

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN
PENGUNAAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN *QUICK CODE RESPONSE INDONESIA STANDARD*
(QRIS) PADA MAHASISWA DAN STAF AKADEMIK STIE YKPN
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

Anastasia Imelda Putri

112031380

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
JANUARI 2024**

TUGAS AKHIR

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *QUICK
RESPONSE CODE INDONESIA STANDARD (QRIS)* PADA MAHASISWA DAN
STAFF AKADEMIK STIE YKPN YOGYAKARTA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ANASTASIA IMELDA PUTRI

No Induk Mahasiswa: 112031380

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Jumat tanggal 26 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Akuntansi (S.Ak.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Prima Rosita Arini S., SE., M.Si., Ak., CA.

Penguji



Efraim Ferdinan Giri, Dr., M.Si., Ak., CA.

Yogyakarta, 26 Januari 2024
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Nisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan QRIS. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa dan staf akademik di STIE YKPN Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 130 responden, dengan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Analisis data menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Sedangkan persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan.

Kata kunci: *Technology Acceptance Model* (TAM), QRIS, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Minat Menggunakan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Latar Belakang

Segala sesuatu yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk membayar barang atau jasa yang dibeli disebut Uang. Uang telah berubah secara signifikan selama bertahun-tahun seiring dengan kemajuan perdagangan, metode pembayaran, dan teknologi informasi. Mulai dari giro dan berbagai jenis mata uang hingga pengenalan uang elektronik yang memanfaatkan kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi telah mengakibatkan pergeseran dalam kebutuhan masyarakat terhadap metode pembayaran yang lebih cepat dan dapat disesuaikan, seperti penggunaan alat pembayaran elektronik. Perkembangan teknologi ini telah mengubah pola hidup konsumen, khususnya dalam hal pola konsumsi dan gaya hidup (Swasta *et al*, 2008)

Pertumbuhan transaksi uang elektronik di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Besarnya jumlah penduduk dan peningkatan literasi keuangan inklusif masyarakat menjadi pendorong utama bagi perkembangan transaksi uang elektronik di negara ini. Terkait hal ini, Bank Indonesia merilis QR Code nasional yang dikenal sebagai *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) dengan maksud mempermudah transaksi keuangan digital elektronik. QRIS merupakan standar QR Code yang dipergunakan untuk pembayaran melalui aplikasi uang elektronik, dompet digital, atau layanan perbankan seluler, dengan secara resmi diperkenalkan pada tanggal 1 Januari 2020. Penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran untuk uang elektronik yang telah diresmikan ini mencerminkan dukungan nyata dari pemerintah terhadap transformasi sistem pembayaran di Indonesia pada era digital saat ini, dengan harapan QRIS ini akan menjadi media

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pembayaran berbasis QR yang diwajibkan untuk digunakan oleh seluruh aplikasi pembayaran QR di Indonesia.

Sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu alat pembayaran, pengguna mempunyai beberapa faktor mempengaruhi terhadap minat penggunaan, salah satunya adalah persepsi. Terkait penggunaan teknologi informasi, Davis (1989) menjelaskan bahwa dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), perilaku dapat dijelaskan melalui suatu model yang menggambarkan persepsi terhadap sistem teknologi informasi berdasarkan faktor *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Dengan kata lain, penggunaan suatu sistem informasi akan cenderung dilakukan jika sistem tersebut dianggap berguna dan mudah digunakan. Sebaliknya, jika suatu sistem informasi dianggap tidak berguna, maka kemungkinan besar sistem tersebut tidak akan digunakan oleh orang tersebut (Jogiyanto, 2007).

Selain itu, penggunaan QRIS juga dipengaruhi oleh kepercayaan pengguna terhadap suatu produk. Kepercayaan diartikan sebagai sikap bersedia bergantung pada orang lain untuk melakukan suatu tindakan (Kotler & Keller, *Marketing Management*, 2016). Kepercayaan sangat penting untuk menentukan apakah konsumen akan minat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran utama. Konsumen harus yakin bahwa QRIS aman dan dapat diandalkan, dan penyedia layanan harus meyakinkan konsumen bahwa QRIS akan memberikan manfaat dan kenyamanan dalam transaksi, serta melindungi privasi konsumen. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan untuk memperkuat kepercayaan konsumen terhadap alat pembayaran digital yaitu QRIS.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Mahasiswa dan Staf Akademik merupakan salah satu populasi yang dapat diteliti oleh penulis karena mudah dijangkau dalam penelitian ini. Mahasiswa dan staf akademik cenderung lebih terbiasa mengikuti perkembangan dan menggunakan teknologi digital di kehidupan sehari-hari. Dari banyaknya kelebihan dan kekurangan penggunaan QRIS dibutuhkan pemahaman untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dan staf akademik dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital. Oleh karena itu, diperlukan penelitian mengenai persepsi mahasiswa dan staf akademik terhadap manfaat, kemudahan, dan kepercayaan penggunaan QRIS. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan QRIS pada Mahasiswa dan Staf Akademik STIE YKPN Yogyakarta”**, karena sangat penting untuk mengetahui sejauh mana persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan akan berpengaruh terhadap minat mahasiswa dan staf akademik dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan QRIS pada mahasiswa dan staf akademik STIE YKPN Yogyakarta?

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan QRIS pada mahasiswa dan staf akademik STIE YKPN Yogyakarta?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan QRIS pada mahasiswa dan staf akademik STIE YKPN Yogyakarta?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan QRIS pada mahasiswa dan staf akademik STIE YKPN Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan QRIS pada mahasiswa dan staf akademik STIE YKPN Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan QRIS pada mahasiswa dan staf akademik STIE YKPN Yogyakarta.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Technology Acceptance Model (TAM)

Davis (1989) mengembangkan teori TAM, yang menjelaskan bagaimana orang menggunakan teknologi informasi. Teori ini diadaptasi dari Teori psikologi sosial yang dikenal sebagai *Theory of Reason Actioned (TRA)*, yang dibuat oleh Fishben dan Ajzen (1975) dan berfokus pada bagaimana niat memengaruhi perilaku seseorang. Walaupun TRA mencakup perilaku manusia secara menyeluruh, TAM difokuskan pada penelitian faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi informasi. TAM menganggap bahwa penerimaan teknologi informasi oleh individu dipengaruhi oleh dua faktor utama yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Tujuan TAM adalah untuk menjelaskan komponen penting dalam perilaku pengguna yang berkaitan dengan penerimaan teknologi informasi. Model ini menunjukkan bahwa penerimaan pengguna terhadap sistem informasi dipengaruhi oleh variabel manfaat (*usefulness*) dan variabel kemudahan penggunaan (*ease of use*), keduanya memiliki determinan tinggi dan validitas yang telah diuji secara empiris (Islam *et al*, 2020).

Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Menurut Priambodo dan Prabawani (2016), persepsi kemanfaatan, juga dikenal sebagai persepsi kebermanfaatan, adalah tingkat kepercayaan pengguna bahwa menggunakan teknologi atau sistem akan meningkatkan kinerja mereka dalam pekerjaan. Persepsi manfaat sangat penting bagi konsumen ketika mereka memiliki untuk menggunakan atau membeli barang atau jasa tertentu. Persepsi sendiri merupakan suatu proses di mana informasi yang diterima dipilih, diorganisir, dan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

diinterpretasi oleh individu untuk membentuk gambaran dunia yang memiliki makna (Kotler & Keller, Marketing Management, 2016). Pada TAM, faktor utama yang memengaruhi pengguna adalah persepsi manfaat. Jika suatu teknologi diyakini bermanfaat untuk pekerjaan dan dapat meningkatkan kinerja oleh seorang pengguna, maka teknologi tersebut akan diterima oleh pengguna.

Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Pertimbangan masyarakat dalam menggunakan layanan QRIS mencakup penilaian terhadap Persepsi Kemudahan dalam penggunaan. Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang berlebihan disebut kemudahan penggunaan (Davis, 1989). Nasri dan Charfeddine (2012) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mencakup keyakinan individu bahwa penggunaan sistem baru dapat dilakukan dengan mudah dan dipahami. Apabila seseorang merasa bahwa penggunaan suatu sistem terbilang mudah, kemungkinan besar dia akan mengadopsinya.

Kepercayaan (*Trust*)

Hal utama yang menjadi pertimbangan oleh masyarakat saat akan menggunakan layanan QRIS adalah kepercayaan terhadap pihak yang menerbitkan QRIS tersebut. Apabila kepercayaan terhadap sistem atau penyedia layanan tertentu dimiliki oleh konsumen, aplikasi tersebut cenderung digunakan secara berkelanjutan untuk melakukan pembelian produk. *Trust* atau kepercayaan didefinisikan sebagai kesiapan seseorang untuk mengorbankan dirinya untuk pihak lain (Lau & Lee, 1999). Kepercayaan ini tidak hanya diperoleh secara otomatis dari pihak lain, melainkan harus dibangun dengan tekun dan dapat dipertanggungjawabkan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Minat Menggunakan (*Behavioral Intention to Use*)

Minat Menggunakan (*Behavioral intention to use*) adalah ukuran sejauh mana seseorang memiliki niat atau keinginan untuk terlibat dalam suatu perilaku atau tindakan, seperti yang dijelaskan oleh Davis *et al.* (1989). Davis (1989) menjelaskan bahwa minat menggunakan mengacu pada sejauh mana seseorang ingin melakukan suatu perilaku khusus, dan tingkat Minat menggunakan mencerminkan motivasi atau dorongan untuk menjalankan tindakan tersebut.

Minat Menggunakan merupakan salah satu aspek perilaku konsumen dalam menggunakan suatu produk. Baik itu berupa barang atau jasa, produk dianggap telah digunakan oleh konsumen ketika mereka membuat keputusan untuk menggunakannya. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa minat menggunakan dapat dipahami sebagai tindakan konsumen di mana mereka menunjukkan keinginan untuk menggunakan suatu produk. Ini melibatkan pengalaman dalam memilih, menggunakan, dan mengonsumsi produk, bahkan menciptakan keinginan untuk memperoleh produk tersebut.

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

QRIS, yang mengangkat tema UNGGUL (Universal, GampanG, Untung, dan Langsung), dirancang oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) pada Januari 2020 sebagai bagian dari visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025. QRIS adalah standar kode QR yang digunakan untuk pembayaran digital melalui layanan perbankan seluler, dompet elektronik, atau uang elektronik berbasis server. Peluncuran QRIS merupakan salah satu langkah dari implementasi dari SPI melalui Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

No.21/18/2019 tentang Implementasi Standar Internasional QRIS untuk Pembayaran. Dengan hadirnya QRIS ini, diharapkan terwujudnya efisiensi dan hemat biaya dalam transaksi pembayaran, percepatan inklusi keuangan di Indonesia, kemajuan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan pada akhirnya, mendorong pertumbuhan ekonomi.

Pengembangan Hipotesis

1. H1: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan QRIS pada mahasiswa dan staf akademik.

Hipotesis ini didasarkan pada pemikiran bahwa ketika seseorang memahami dan merasakan manfaat dalam penggunaan QRIS, kemungkinan besar mereka akan lebih tertarik untuk menggunakannya. Pemahaman dan keyakinan akan manfaatnya dapat menjadi pendorong kuat untuk mendorong mahasiswa dan staf akademik menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran.

2. H2: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan QRIS pada mahasiswa dan staf akademik.

Hipotesis ini didasarkan pada pemikiran bahwa semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar kemungkinan individu akan tertarik untuk mengadopsinya. Dalam konteks ini, persepsi kemudahan penggunaan QRIS dianggap sebagai faktor yang dapat memberikan pengaruh positif terhadap minat mahasiswa dan staf akademik untuk menggunakannya. Jika mereka merasa bahwa penggunaan QRIS adalah proses yang mudah, kemungkinan besar minat mereka untuk menggunakan teknologi ini akan meningkat.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. H3: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan QRIS pada mahasiswa dan staf akademik.

Hipotesis ini terbentuk dengan dasar keyakinan bahwa individu percaya terhadap suatu teknologi dapat memengaruhi minat mereka untuk menggunakannya. Dalam situasi ini, kepercayaan terhadap keamanan, kerahasiaan data, dan efektivitas pihak penerbit QRIS dianggap sebagai faktor yang memiliki potensi untuk memberikan dampak positif pada minat mahasiswa dan staf akademik untuk menggunakan QRIS. Jika mereka memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap teknologi ini, maka kemungkinan besar mereka akan lebih termotivasi untuk menggunakannya dalam transaksi pembayaran mereka.

METODE PENELITIAN

Ruang lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini, akan dilakukan pengujian guna melihat dampak pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan kepercayaan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan QRIS. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan data angka yang digunakan dan dianalisis menggunakan statistik

Sampel Penelitian

Peneliti menggunakan metode pengambilan sampel *non-probability* yang dikenal sebagai *purposive sampling*, yang melibatkan pemilihan sampel berdasarkan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pertimbangan khusus. Penelitian ini akan mengumpulkan sampel dari anggota populasi yang pernah menggunakan QRIS.

Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari angket atau kuesioner yang disebarakan kepada responden yang menggunakan QRIS melalui *Google Form*.

Variabel Dependen

Variabel yang terkena dampak atau berubah oleh variabel independen atau bebas disebut sebagai variabel dependen (Sugiyono, 2012). Dalam konteks penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah Minat Menggunakan QRIS yang dilambangkan dengan MM.

Variabel Independen

Variabel independen, juga disebut sebagai variabel bebas, faktor yang menyebabkan atau memberikan pengaruh terhadap timbulnya variabel dependen, juga dikenal sebagai variabel terikat (Sugiyono, 2012). Dalam konteks penelitian ini, variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini mencakup Persepsi Manfaat (PM), Persepsi Kemudahan Penggunaan (PKP) dan Kepercayaan (KP).

ANALISIS DATA

Ringkasan Hasil Kuesioner

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data primer yang berupa kuesioner melalui *google form* yang disebarakan kepada mahasiswa dan staf akademik STIE YKPN Yogyakarta. Jumlah responden yang terkumpul berjumlah 130 responden dengan rincian sebagai berikut

Tabel 4. 1

Ringkasan Hasil Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Persentase
Total Responden	143	100%
Responden yang tidak menggunakan QRIS:	13	9,1%
Mahasiswa	1	
Staf Akademik	12	
Kuesioner yang dapat diolah	130	90,9%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Karakteristik Responden

Pada penelitian ini karakter responden dikelompokkan menjadi tiga bagian, yaitu jenis kelamin, pekerjaan dan pendapatan per bulan. Hasilnya adalah sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Tabel 4. 2

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden
Perempuan	96
Laki-Laki	34
Jumlah	130

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

2. Pekerjaan

Tabel 4. 3

Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden
Mahasiswa	112
Staf Akademik	18
Jumlah	130

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

3. Pendapatan Per Bulan

Tabel 4. 4

Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

Pendapatan per Bulan	Jumlah Responden
< Rp500.000	28
Rp500.000 – Rp1.000.000	26
Rp1.000.000 – Rp2.000.000	42
>Rp2.000.000	34
Jumlah	130

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Dari data pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden paling banyak berjenis kelamin Perempuan sebanyak 96 responden (73,8%). Tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden penelitian ini didominasi oleh mahasiswa sebanyak 112 responden (86,2%). Tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh responden yang memiliki pendapatan per bulan Rp1.000.000 – Rp2.000.000 sebanyak 42 responden (32,3%).

Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018), uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa topik yang diselidiki secara akurat diwakili oleh kuesioner. Ketika nilai r tabel melebihi nilai r hitung, item dianggap valid. Dengan jumlah sampel (n) sebesar 130, rumus $df = n - 1 = 130 - 1 = 129$ digunakan untuk menghitung nilai r tabel. Nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5% adalah 0,1438.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dianggap sebagai alat untuk mengevaluasi kuesioner yang berfungsi sebagai pengukur konstruk atau variabel (Ghozali, 2018). Salah satu cara untuk

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mengukur keandalan kuesioner adalah dengan melihat seberapa konsisten atau stabil jawaban seseorang terhadap pertanyaan dari waktu ke waktu. Uji statistik *Cronbach Alpha* dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas variabel. Semua pernyataan tentang variabel tersebut dianggap valid jika nilai *Cronbach Alpha*nya lebih besar dari 0,6.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, normalitas data diuji dengan uji Kolmogorov-Smirnov dengan melihat nilai signifikansi dari residual yang dihasilkan. Hasil pengujian normalitas ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 5

Hasil Uji Normalitas

Model	Sig. (2-tailed)	Keterangan
<i>Unstandardized Residual</i>	0,111	Berdistribusi normal

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Menurut data pada Tabel 4.8, distribusi data dianggap normal dan memenuhi uji normalitas, karena nilai uji normalitas Kolmogorov-Smirnov adalah 0,11 yang berarti nilai tersebut melebihi 0,05.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel bebas atau independent dalam model regresi, dilakukan uji multikolinearitas. Jika nilai toleransi lebih besar

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10, maka model regresi dianggap tidak terjadi multikolinearitas. Tabel berikut menunjukkan hasil uji multikolinearitas:

Tabel 4. 6

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Persepsi Manfaat	0,388	2,578	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,356	2,812	Tidak terjadi multikolinearitas
Kepercayaan	0,547	1,830	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel kurang dari 10, dan nilai toleransi lebih dari 0,10. Hal ini menunjukkan bahwa multikolinearitas antara variabel independen tidak ditemukan dalam regresi.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah varian model regresi berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas menggunakan uji Rank Spearman menghasilkan hasil yang didasarkan pada nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Nilai signifikansi yang lebih tinggi menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak ada gejala heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 7

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Sig	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,832	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,447	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Kepercayaan	0,181	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dari data pada Tabel 4.10 dapat disimpulkan bahwa tidak terdeteksi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 4. 8

Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Model	B	t	Sig
(Constant)	0,285	0,837	0,404
Persepsi Manfaat (PM)	0,545	4,737	0,000
Persepsi Kemudahan Penggunaan (PKP)	0,062	0,550	0,583
Kepercayaan (KP)	0,285	3,280	0,001

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Dari hasil pengujian data, didapatkan persamaan regresi berikut:

$$MM = 0,285 + 0,545PM + 0,062PKP + 0,285KP + e$$

Koefisien Determinasi

Tabel 4. 9

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R Square
1	0,515

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Variabel-variabel seperti persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan mampu menjelaskan sebanyak 51,5% dari variasi dalam variabel minat menggunakan, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 4.12, di mana koefisien determinasi atau R Square memiliki nilai 0,515 atau 51,5%. Selain itu, sekitar 48,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji F

Tabel 4. 10

Hasil Uji f

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	24,411	3	8,137	44, 543	0,000
Residual	23,018	126	0,183		
Total	47,429	129			

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 44,543 > dari F_{tabel} dalam penelitian ini sebesar 2,68, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < dari nilai $\alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa setidaknya terdapat satu variabel independen yang berpengaruh terhadap minat menggunakan QRIS.

Uji T

Tabel 4. 11

Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	0,285	0,341	0,837	0,404
Persepsi Manfaat	0,545	0,115	4,737	0,000
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,062	0,113	0,550	0,583
Kepercayaan	0,285	0,087	3,280	0,001

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Interpretasi hasil uji t adalah berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan, variabel persepsi manfaat mempunyai nilai signifikansi 0,000, lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$, dan didapatkan t-hitung 4,737, lebih besar dari nilai t-tabel pada pengujian

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ini yaitu sebesar 1,656. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara variabel persepsi manfaat (PM) dan minat menggunakan QRIS (H_1 diterima).

Variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,583, yang lebih besar dari nilai $\alpha = 0,05$. Selain itu, nilai t-hitung sebesar 0,550, yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai t-tabel untuk pengujian ini, yaitu sebesar 1,656. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan (PKP) dan minat menggunakan QRIS (H_2 ditolak).

Variabel kepercayaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001, yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai $\alpha = 0,05$, dan t-hitung sebesar 3,280, yang lebih besar daripada nilai t-tabel untuk pengujian ini yaitu sebesar 1,656. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepercayaan (KP) dan minat menggunakan QRIS (H_3 diterima).

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan QRIS

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Manfaat QRIS berpengaruh terhadap variabel minat menggunakan QRIS pada mahasiswa dan staf akademik STIE YKPN Yogyakarta. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa dan staf akademik akan menggunakan QRIS jika dirasakan bahwa hal tersebut akan meningkatkan produktivitasnya atau memudahkannya dalam bertransaksi. Mahasiswa dan staf akademik juga merasa menggunakan QRIS akan menghemat waktu mereka dalam bertransaksi. Temuan penelitian ini mendukung prinsip Model

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model/TAM*) yang diperkenalkan oleh Davis (1989). TAM menginterpretasikan persepsi manfaat sebagai keyakinan individu bahwa pemanfaatan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerjanya. Apabila manfaat QRIS ditingkatkan maka minat menggunakan QRIS juga akan mengalami peningkatan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ningsih *et al* (2021) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan QRIS

Berdasarkan hasil penelitian variabel persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan QRIS pada mahasiswa dan staf akademik. Kemudahan yang diberikan oleh QRIS sebagai sarana pembayaran tidak secara langsung memengaruhi keinginan mahasiswa dan staf akademik untuk mengadopsi QRIS. Hal ini diduga karena sebagian besar mahasiswa dan staf akademik di STIE YKPN Yogyakarta merasa bahwa kemudahan penggunaan bukanlah alasan utama dalam minat mereka menggunakan QRIS. Temuan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Priambodo dan Prabawani (2016) yang menegaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik. Sebaliknya, penelitian Zakkiyah (2020) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Go-pay” menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan Go-pay.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan QRIS

Berdasarkan hasil penelitian variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS pada mahasiswa dan staf akademik di STIE YKPN Yogyakarta. Kesadaran responden terhadap tingkat kepercayaan dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran tersebut tinggi sehingga dapat menumbuhkan minat dalam menggunakan QRIS. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat kepercayaan memiliki dampak terhadap tingkat minat dalam menggunakan QRIS. Semakin besar pengaruh kepercayaan, minat konsumen dalam menggunakan QRIS dapat meningkat. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Suputra (2019) yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kesimpulan

1. Persepsi Manfaat mempengaruhi Minat Mahasiswa dan Staf Akademik STIE YKPN Yogyakarta dalam Menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital. Indikasi dari hal ini adalah bahwa semakin banyak manfaat yang ditawarkan atau dinikmati oleh mahasiswa dan staf akademik, maka semakin tinggi minat mereka dalam menggunakan layanan QRIS.
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan tidak secara langsung mempengaruhi Minat mahasiswa dan staf akademik STIE YKPN Yogyakarta dalam Menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan QRIS tidak menjadi faktor yang dominan dalam mempengaruhi minat menggunakan QRIS oleh mahasiswa dan staf akademik.
3. Kepercayaan mempengaruhi Minat Mahasiswa dan Staf Akademik STIE YKPN Yogyakarta dalam Menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital. Ini dapat diartikan bahwa kepercayaan konsumen terhadap QRIS dapat menentukan minat mahasiswa dan staf akademik dalam menggunakan layanan QRIS. Semakin layanan QRIS dapat dipercaya maka akan membuat minat konsumen dalam menggunakan QRIS semakin tinggi.
4. Pada penelitian ini, mahasiswa dan staf akademik menganggap bahwa persepsi manfaat dan kepercayaan merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan mereka dalam menggunakan QRIS. Meskipun kemudahan penggunaan dapat dianggap sebagai faktor yang penting, penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor lain seperti manfaat dan kepercayaan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

memiliki dampak yang lebih signifikan terhadap minat menggunakan QRIS. Dengan demikian, hasil penelitian menggambarkan bahwa untuk meningkatkan minat mahasiswa dan staf akademik dalam menggunakan QRIS perlu difokuskan pada upaya meningkatkan persepsi manfaat dan memperkuat kepercayaan terhadap QRIS.

Saran

1. Diharapkan QRIS dapat diterapkan secara luas oleh Bank Indonesia atau Pihak Penerbit, melalui langkah-langkah untuk memperluas cakupan jaringan dan menguraing risiko kesalahan sistem, sehingga kepercayaan dalam menggunakan QRIS untuk berbagai jenis pembayaran dapat terwujud.
2. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya menambahkan variabel lain sehingga dapat menjawab bagaimana pengaruh terhadap minat menggunakan seperti persepsi risiko, sikap penggunaan, dan yang lainnya. Selain itu, untuk penelitian selanjutnya menambah jumlah sampel agar hasil yang didapatkan menjadi lebih maksimal atau representative responden diharapkan memiliki jaringan yang lebih luas.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 1590-1618.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 319-340.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Islam, T. R., Salf Ur, A., Salman, M., & Ahmer, Z. (2020). How perceptions about ease of use and risk explain nintention to use mobile payment service in Pakistan? The mediating role of perceived trust. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 34-48.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prectice Hall.
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market-Focused Management*, 341-370.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swasta , B., Dharmesta, & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.