rina nongkrong Bersama teman-temannya. Pada suatu kesempatan di tempat nongkrong, Rina ditraktir temannya Bernama Ayu. Ayu meminta *barcode* kepada waiter dan dengan percaya diri mempersilahkan Rina dan teman-temannya untuk memilih menu hidangan. Setelah mereka bercengkrama sambil makan minum. Ayu kemudian membayar semuanya menggunakan QRIS. Melihat itu Rina merasa Ayu lebih memilih bertransaksi menggunakan QRIS, karena Ayu merasakan lingkungan sosial, kerabat terdekat, keluarga mendukung Ayu menggunakan QRIS. Pertemuan berikutnya di kafe yang sama, Rina berjanji akan mentraktir teman-temannya menggunakan QRIS.

Jika anda sebagai Rina, seberapa besar anda merasakan pengaruh sosial transaksi menggunakan QRIS?

1 2 3 4 5 6

Tidak Merasakan Pengaruh Sosial

Merasakan Pengaruh Sosial

KASUS II A

Hedonic Motivation (Motivasi Kesenangan)

Belakangan ini Bank Indonesia meluncurkan standar *Quick Response* (QR) Code untuk pembayaran melalui aplikasi uang elektronik *server based*, dompet elektronik, atau *mobile banking* yang disebut QR Code Indonesian Standard. Sehingga masyarakat mengimplementasikan pembayaran digital *scan QR code Indonesian standard*. Rina seorang mahasiswa yang memiliki uang cash dan memiliki aplikasi Mbanking/Dompet digital yang terdapat fitur QRIS. Hampir setiap hari, Rina nongkrong Bersama teman-temannya. Pada suatu kesempatan di tempat nongkrong, Rina ditaraktir temannya Bernama Ayu. Ayu mempersilahkan Rina dan teman-temannya untuk memilih menu hidangan. Setelah bercengkrama sambil makan dan minum, Ayu membayar menggunakan QRIS. Pertemuan berikutnya di kafe yang sama, Rina berjanji akan mentraktir teman-temannya.

Jika anda sebagai Rina, seberapa besar anda merasakan pengaruh sosial transaksi menggunakan QRIS?

1 2 3 4 5 6

Tidak Merasakan Motivasi Kesenangan

Merasakan Motivasi Kesenangan

KASUS II B

Hedonic Motivation (Motivasi Kesenangan)

Belakangan ini Bank Indonesia meluncurkan standar *Quick Response* (QR) Code untuk pembayaran melalui aplikasi uang elektronik *server based*, dompet elektronik, atau *mobile banking* yang disebut QR Code Indonesian Standard. Sehingga masyarakat mengimplementasikan pembayaran digital *scan QR code Indonesian standard*. Rina seorang mahasiswa yang memiliki uang cash dan memiliki aplikasi Mbanking/Dompet digital yang terdapat fitur QRIS. Hampir setiap hari, Rina nongkrong Bersama teman-temannya. Pada suatu kesempatan di tempat nongkrong, Rina ditaraktir temannya Bernama Ayu. Ayu meminta barcode kepada waiter dan dengan percaya diri mempersilahkan Rina dan teman-temannya untuk memilih menu hidangan. Setelah mereka bercengkrama sambil makan minum. Ayu kemudian membayar semuanya menggunakan QRIS. Melihat itu Rina merasa Ayu lebih memilih bertransaksi menggunakan QRIS, karena Ayu merasakan bertransaksi menggunakan QRIS sangat menyenangkan, memberi kepuasan saat berteansaksi dan sangat menarik. Pertemuan berikutnya di kafe yang sama, Rina berjanji akan mentraktir teman-temannya menggunakan QRIS.

Jika anda sebagai Rina, seberapa besar motivasi kesenangan yang anda rasakan transaksi menggunakan QRIS?

1 2 3 4 5 6

Tidak Merasakan Motivasi Kesenangan

Merasakan Motivasi Kesenangan

KASUS III A

Habit (Kebiasaan)

Belakangan ini Bank Indonesia meluncurkan standar *Quick Response (QR) Code* untuk pembayaran melalui aplikasi uang elektronik *server based*, dompet elektronik, atau *mobile banking* yang disebut *QR Code Indonesian Standard*. Sehingga masyarakat mengimplementasikan pembayaran digital *scan QR code Indonesian standard*. Rina seorang mahasiswa yang memiliki uang cash dan memiliki aplikasi Mbanking/Dompet digital yang terdapat fitur QRIS. Hampir setiap hari, Rina nongkrong Bersama teman-temannya. Pada suatu kesempatan di tempat nongkrong, Rina ditraktir temannya Bernama Ayu. Ayu mempersilahkan Rina dan teman-temannya untuk memilih menu hidangan. Setelah bercengkrama sambil makan dan minum, Ayu membayar menggunakan QRIS. Pertemuan berikutnya di kafe yang sama, Rina berjanji akan mentraktir teman-temannya.

Jika anda sebagai Rina, seberapa besar kemanfaatan anda rasakan saat transaksi menggunakan QRIS?

1 2 3 4 5 6

Tidak Merasakan Kebiasaan

Merasakan Kebiasaan

KASUS III B

Habit (Kebiasaan)

Belakangan ini Bank Indonesia meluncurkan standar *Quick Response (QR) Code* untuk pembayaran melalui aplikasi uang elektronik *server based*, dompet elektronik, atau *mobile banking* yang disebut *QR Code Indonesian Standard*. Sehingga masyarakat mengimplementasikan pembayaran digital *scan QR code Indonesian standard*.

Rina seorang mahasiswa yang memiliki uang cash dan memiliki aplikasi Mbanking/Dompet digital yang terdapat fitur QRIS. Hampir setiap hari, Rina nongkrong Bersama teman-temannya. Pada suatu kesempatan di tempat nongkrong, Rina ditraktir temannya Bernama Ayu. Ayu mempersilahkan Rina dan teman-temannya untuk memilih menu hidangan. Setelah bercengkrama sambil makan dan minum, Ayu membayar menggunakan QRIS. Pertemuan berikutnya di kafe yang sama, Rina berjanji akan mentraktir teman-temannya.

Jika anda sebagai Rina, seberapa besar kemanfaatan anda rasakan saat transaksi menggunakan QRIS?

1 2 3 4 5 6

Tidak Merasakan Kebiasaan

Merasakan Kebiasaan

KUESIONER

Behavioral Intention

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No	Keterangan	Pilihan				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya bermaksud untuk terus menggunakan QRIS saat bertransaksi di masa yang akan datang					
2	Saya akan menggunakan QRIS dalam keseharian saya					
3	Mengingat sata memiliki <i>Smartphone</i> yang mampu mengakses internet, saya akan terus menggunakan QRIS					

LAMPIRAN 2 : TAMPILAN TABULASI DATA KASUS

No	Kelas	Jenis Kelamin	Penggunaan QRIS Dalam Sehari	Umur	X1 (Kasus 1.A)	X1 (Kasus 2.B)	Total X1	X2 (Kasus 1.A)	X2 (Kasus 2.B)	Total X2	X3 (Kasus 1.A)	X3 (Kasus 2.B)	Total X3
KELOMPOK TREATMENT													
1	AK22A	Laki-Laki	5-10 Kali	19	4	6	10	4	6	10	5	6	11
2	AK22A	Laki-Laki	1-5 Kali	19	5	4	9	4	5	9	5	5	10
3	AK22A	Perempuan	5-10 Kali	20	5	5	10	4	5	9	4	4	8
4	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	3	4	7	4	4	8	4	5	9
5	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	5	5	10	5	5	10	4	5	9
6	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	2	3	5	2	4	6	1	2	3
7	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	21	3	3	6	2	3	5	1	3	4
8	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	4	4	8	4	4	8	4	5	9
9	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	4	5	9	4	6	10	4	5	9
10	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	4	4	8	4	4	8	4	5	9
11	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	4	5	9	4	6	10	3	5	8
12	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	2	4	6	5	5	10	2	2	4
13	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	22	3	4	7	2	4	6	1	3	4
14	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	22	3	3	6	3	3	6	3	3	6
15	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	2	3	5	2	3	5	3	3	6
16	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	23	3	3	6	4	4	8	2	4	6
17	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	5	4	9	4	4	8	3	4	7
18	AK22A	Perempuan	10-15 Kali	19	3	4	7	3	4	7	3	4	7
19	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	4	4	8	3	4	7	4	4	8
20	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	4	4	8	5	4	9	2	4	6
21	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	5	3	8	4	5	9	3	4	7
22	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	1	2	3	1	2	3	1	2	3
23	AK22A	Perempuan	10-15 Kali	20	4	6	10	5	6	11	2	5	7
24	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	21	4	5	9	4	4	8	1	4	5

25	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	3	5	8	3	5	8	4	5	9
26	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	2	4	6	3	4	7	3	4	7
27	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	3	4	7	3	4	7	3	4	7
28	AK22A	Perempuan	1-5 kali	19	2	3	5	2	3	5	2	3	5



No	Kelas	Jenis Kelamin	Penggunaan QRIS Dalam Sehari	Umur	X1 (Kasus 1.A)	X1 (Kasus 2.B)	Total X1	X2 (Kasus 1.A)	X2 (Kasus 2.B)	Total X2	X3 (Kasus 1.A)	X3 (Kasus 2.B)	Total X3
KELOMPOK KONTROL													
29	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	19	2	4	6	1	4	5	1	4	5
30	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	21	3	6	9	3	4	7	1	5	6
31	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	22	3	3	6	1	5	6	2	5	7
32	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	19	2	4	6	3	3	6	2	3	5
33	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	19	4	5	9	2	5	7	2	4	6
34	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	4	5	9	1	6	7	4	4	8
35	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	19	3	3	6	3	5	8	3	3	6
36	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	1	3	4	1	3	4	1	2	3
37	AK22D	Perempuan	5-10 Kali	19	4	5	9	1	5	6	4	5	9
38	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	21	4	5	9	4	4	8	2	5	7
39	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	4	4	8	3	6	9	4	4	8
40	AK22D	Laki-Laki	1-5 Kali	21	3	3	6	1	3	4	2	3	5
41	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	22	5	6	11	2	6	8	2	6	8
42	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	1	2	3	1	3	4	4	4	8
43	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	19	2	3	5	2	4	6	1	4	5
44	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	2	4	6	1	3	4	4	5	9
45	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	3	4	7	2	4	6	2	4	6
46	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	22	1	3	4	2	3	5	1	3	4
47	AK22D	Laki-Laki	1-5 Kali	20	3	4	7	3	4	7	3	4	7
48	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	1	3	4	2	5	7	1	3	4
49	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	21	1	3	4	1	2	3	4	2	6
50	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	4	4	8	3	5	8	1	4	5
51	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	2	3	5	1	3	4	2	3	5
52	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	4	5	9	1	5	6	1	4	5
53	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	21	2	5	7	4	5	9	3	4	7

54	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	1	5	6	2	5	7	1	5	6
55	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	3	4	7	2	4	6	3	4	7
56	AK22D	Laki-Laki	1-5 Kali	20	3	3	6	1	4	5	1	3	4

TABULASI DATA KUESIONER DAN DATA EKPERIMEN

No	Kelas	Jenis Kelamin	Penggunaan QRIS Dalam Sehari	Umur	Total X3	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Total Y
KELOMPOK TREATMENT									
1	AK22A	Laki-Laki	5-10 Kali	19	11	5	5	5	15
2	AK22A	Laki-Laki	1-5 Kali	19	10	3	3	4	10
3	AK22A	Perempuan	5-10 Kali	20	8	4	4	5	13
4	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	9	4	5	5	14
5	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	9	4	3	4	11
6	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	3	3	3	2	8
7	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	21	4	3	4	3	10
8	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	9	3	4	3	10
9	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	9	4	4	4	12
10	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	9	3	3	3	9
11	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	8	3	5	4	12
12	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	4	3	3	2	8
13	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	22	4	3	4	3	10
14	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	22	6	3	3	3	9
15	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	6	3	3	3	9
16	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	23	6	3	3	4	10
17	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	7	3	3	3	9
18	AK22A	Perempuan	10-15 Kali	19	7	4	4	4	12
19	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	8	3	4	4	11
20	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	6	4	4	4	12

21	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	7	3	3	4	10
22	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	3	4	2	3	9
23	AK22A	Perempuan	10-15 Kali	20	7	4	5	5	14
24	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	21	5	3	3	3	9
25	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	9	5	3	3	11
26	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	7	3	4	4	11
27	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	7	4	3	3	10
28	AK22A	Perempuan	1-5 kali	19	5	2	3	3	8

No	Kelas	Jenis Kelamin	Penggunaan QRIS Dalam Sehari	Umur	Total X3	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Total Y
KELOMPOK KONTROL									
29	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	19	5	4	3	3	10
30	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	21	6	5	3	1	9
31	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	22	7	4	3	3	10
32	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	19	5	3	4	5	12
33	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	19	6	3	3	2	8
34	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	8	3	3	2	8
35	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	19	6	3	3	3	9
36	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	3	2	1	1	4
37	AK22D	Perempuan	5-10 Kali	19	9	4	4	4	12
38	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	21	7	3	3	3	9
39	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	8	2	3	3	8
40	AK22D	Laki-Laki	1-5 Kali	21	5	2	2	3	7
41	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	22	8	3	3	3	9
42	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	8	2	2	2	6
43	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	19	5	4	4	4	12
44	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	9	3	2	2	7
45	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	6	3	3	3	9

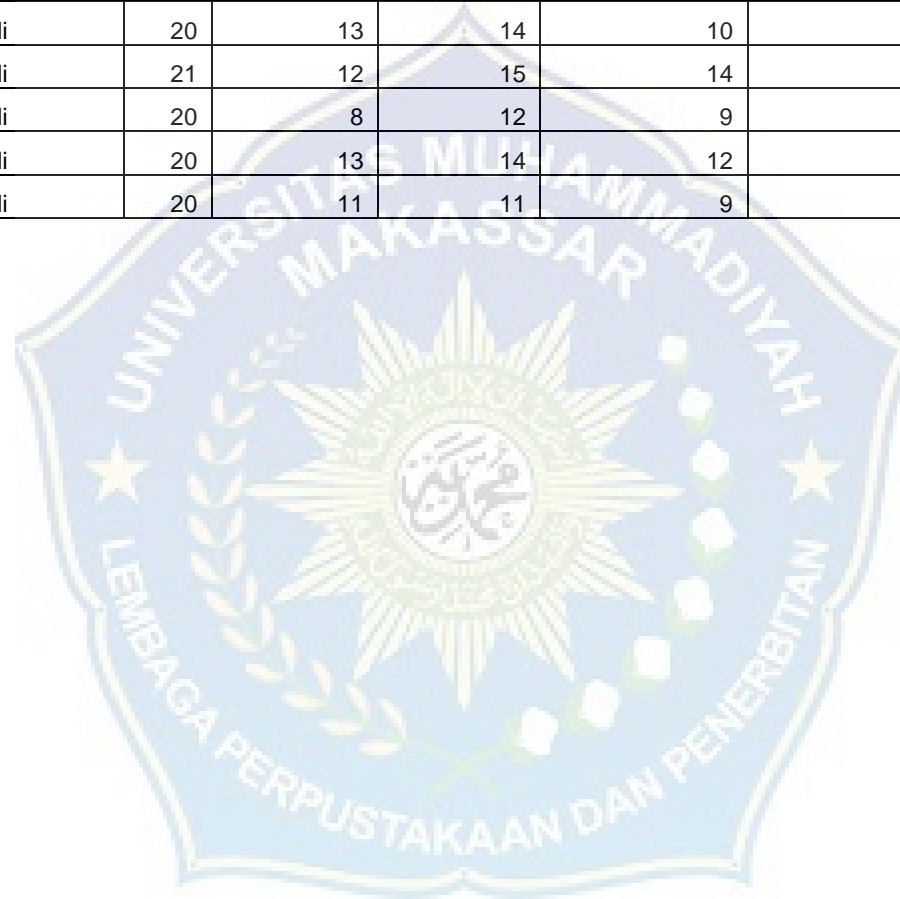
46	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	22	4	3	1	1	5
47	AK22D	Laki-Laki	1-5 Kali	20	7	3	4	3	10
48	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	4	1	1	3	5
49	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	21	6	3	3	3	9
50	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	5	3	1	1	5
51	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	5	3	3	3	9
52	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	5	3	3	3	9
53	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	21	7	3	2	5	10
54	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	6	1	5	1	7
55	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	7	4	3	3	10
56	AK22D	Laki-Laki	1-5 Kali	20	4	2	3	3	8

No	Kelas	Jenis Kelamin	Penggunaan QRIS Dalam Sehari	Umur	TINGKAT RENDAH (SI)	TINGKAT TINGGI (SI)	TINGKAT RENDAH(HM)	TINGKAT TINGKA(HM)	TINGKAT RENDAH (H)	TINGKAT TINGGI (H)
KELOMPOK TREATMENT										
1	AK22A	Laki-Laki	5-10 Kali	19	19	21	19	21	20	21
2	AK22A	Laki-Laki	1-5 Kali	19	15	14	14	15	15	15
3	AK22A	Perempuan	5-10 Kali	20	18	18	17	18	17	17
4	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	17	18	18	18	18	19
5	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	16	16	16	16	15	16
6	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	10	11	10	12	9	10
7	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	21	13	13	12	13	11	13
8	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	14	14	14	14	14	15
9	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	16	17	16	18	16	17
10	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	13	13	13	13	13	14
11	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	16	17	16	18	15	17
12	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	10	12	13	13	10	10
13	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	22	13	14	12	14	11	13
14	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	22	12	12	12	12	12	12
15	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	11	12	11	12	12	12
16	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	23	13	13	14	14	12	14
17	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	14	13	13	13	12	13
18	AK22A	Perempuan	10-15 Kali	19	15	16	15	16	15	16
19	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	15	15	14	15	15	15
20	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	16	16	17	16	14	16
21	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	20	15	13	14	15	13	14
22	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	10	11	10	11	10	11
23	AK22A	Perempuan	10-15 Kali	20	18	20	19	20	16	19
24	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	21	13	14	13	13	10	13
25	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	14	16	14	16	15	16

26	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	13	15	14	15	14	15
27	AK22A	Perempuan	1-5 Kali	19	13	14	13	14	13	14
28	AK22A	Perempuan	1-5 kali	19	10	11	10	11	10	11

No	Kelas	Jenis Kelamin	Penggunaan QRIS Dalam Sehari	Umur	TINGKAT RENDAH (SI)	TINGKAT TINGGI (SI)	TINGKAT RENDAH(HM)	TINGKAT TINGKA(HM)	TINGKAT RENDAH (H)	TINGKAT TINGGI (H)
KELOMPOK KONTROL										
29	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	19	12	14	11	14	11	14
30	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	21	12	15	12	13	10	14
31	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	22	13	13	11	15	12	15
32	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	19	14	16	15	15	14	15
33	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	19	12	13	10	13	10	12
34	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	12	13	9	14	12	12
35	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	19	12	12	12	14	12	12
36	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	5	7	5	7	5	6
37	AK22D	Perempuan	5-10 Kali	19	16	17	13	17	16	17
38	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	21	13	14	13	13	11	14
39	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	12	12	11	14	12	12
40	AK22D	Laki-Laki	1-5 Kali	21	10	10	8	10	9	10
41	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	22	14	15	11	15	11	15
42	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	7	8	7	9	10	10
43	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	19	14	15	14	16	13	16
44	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	9	11	8	10	11	12
45	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	12	13	11	13	11	13
46	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	22	6	8	7	8	6	8
47	AK22D	Laki-Laki	1-5 Kali	20	13	14	13	14	13	14
48	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	6	8	7	10	6	8
49	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	21	10	12	10	11	13	11
50	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	9	9	8	10	6	9

51	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	11	12	10	12	11	12
52	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	13	14	10	14	10	13
53	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	21	12	15	14	15	13	14
54	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	8	12	9	12	8	12
55	AK22D	Perempuan	1-5 Kali	20	13	14	12	14	13	14
56	AK22D	Laki-Laki	1-5 Kali	20	11	11	9	12	9	11



LAMPIRAN 3: UJI FREKUENSI DAN DESKRIPTIF

Statistics

	KELAS	JENIS_KELAMIN	PENGGUNA_QRIS	UMUR
N Valid	56	56	56	56
Missing	0	0	0	0

KELAS

KELAS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid AK22A	28	50.0	50.0	50.0
AK22D	28	50.0	50.0	100.0
Total	56	100.0	100.0	

JENIS KELAMIN

JENIS_KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	5	8.9	8.9	8.9
Perempuan	51	91.1	91.1	100.0
Total	56	100.0	100.0	

PENGUNAAN QRIS

PENGGUNA_QRIS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1-5 Kali	51	91.1	91.1	91.1
10-15 Kali	2	3.6	3.6	94.6
5-10 Kali	3	5.4	5.4	100.0
Total	56	100.0	100.0	

UMUR**UMUR**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 19.00	18	32.1	32.1	32.1
20.00	25	44.6	44.6	76.8
21.00	7	12.5	12.5	89.3
22.00	5	8.9	8.9	98.2
23.00	1	1.8	1.8	100.0
Total	56	100.0	100.0	

STATISTIK DESKRIPTIF**Descriptive Statistics**

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TR_SI	56	14	5	19	12.55	2.978
TT_SI	56	14	7	21	13.50	2.828
TR_HM	56	14	5	19	12.20	3.089
TT_HM	56	14	7	21	13.75	2.752
TR_HB	56	15	5	20	12.05	2.987
TT_HB	56	15	6	21	13.45	2.854
Valid N (listwise)	56					

UJI VALIDITAS**Correlations**

	BI_1	BI_2	BI_3	TOTAL_BI
BI_1 Pearson Correlation	1	.341*	.364**	.686**
Sig. (2-tailed)		0.010	0.006	0.000
N	56	56	56	56
BI_2 Pearson Correlation	.341*	1	.560**	.819**
Sig. (2-tailed)	0.010		0.000	0.000
N	56	56	56	56
BI_3 Pearson Correlation	.364**	.560**	1	.843**
Sig. (2-tailed)	0.006	0.000		0.000
N	56	56	56	56

TOTAL_BI	Pearson Correlation	.686**	.819**	.843**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	
	N	56	56	56	56

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

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

UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.690	3

UJI NORMALITAS

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
TR_SI	56	100.0%	0	0.0%	56	100.0%
TT_SI	56	100.0%	0	0.0%	56	100.0%
TR_HM	56	100.0%	0	0.0%	56	100.0%
TT_HM	56	100.0%	0	0.0%	56	100.0%
TR_H	56	100.0%	0	0.0%	56	100.0%
TT_H	56	100.0%	0	0.0%	56	100.0%

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
TR_SI	0.114	56	0.080	0.970	56	0.178
TT_SI	0.108	56	0.099	0.975	56	0.292
TR_HM	0.101	56	.200*	0.983	56	0.617
TT_HM	0.111	56	0.085	0.978	56	0.382
TR_H	0.103	56	.200*	0.978	56	0.377
TT_H	0.095	56	.200*	0.984	56	0.657

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

a. Lilliefors Significance Correction

UJI HOMOGENITAS

Case Processing Summary

KELAS	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
TT_SI	28	100.0%	0	0.0%	28	100.0%
	28	100.0%	0	0.0%	28	100.0%
TT_HM	28	100.0%	0	0.0%	28	100.0%
	28	100.0%	0	0.0%	28	100.0%
TT_H	28	100.0%	0	0.0%	28	100.0%
	28	100.0%	0	0.0%	28	100.0%

Test of Homogeneity of Variance

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
TT_SI	Based on Mean	0.011	1	54	0.915
	Based on Median	0.000	1	54	1.000
	Based on Median and with adjusted df	0.000	1	53.992	1.000
	Based on trimmed mean	0.004	1	54	0.949
TT_HM	Based on Mean	0.029	1	54	0.866

	Based on Median	0.118	1	54	0.733
	Based on Median and with adjusted df	0.118	1	53.972	0.733
	Based on trimmed mean	0.043	1	54	0.837
TT_H	Based on Mean	0.133	1	54	0.717
	Based on Median	0.168	1	54	0.683
	Based on Median and with adjusted df	0.168	1	53.983	0.683
	Based on trimmed mean	0.124	1	54	0.726

UJI HIPOTESIS (*Independent Samples Test*)

Group Statistics

KELAS	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
TT_SI	28	14.61	2.629	0.497
	28	12.39	2.615	0.494
TT_HM	28	14.86	2.606	0.493
	28	12.64	2.468	0.466
TT_H	28	14.57	2.714	0.513
	28	12.32	2.568	0.485

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
TT_SI	Equal variances assumed	0.011	0.915	3.159	54	0.003	2.214	0.701	0.809	3.619
	Equal variances not assumed			3.159	53.998	0.003	2.214	0.701	0.809	3.619
TT_HM	Equal variances assumed	0.029	0.866	3.264	54	0.002	2.214	0.678	0.854	3.574
	Equal variances not assumed			3.264	53.839	0.002	2.214	0.678	0.854	3.574
TT_H	Equal variances assumed	0.133	0.717	3.186	54	0.002	2.250	0.706	0.834	3.666
	Equal variances not assumed			3.186	53.837	0.002	2.250	0.706	0.834	3.666

LAMPIRAN 4 : DOKUMENTASI PENELITIAN



LAMPIRAN 5 : SURAT BALASAN PENELITIAN



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN

No.538/05/A.2-II/III/45/2024

Berdasarkan Surat Masuk dengan Nomor: 3963/05/C.4-VIII/III/1445/2024 dari Lembaga Penelitian Pengembangan dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Makassar, maka yang Bertanda Tangan dibawah ini:

Nama : **Dr. H. Andi Jam'an., S.E., M. Si**
NBM : 651 507
Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Memberikan kepada mahasiswa dibawah ini:

Nama : **Yusri Azisah Shabila**
NIM : 105731114420
Program Studi : Akuntansi
Judul Skripsi : "Efektivitas QRIS sebagai suatu Behavioral Intention (Studi Eksperimen Pengguna QRIS"

Dengan ini memberikan izin penelitan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dari tanggal 29 Maret 2024 s/d 29 Mei 2024.

Demikian Surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 15 Ramadhan 1445 H
25 Maret 2024 M

Dekan,

Dr. H. Andi Jam'an., S.E., M.Si
NBM: 651 507

Tembusan:

1. Rektor Unismuh Makassar
2. Arsip



LAMPIRAN 6: SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin No.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Yusri Azisah Shabila

Nim : 105731114420

Program Studi : Akuntansi

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	2 %	10 %
2	Bab 2	25 %	25 %
3	Bab 3	8 %	10 %
4	Bab 4	7 %	10 %
5	Bab 5	4 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 18 Mei 2024

Mengetahui,

Kepala UPT, Perpustakaan dan Penerbitan,



Nursimah, S.Hum.,M.I.P
NBM. 964 591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
Telepon (0411)866972,881 593,fax (0411)865 588
Website: www.library.unismuh.ac.id
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

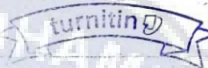
BAB I Yusri Azisah Shabila - 105731114420

ORIGINALITY REPORT

2 %	2 %	1 %	0 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.jogloabang.com Internet Source	2 %
----------	--	------------



Exclude quotes Off Exclude matches Off
Exclude bibliography Off



BAB II Yusri Azisah Shabila - 105731114420

ORIGINALITY REPORT

25%
SIMILARITY INDEX

27%
INTERNET SOURCES

11%
PUBLICATIONS

%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ejournal.unama.ac.id Internet Source		3%
2	journal.unisnu.ac.id Internet Source		3%
3	jurnal.usi.ac.id Internet Source		3%
4	www.powtoon.com Internet Source		3%
5	dspace.uii.ac.id Internet Source		2%
6	eprints.perbanas.ac.id Internet Source		2%
7	repository.radenintan.ac.id Internet Source		2%
8	repository.ub.ac.id Internet Source		2%
9	eprints.walisongo.ac.id Internet Source		2%

BAB III Yusri Azisah Shabila - 105731114420

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS



PRIMARY SOURCES

1	Nisa Nur Hidayah. "PENGARUH UPAH TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN HOME INDUSTRY GEMELAN MITRA JAYA MAGETAN", EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya, 2016 Publication	1%
2	lybar-accounting.blogspot.com Internet Source	1%
3	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
4	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	1%
5	core.ac.uk Internet Source	1%
6	Sisilia Sisilia, Rindu Rindu. "Pengaruh Peran Orang Tua, Peran Program Generasi Berencana, Pertahanan Diri dan Sumber Informasi terhadap Perilaku Pencegahan Seks Pranikah pada Remaja", Jurnal Ilmiah Kesehatan, 2020 Publication	1%

BAB IV Yusri Azisah Shabila - 105731114420

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS



PRIMARY SOURCES

1	e-theses.iaincurup.ac.id Internet Source	1%
2	e-journal.unmas.ac.id Internet Source	1%
3	pt.scribd.com Internet Source	1%
4	id.123dok.com Internet Source	1%
5	bura.brunel.ac.uk Internet Source	<1%
6	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1%
7	docplayer.info Internet Source	<1%
8	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1%
9	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	<1%

BAB V Yusri Azisah Shabila - 105731114420

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS



PRIMARY SOURCES

1

ratukemiri.net
Internet Source

2%

2

repository.mercubuana.ac.id
Internet Source

2%

Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches Off



BIOGRAFI PENULIS



Yusri Azisah Shabila panggilan Uci/Sabil lahir di Segeri pada tanggal 08 Mei 2001 dari pasangan suami istri Bapak Hamzah dan Ibu Supiyanti. Peneliti adalah anak pertama dari 5 bersaudara. Saat ini peneliti bertempat tinggal di jalan Talasalapang, Kec. Rappocini, Sulawesi Selatan.

Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yakni SDN 8 Timporongan lulus pada tahun 2013, SMPN 1 Segeri lulus pada tahun 2016, SMA Plus Budi Utomo Makassar lulus pada tahun 2019, dan mulai tahun 2020 mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi. Adapun publikasi ilmiah peneliti diantaranya telah terbit Sinta 5 pada Jurnal Penelitian TANGIBLE JOURNAL sebagai penulis pertama dengan judul artikel Digitalisasi Akuntansi: *Software* Berbasis Akuntansi *Accurate Online*. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Makassar.