

**Faktor-Faktor Yang Memengaruhi UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)**

**Menggunakan QRIS (Studi Kasus di Kabupaten Sleman)**



**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Fika Lathifatus Sa'adah**

**NIM : 19312262**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2023**

**Faktor-Faktor Yang Memengaruhi UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)  
Menggunakan QRIS (Studi Kasus di Kabupaten Sleman)**

**SKRIPSI**

Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat sarjana  
Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII

**Oleh:**

**Nama : Fika Lathifatus Sa'adah**

**NIM : 19312262**

**Program studi: Akuntansi**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2023**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 15 Juni 2023

Penulis



Fika Lathifatus Saadah

**HALAMAN PENGESAHAN**

**Faktor-Faktor Yang Memengaruhi UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)  
Menggunakan QRIS (Studi Kasus di Kabupaten Sleman)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh :**

**Nama : Fika Lathifatus Sa'adah**

**No. Mahasiswa : 19312262**

**Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing :**

*1/2023  
magi gnti  
2023*



**(Noor Endah Cahyawati, S.E., M.Si., Ak.)**

# BERITA ACARA

## BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

### SKRIPSI BERJUDUL

Faktor-Faktor yang Memengaruhi UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Menggunakan QRIS (Studi Kasus di Kabupaten Sleman)

Disusun oleh : FIKA LATHIFATUS SAADAH

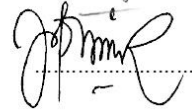
Nomor Mahasiswa : 19312262

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus pada hari, tanggal: Senin, 03 Juli 2023

Penguji/Pembimbing Skripsi : Noor Endah Cahyawati, Dra., M.Si., CMA., CAPM



Penguji : Johan Arifin, M.Si., Ph.D., CFra.



Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFra, CertiPSAS.

## MOTTO

“Pengetahuan yang baik adalah yang memberi manfaat, bukan hanya diingat”

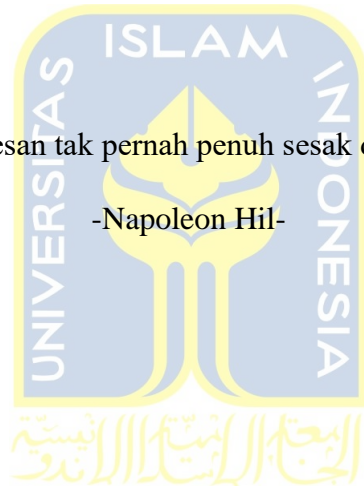
-Imam Syafi’I-

“Kamu tidak harus menjadi hebat untuk memulai, tetapi kamu harus memulai untuk menjadi hebat”

-Zig Ziglar-

“Tangga kesuksesan tak pernah penuh sesak di bagian puncak”

-Napoleon Hil-



## HALAMAN PERSEMBAHAN

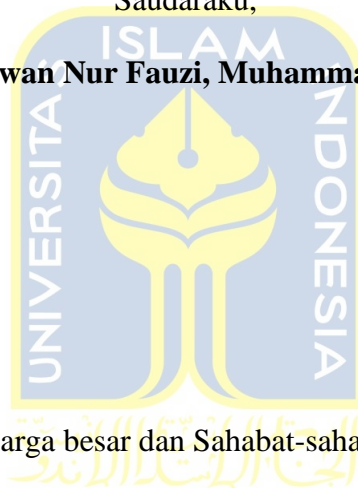
Skripsi ini saya persembahkan untuk orang yang paling berharga:

Kedua orang tuaku,

**Eko Yulianto dan Munirotul Umayah**

Saudaraku,

**Muhammad Ikhwan Nur Fauzi, Muhammad Alby Alfarizky**



Keluarga besar dan Sahabat-sahabatku

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Wr. Wb.,

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan alam Rasulullah Muhammad SAW yang telah menuntun umatnya dari zaman jahiliyah menuju zaman yang kaya akan ilmu pengetahuan seperti saat ini.

Skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Memengaruhi UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Menggunakan QRIS (Studi Kasus di Kabupaten Sleman)”** ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

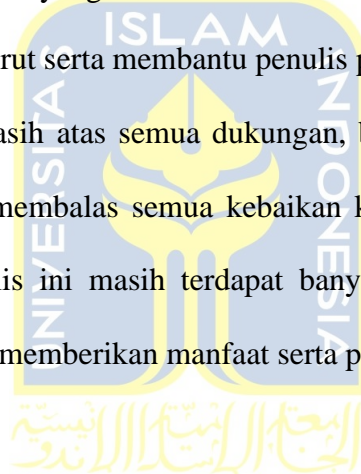
Penyusunan skripsi ini dalam prosesnya tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Alm Bapak Eko Yulianto dan Ibu Munirotul Umayah yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, nasehat dan do'a yang tidak pernah berhenti dalam setiap langkah penulis
2. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia periode 2022 – 2026
3. Bapak Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS., ASPM., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia



4. Ibu Noor Endah Cahyawati, S.E., M.Si., Ak. selaku dosen pembimbing skripsi, terima kasih atas waktu, nasehat, kritik, saran, serta arahan yang telah diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi
5. Sahabat penulis, Erwin Maulana, Shinta Amalia, Wanda Mulyana, Nurul Novia,, Hidayati Atika, Vania, Dinda, Viana Dewi, Mahanani, Sultan, Ilham dan Hanif yang selalu memberikan nasehat dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-Teman HMJA KOMISI fbe UII periode 2021/2022 yang selalu memberikan semangat serta dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dan terima kasih atas waktu yang telah dilalui bersama.
7. Semua pihak yang turut serta membantu penulis pada proses penyusunan skripsi

Penulis mengucapkan terima kasih atas semua dukungan, bantuan dan kebaikan dari pihak tersebut. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian semua. Penulis menyadari bahwa skripsi yang telah ditulis ini masih terdapat banyak kekurangan. Namun, penulis berharap supaya skripsi ini bisa memberikan manfaat serta pengetahuan bagi banyak pihak.



Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta,

Penulis

Fika Lathifatus Sa'adah

## DAFTAR ISI

<u>DAFTAR ISI</u> .....	viii
<u>DAFTAR TABEL</u> .....	xii
<u>BAB 1</u> .....	1
<u>PENDAHULUAN</u> .....	1
<u>1.1 Latar Belakang</u> .....	1
<u>1.2 Rumusan Masalah</u> .....	5
<u>1.3 Tujuan Penelitian</u> .....	6
<u>1.4 Manfaat Penelitian</u> .....	7
<u>1.5 Sistematika Penulisan</u> .....	8
<u>BAB 2</u> .....	9
<u>TINJAUAN PUSTAKA</u> .....	9
<u>2.1 Landasan Teori</u> .....	9
<u>2.1.1 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)</u> .....	9
<u>2.1.2 Quick Response Indonesia Standard (QRIS)</u> .....	10
<u>2.1.3 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT)</u> .....	11
<u>2.1.4 Social Influence</u> .....	14
<u>2.1.5 Performance Expectancy</u> .....	15
<u>2.1.6 Effort Expectancy</u> .....	16
<u>2.1.7 Facilitating Condition</u> .....	17
<u>2.1.8 Price Value</u> .....	17
<u>2.1.9 Behavior Intention</u> .....	18
<u>2.1.10 Use Behavior</u> .....	19

<u>2.2 Tabel Penelitian Terdahulu</u> .....	19
<u>2.3 Hipotesis</u> .....	30
<u>2.3.1 Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap Minat Pelaku UMKM dalam Menggunakan Sistem Pembayaran QRIS</u> .....	30
<u>2.3.2 Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap Minat Pelaku UMKM dalam Menggunakan Sistem Pembayaran QRIS</u> .....	31
<u>2.3.3 Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap Minat pelaku UMKM dalam Menggunakan Sistem Pembayaran QRIS</u> .....	32
<u>2.3.4 Pengaruh <i>Facilitating Condition</i> terhadap Minat Pelaku UMKM dalam Menggunakan Sistem Pembayaran QRIS</u> .....	33
<u>2.3.5 Pengaruh <i>Price Value</i> terhadap Minat Pelaku UMKM dalam Menggunakan Sistem Pembayaran QRIS</u> .....	35
<u>2.3.6 Pengaruh Minat Menggunakan Terhadap Perilaku Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS</u> .....	36
<u>2.3.7 Pengalaman Memperkuat Pengaruh <i>Facilitating Condition</i> terhadap Minat Pelaku UMKM dalam Menggunakan QRIS</u> .....	36
<u>2.3.8 Pengalaman Memperkuat Pengaruh Minat Menggunakan Terhadap Perilaku Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS</u> .....	37
<u>2.4 Kerangka Penelitian</u> .....	39
<u>BAB 3</u> .....	40
<u>METODE PENELITIAN</u> .....	40
<u>3.1 Metode Penelitian</u> .....	40
<u>3.2 Populasi dan Objek Penelitian</u> .....	40
<u>3.3 Sampel dan Teknik Sampling</u> .....	40
<u>3.4 Sumber dan Metode Pengumpulan Data</u> .....	41
<u>3.5 Deskripsi dan Pengukuran Variabel</u> .....	43
<u>3.5.1 Variabel</u> .....	43
<u>Dependen</u> .....	43

3.5.2 Variabel	Independen
.....	45
3.5.3 Variabel Moderasi	51
3.6 Metode Analisis Data	52
3.6.1 Perangkat Analisis Data	52
3.6.2 Analisis Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> )	53
3.6.2 Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> )	55
<b>BAB IV</b>	<b>56</b>
<b>ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	<b>56</b>
4.1 Hasil Pengumpulan Data	56
4.2 Karakteristik Responden	56
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Bentuk Usaha	57
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Sektor Usaha	57
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Berdiri	59
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Omzet Per Tahun	59
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kapanewon	60
4.2.6 Sudah Berapa Lama Menggunakan QRIS Sebagai Sarana Pembayaran	62
4.3 Uji Instrumen Penelitian	64
4.3.1 Deskriptif Variabel Penelitian	64
4.3.2 Hasil Outer Model (Uji Model Pengukuran)	67
4.3.3 Uji Reliabilitas	74
4.4 Hasil Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> )	74
4.4.1 Uji Goodness-Fit Model	75
4.4.2 Uji Hipotesis	76
4.4.3 Pembahasan Hipotesis	79
4.4.3.3 Pengaruh Effort Expectancy terhadap Minat pelaku UMKM dalam Menggunakan Sistem Pembayaran QRIS	80
<b>BAB V</b>	<b>85</b>

<u>PENUTUP</u> .....	85
<u>5.1 Kesimpulan</u> .....	85
<u>5.2 Keterbatasan Penelitian</u> .....	86
<u>5.3 Saran</u> .....	87
<u>DAFTAR PUSTAKA</u> .....	88
<u>LAMPIRAN</u> .....	93



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Telaah Penelitian Terdahulu</b> .....	22
---	----

Tabel 3. 1 Table 3.1 Skala Likert.....	42
Tabel 3. 2 Table 3.2 Indikator Use Behavior.....	43
Tabel 3. 3 Indikator Behavior Intention.....	44
Tabel 3. 4 Indikator Social Influence.....	45
Tabel 3. 5 Indikator Performance Expectancy.....	46
Tabel 3. 6 Indikator Effort Expectancy.....	48
Tabel 3. 7 Indikator Facilitating Condition.....	49
Tabel 3. 8 Indikator Price Value.....	50
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Bentuk Usaha.....	56
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Sektor Usaha.....	57
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Berdiri.....	58
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Omzet Per Tahun.....	59
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kapanewon.....	60
Tabel 4. 6 Sudah Berapa Lama Menggunakan QRIS Sebagai Sarana Pembayaran.....	62
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif.....	64
Tabel 4. 8 Initial Item Loadings dan AVE.....	68
Tabel 4. 9 Cross Loading.....	70
Tabel 4. 10 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	72
Tabel 4. 11 Nilai R-Square.....	73
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis dan Path Coefficient.....	74

## **ABSTRAK**

Pada era yang serba digital ini, perkembangan teknologi semakin pesat tak terkecuali industry fintech. Para pelaku UMKM sudah mulai menerapkan pembayaran digital seperti

QRIS yang telah dikeluarkan oleh Bank Indonesia pada awal 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social influence*, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating condition*, *price value* terhadap minat dan perilaku penggunaan sistem pembayaran QRIS pada pelaku UMKM. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT2). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM yang berada di Kabupaten Sleman yang telah menggunakan QRIS dalam sarana pembayarannya. Sampel diperoleh sebanyak 217 responden dengan menggunakan metode non probability sampling. Untuk melakukan metode analisis data pada penelitian ini menggunakan *Partial Least Squares* (PLS) dengan software *SmartPLS* 4.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variable *effort expectancy*, *price value* berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM menggunakan QRIS. Selain itu, minat menggunakan juga berpengaruh terhadap perilaku penggunaan sistem pembayaran QRIS. Sedangkan variable *social influence*, *performance expectancy*, *facilitating condition* dan moderasi pengalaman terbukti tidak berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM menggunakan sistem pembayaran QRIS.

**Kata Kunci:** QRIS, UMKM, UTAUT2, *Social Influence*, *Performance Expectancy*, *Price Value*, *Pengalaman*, *Partial Least Square* (PLS)

### **ABSTRACT**

In this digital era, technological developments are increasing rapidly, including the fintech industry. Small and Medium Enterprise (SME) actors have started implementing digital

payments such as QRIS which was issued by Bank Indonesia in early 2020. This study aims to determine the effect of social influence, performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditions, price value on interest and behavior in using the QRIS payment system in SME fields. The theory used in this research is Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2). This research uses quantitative methods. The population in this study are SME actors in Sleman Regency who have used QRIS as their means of payment. Samples were obtained as many as 217 respondents using non-probability sampling method. To carry out the data analysis method in this study using Partial Least Squares (PLS) with SmartPLS 4.0 software. The results of this study indicate that the variable effort expectancy, price value influences the interest of SMEs in using QRIS. In addition, interest in using also influences the behavior of using the QRIS payment system. Meanwhile, the social influencing variables, performance expectancy, facilitating conditions and experience moderation have proven to have no effect on the interest of SME actors to use the QRIS payment system.

**Keywords:** QRIS, UMKM, UTAUT2, *Social Influence*, *Performance Expectancy*, *Price Value*, *Experience*, *Partial Least Square (PLS)*



# BAB 1

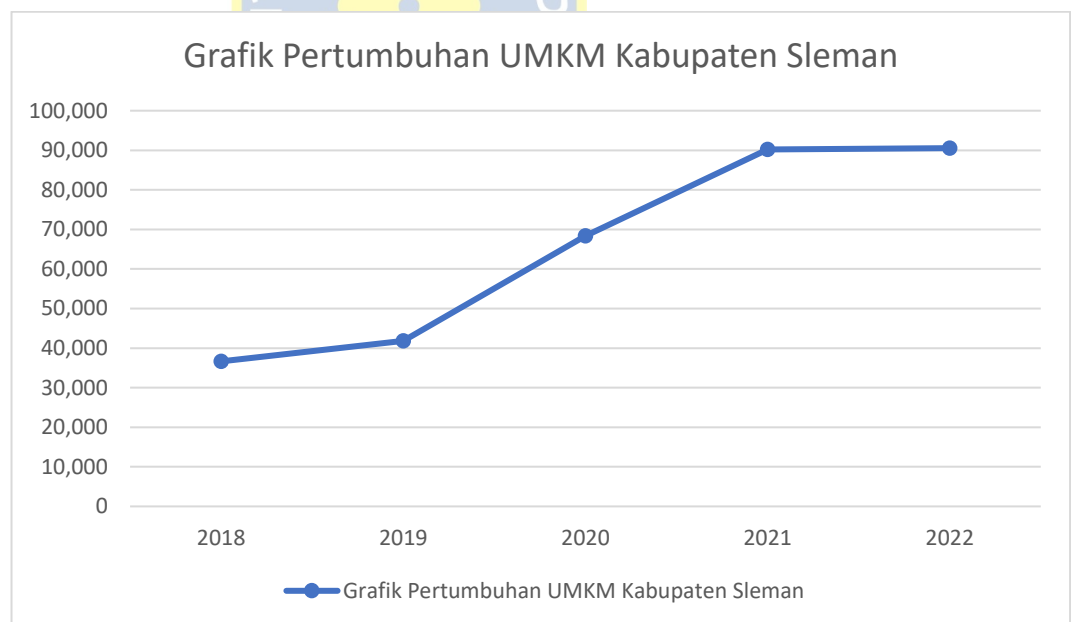
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era yang serba digital ini perkembangan teknologi dan informasi meningkat sangat pesat, hal ini dapat membantu pertumbuhan ekonomi digital dan literasi keuangan suatu negara. Salah satu bentuk implementasi dari teknologi dan informasi dengan pertumbuhan ekonomi yaitu adanya sistem transaksi secara non-tunai. Industri *fintech* (*financial technology*) berupaya mengoptimalkan potensi tersebut dengan menawarkan berbagai bentuk produk keuangan yang memberi kemudahan bagi penggunaannya untuk mengakses berbagai layanan keuangan (Setiawan & Mahyuni, 2020). Beberapa bentuk sistem pembayaran non-tunai salah satu diantaranya yaitu uang elektronik server atau aplikasi yang berupa Gopay, Dana, Ovo, Link Aja, dan ShopeePay. Selain itu juga terdapat alternatif pembayaran baru yang berupa *quick responds Indonesian standard* (QRIS). Beragam jenis uang elektronik server tersebut sudah banyak digunakan oleh masyarakat maupun perusahaan-perusahaan besar dalam melakukan berbagai transaksi. Para usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) juga sudah mulai menerapkan sistem pembayaran melalui aplikasi yang dapat digunakan melalui *smartphone* mereka. Akibat adanya perkembangan baru dalam bidang digitalisasi tersebut, sikap dan gaya hidup masyarakat berubah menjadi peka dan kritis terhadap setiap perubahan, yang kemudian menciptakan bentuk interkoneksi baru antar pelaku ekonomi yang menjadi semakin kreatif, aktif dan produktif (Setiawan & Mahyuni, 2020).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah jenis usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan dengan kriteria yang ditetapkan oleh UU No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. UMKM digolongkan berdasar pada batasan omzet pendapatan per tahun, jumlah kekayaan aset, serta jumlah pegawai. Berdasarkan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah, UMKM di Kabupaten Sleman dalam rekap data per kapanewon berjumlah 90.513 pada Usaha Mikro, 19 Usaha Kecil, dan 3 Usaha Menengah dengan berbagai macam sektor usaha diantaranya usaha kuliner, fashion, pendidikan, otomotif, agrobisnis, teknologi informasi, perdagangan dan jasa.

Grafik 1.1 Pertumbuhan UMKM Kabupaten Sleman 2018 - 2022



(Sumber : *Dinas Koperasi dan UKM, data diolah*)

Melihat dari data pertumbuhan UMKM di Kabupaten Sleman menunjukkan bahwa tahun 2018 jumlah UMKM di kabupaten sleman 36.653, tahun 2019 berjumlah 41.852. Pada tahun 2020 UMKM di kabupaten sleman berjumlah

68.382, tahun 2021 berjumlah 90.170 dan UMKM Kabupaten Sleman pada tahun 2020 berjumlah 90.535. Berdasarkan pertumbuhan UMKM tersebut dengan diiringinya perkembangan produk uang elektronik dapat memberikan kemudahan bagi para pelaku UMKM dan juga para *customer* untuk melakukan transaksi. Pada UMKM yang menggunakan uang elektronik berbasis *chip*, harus menyediakan mesin EDC untuk dapat bertransaksi non - tunai dan penggunaan uang elektronik yang berbasis server dilakukan dengan menginstal aplikasi–aplikasi pembayaran pada *smartphone* (Sihaloho et al., 2020). Namun uang elektronik tersebut dapat digunakan oleh *customer* ketika pelaku usaha telah memiliki sarana pembayaran uang elektronik. Penggunaan uang elektronik dibidang cukup mempermudah dalam bertransaksi, tetapi masih kurang efisien dalam penggunaannya.

Adanya permasalahan dari efisiensi dalam penggunaan uang elektronik, memicu Bank Indonesia (BI) untuk mengembangkan teknologi pembayaran baru berupa QRIS. *Quick Response Indonesia Standard* (QRIS) merupakan standarisasi pembayaran digital di Indonesia dengan menggunakan *QR Code* yang dilakukan oleh Bank Indonesia (BI) dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). Menurut Bank Indonesia, QRIS menyatukan berbagai macam *QR code* dari beragam Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). QRIS dirilis oleh Bank Indonesia pada 17 Agustus 2019 dan mulai diterapkan pada 1 Januari 2020. QRIS dapat digunakan oleh pelaku UMKM maupun *customer* dalam melakukan transaksi pembayaran karena dinilai cukup mudah, cepat dan lebih efisien jika dibandingkan dengan metode pembayaran uang

elektronik sebelumnya. Keberadaan QRIS diharapkan dapat memastikan efisiensi dan meminimalisir fragmentasi dalam praktik penggunaan *quick response code* untuk pembayaran (Natalina et al., 2021).

Penelitian tentang minat UMKM dalam menerapkan metode pembayaran QRIS telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Penelitian (Pangestu & Pasaribu, 2022) dan (Wardani & Masdiantini, 2022) membuktikan bahwa variabel *social influence* (faktor sosial) tidak signifikan berpengaruh terhadap *behavior intention* penggunaan *digital payment* QRIS pada UMKM. Sedangkan penelitian (Mahyuni & Setiawan, 2021) dan (Wibowo & Rimadias, 2022) menemukan bahwa variabel *social influence* (faktor sosial) berpengaruh signifikan terhadap intensi UMKM dalam menggunakan QRIS. Penelitian (Paat et al., 2022) dan (Wibowo & Rimadias, 2022) membuktikan bahwa variabel *performance expectancy* (ekspektasi kinerja) tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Sedangkan penelitian (Ridwan & Dharma, 2022) dan (Wardani & Masdiantini, 2022) menemukan bahwa *performance expectancy* (ekspektasi kinerja) berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Pada penelitian (Ridwan & Dharma, 2022) menemukan bahwa variabel *effort expectancy* (ekspektasi usaha) tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* menggunakan QRIS. Sedangkan dalam penelitian (Wardani & Masdiantini, 2022) membuktikan bahwa bahwa variabel *effort expectancy* (ekspektasi usaha) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS. Penelitian yang dilakukan oleh (Wibowo & Rimadias, 2022) membuktikan bahwa *facilitating condition* tidak berpengaruh

signifikan terhadap *behavior intention*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Pangestu & Pasaribu, 2022) membuktikan bahwa *facilitating condition* berpengaruh positif terhadap *behavior intention*. Pada penelitian (Wardani & Masdiantini, 2022) membuktikan bahwa *price value* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*. Namun, penelitian yang dilakukan oleh (Saibil et al., 2022) membuktikan bahwa *price value* berpengaruh positif terhadap *behavior intention*.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian (Paat et al., 2022) yang meneliti tentang perilaku penggunaan E-Wallet pada UMKM, dengan variabel penelitian meliputi *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Percived Risk*, *Percived Cost* sebagai variabel independent dan *Behavioral Intention Using E-wallet* sebagai variabel dependen. Perbedaan dengan penelitian ini adalah menambahkan variabel *facilitating condition* dan *price value*. Alasan menambahkan variabel tersebut adalah *facilitating condition* dan *price value* merupakan konstruk pembentuk teori UTAUT 2. *Facilitating condition* mengacu pada keyakinan akan sumber daya dan dukungan fasilitas yang tersedia untuk melakukan sebuah perilaku, hal ini menunjukkan jika infrastruktur operasional ada dan memfasilitasi pengguna maka niat dalam menggunakan akan meningkat (Patil et al., 2020). Sedangkan *price value* mengacu pada manvaat penggunaan teknologi dianggap lebih besar daripada biayanya (Venkatesh et al., 2012). *Price value* menjelaskan kesesuaian biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diterima (Azis & Kamal, 2016).

Selain itu, penelitian ini juga menambahkan variable moderasi yaitu tentang pengalaman pengguna. Hal tersebut diyakini bahwa pengalaman penggunaan suatu sistem dari seorang pengguna akan memberikan pengaruh besar dalam mempengaruhi keputusan dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS. Pengguna dengan pengalaman positif akan memberikan *review* yang positif pula sehingga dapat mempengaruhi pengguna yang lain yang belum menggunakan sistem pembayaran QRIS. Oleh karena itu pengguna teknologi yang memiliki pengalaman dalam menggunakan teknologi informasi biasanya akan membentuk kebiasaan yang kemudian akan mempengaruhinya untuk terus menggunakan teknologi informasi (Amoroso & Chen, 2017).

Selanjutnya yang membedakan penelitian ini dengan sebelumnya, selain penambahan variabel *facilitating condition*, *price value* dan moderasi pengalaman pengguna juga berbeda dalam objek penelitian. Dimana penelitian sebelumnya dilakukan pada *e-wallet* secara luas, sedangkan dalam penelitian ini dilakukan pada pengguna QRIS.

Mempertimbangkan hasil penelitian terdahulu yang belum konsisten dan penulis menemukan bahwa terdapat faktor yang dapat dikembangkan dalam penelitian ini. Maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai QRIS dari sisi pelaku UMKM. sehingga berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti memiliki ketertarikan untuk mengambil judul **“Faktor-faktor Yang Memengaruhi UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Menggunakan QRIS (Studi Kasus di Kabupaten Sleman)”**. Penelitian ini bertujuan untuk

mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku UMKM dalam menerapkan sistem pembayaran QRIS di Kabupaten Sleman.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, permasalahan yang muncul dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Apakah *social influence* berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakan sistem pembayaran QRIS?
- b. Apakah *performance expectancy* berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakan sistem pembayaran QRIS?
- c. Apakah *effort expectancy* berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakan sistem pembayaran QRIS?
- d. Apakah *facilitating condition* berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakan sistem pembayaran QRIS?
- e. Apakah *price value* berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakan sistem pembayaran QRIS?
- f. Apakah *behavior intention* berpengaruh terhadap *use behavior* dalam menggunakan sistem pembayaran QRIS?
- g. Apakah pengalaman memperkuat pengaruh *facilitating condition* terhadap minat pelaku UMKM menggunakan sistem pembayaran QRIS?
- h. Apakah pengalaman memperkuat pengaruh minat pelaku UMKM menggunakan sistem pembayaran QRIS?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk membuktikan *social influence* berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakan QRIS
- b. Untuk membuktikan *performance expectancy* berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakan QRIS
- c. Untuk membuktikan *effort expectancy* berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakan QRIS
- d. Untuk membuktikan *facilitating condition* berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakan QRIS
- e. Untuk membuktikan *price value* berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakan QRIS
- f. Untuk membuktikan *behavior intention* berpengaruh terhadap *use behavior*
- g. Untuk membuktikan pengalaman memperkuat pengaruh *facilitating condition* terhadap minat pelaku UMKM menggunakan sistem pembayaran QRIS
- h. Untuk membuktikan pengalaman memperkuat pengaruh minat pelaku UMKM menggunakan sistem pembayaran QRIS

### 1.4 Manfaat Penelitian

- a. Bagi pengelola UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan dan pemahaman tentang sistem pembayaran QRIS, sehingga meningkatkan literasi keuangan pengelola UMKM.



b. Bagi Lembaga Jasa Keuangan

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi salah satu bahan evaluasi terhadap sistem pembayaran QRIS yang telah diluncurkan, sekaligus memberikan informasi respon yang diberikan oleh pelaku UMKM dalam proses implementasinya

c. Bagi peneliti-peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan menambah penelitian mengenai system pembayaran QRIS, dan menambah referensi penelitian selanjutnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan system pemabayaran QRIS.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Dalam pembahasan ini, penulis menyajikan rencana yang sistematis dan terdiri dari lima bab sebagai kerangka pedoman penulisan yang dimaksudkan untuk memudahkan dalam memahami isi dari penelitian ini. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut :

**BAB I            PENDAHULUAN**

Pada bagian ini berisikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

**BAB II           KAJIAN PUSTAKA**

Bagian ini berisikan tentang landasan teori yang berkaitan dan mendukung dengan permasalahan penelitian, pengertian dan karakteristik variabel, telaah kajian terdahulu, dan perumusan hipotesis.

**BAB III         METODE PENELITIAN**

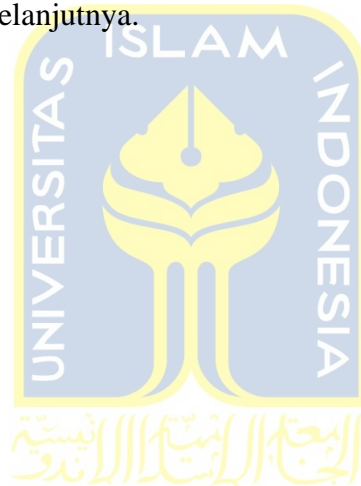
Pada bagian ini peneliti akan menjelaskan mengenai komponen-komponen pada penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, metode yang digunakan dalam pengumpulan data, serta teknik dalam menganalisis data.

#### BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bagian ini memaparkan tentang pengujian terhadap hipotesis menggunakan statistik deskriptif, kemudian hasil pengujian tersebut disajikan dan dikaitkan dengan penelitian terdahulu.

#### BAB V PENUTUP

Pada bagian terakhir, peneliti akan menyimpulkan hasil penelitian serta memberikan saran untuk peneliti selanjutnya.



## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai kriteria yang telah ditetapkan oleh Undang-Undang No 20 Tahun 2008. Pasal 1 ayat 3 UU No 20 Tahun 2008 mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menerangkan bahwa pemerintah mengelompokkan jenis usaha berdasarkan kriteria aset dan omzet sebagai berikut :

- a. Usaha mikro ialah usaha produksi yang dimiliki orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan dengan kriteria kekayaan bersih maksimal Rp 50 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) dan memiliki omzet tahunan maksimal Rp 300 juta.
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha. Kriteria usaha kecil yakni kekayaan bersih lebih dari Rp 50 juta sampai dengan Rp 500 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) serta memiliki omzet tahunan lebih dari Rp 300 juta dan paling banyak Rp 2,5 miliar.

- c. Usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan bukan termasuk anak perusahaan atau cabang perusahaan tertentu dengan kriteria jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta, maksimal Rp 10 miliar. Selain itu memiliki omzet tahunan lebih dari Rp 2,5 miliar sampai Rp 50 miliar.

Pada dasarnya UMKM dapat memperkuat fundamental ekonomi karena Sebagian besar aktivitas ekonomi rakyat lebih banyak diperankan dalam unit-unit ekonomi dalam skala UMKM di hampir semua sector (Tanjung, 2017)

### **2.1.2 Quick Response Indonesia Standard (QRIS)**

*Quick Response Indonesia Standard* (QRIS) merupakan kode QR berstandar nasional yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia (BI) serta Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) yang digunakan sebagai fasilitas pembayaran digital di Indonesia (Azzahroo & Estiningrum, 2021). QRIS diluncurkan di Indonesia ada tanggal 17 Agustus 2019 dan implementasi QRIS efektif berlaku mulai 1 Januari 2020. QRIS merupakan inovasi terbaru dan standar pembayaran non-tunai yang berbasis kode QR yang menyatukan semua jenis pembayaran digital, dengan menggunakan QRIS semua jenis pembayaran hanya menggunakan satu kode QRIS yang dapat membaca semua aplikasi pembayaran secara non-tunai, baik berupa *server based*, uang elektronik atau digital, *mobile banking*, dompet elektronik, untuk menyederhanakan pembayaran non-tunai berbasis kode QR (Here &

Kelen, 2022). Hal ini menguntungkan bagi pembeli maupun penjual (*merchant*) karena transaksi berlangsung efisien melalui satu kode QR yang dapat di scan menggunakan semua operator layanan yang ada pada *smartphone*. Sistem QRIS berpusat pada penerapan *QR Code Payment* model *Merchant Presented mode* (MPM) yang mana penjual (*merchant*) akan menampilkan *QR Code* pembayaran untuk dapat dipindai oleh pembeli (*customer*) ketika melakukan transaksi pembayaran. Jadi, ketika hendak melakukan transaksi pengguna (*user*) cukup scan kode QR yang telah disediakan *merchant-merchant* (pelaku usaha) yang sudah bekerja sama dengan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP).

### 2.1.3 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT)

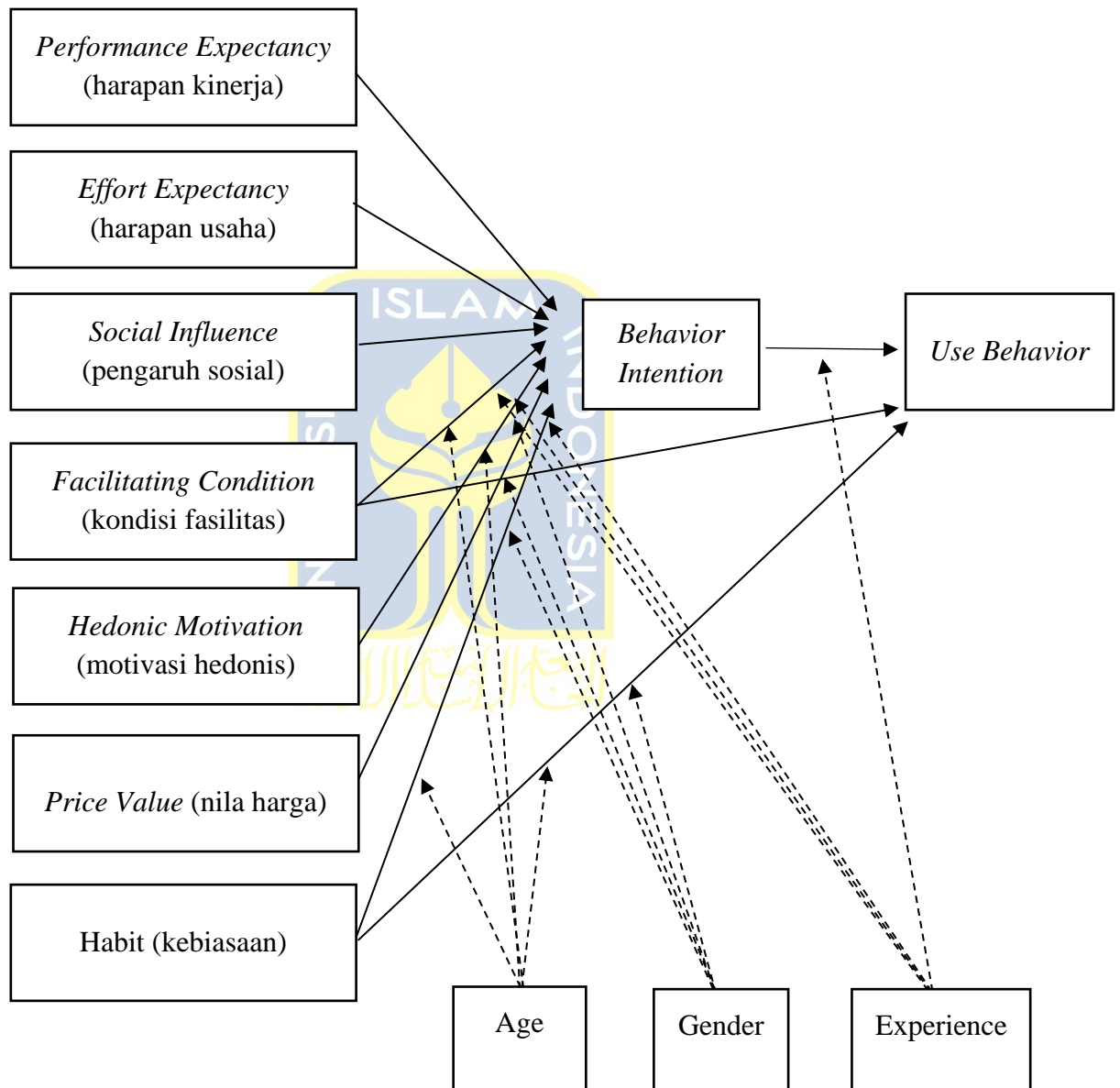
Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* merupakan sebuah model untuk menjelaskan perilaku penggunaan terhadap teknologi informasi. Teori ini dirancang oleh Venkatesh et.al. pada tahun 2003, dan memiliki empat faktor utama yang mempengaruhi niat pada penggunaan teknologi informasi. Pertama yakni *performance expectancy* (ekspektasi kinerja), kedua *effort expectancy* (ekspektasi usaha), ketiga *social influence* (faktor sosial), dan keempat yaitu *facilitating conditions* (kondisi yang memadai). Masing-masing model tersebut berpengaruh terhadap *behavioral intention* dan *use behavior* serta dimoderasi oleh gender, usia, pengalaman, dan kesukarelaan. Kemudian model UTAUT dikembangkan lebih lanjut menjadi model

UTAUT 2 yang juga mempelajari mengenai penerimaan dan penggunaan teknologi namun dari sisi pengguna atau konsumen (Venkatesh et al., 2003). Model ini dapat menjelaskan rata-rata hampir 74% faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi 52% cukup besar, dibandingkan baseline UTAUT yang hanya menjelaskan 40% dari varian dalam niat dan penggunaan (Venkatesh et al., 2012). Dari perkembangan tersebut menghasilkan tiga faktor utama, diantaranya adalah *price value* (nilai harga), *hedonic motivation* (motivasi hedonis), dan *habit* (kebiasaan). Tiga faktor utama tersebut untuk mengubah berbagai hubungan yang telah ada sebelumnya pada konsep model UTAUT, dan untuk mengetahui hubungan yang baru (Venkatesh et al., 2003).

*Performance expectancy* (ekspektasi kinerja) menjelaskan tentang sejauh mana dalam penggunaan sebuah teknologi memberikan manfaat kepada konsumen saat melakukan kegiatan tertentu (Venkatesh et al., 2003). (PE) memiliki tiga sub-variabel yaitu, *usefulness* (kegunaan), *quickness* (kecepatan), dan *productivity* (peningkatan produk). Sedangkan *effort expectancy* (ekspektasi usaha) menjelaskan tentang tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan sistem (Venkatesh et al., 2003). Faktor tersebut memiliki dua sub-variabel diantaranya, *complexity* (kerumitan) dan *ease of use* (kemudahan penggunaan). *Social influence* (Faktor sosial) menjelaskan tentang sejauh mana seseorang ingin menggunakan atau mengadopsi suatu sistem

berdasarkan kepercayaan terhadap orang disekitarnya yang dianggap penting sehingga dapat mempengaruhi dalam penggunaan sistem baru (Venkatesh et al., 2003). (SI) memiliki dua dimensi yaitu *social factor* (pengaruh orang sekitar) dan *subjective norm* (pengaruh orang penting). Sedangkan untuk *facilitating conditions* (kondisi yang memadai) menjelaskan seorang individu percaya bahwa infrastruktur dan teknis dan organisasi yang ada dapat mendukung dalam menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2003). (FC) memiliki tiga dimensi yakni, *resource* (sumber dari luar), *knowledge* (sumber ilmu pengetahuan), *compatibility* (kecocokan sistem dengan teknologi saat ini). Untuk model *price value* (nilai harga) menjelaskan perbandingan manfaat yang dirasakan lebih besar dari biaya yang dikeluarkan, konsumen menunjukkan kesediaan untuk mengadopsi teknologi tertentu (Venkatesh et al., 2012). *Price value* memiliki dua sub-variabel yaitu yaitu *reasonable* (harga masuk akal) dan *worth* (harga sebanding). *Hedonic motivation* (motivasi hedonis) menjelaskan mengenai ketertarikan atau kesenangan yang diperoleh dari penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2012). (HM) memiliki tiga sub-variabel diantaranya yaitu *fun* (kesenangan), *enjoyment* (kenikmatan), dan *entertaining* (menghibur). Sedangkan untuk model *habit* (kebiasaan) menjelaskan mengenai sejauh mana orang cenderung melakukan perilaku secara otomatis karna pembelajaran (Venkatesh et al., 2012). *Habit*

(Kebiasaan) memiliki dua sub-variabel, yaitu *addictiveness* (tingkat kecanduan) dan *must* (perasaan mengharuskan).



Gambar 2.1 Kerangka Model UTAUT2



#### **2.1.4 Social Influence**

*Social influence* (Faktor sosial) merupakan sejauh mana seorang individu dapat dipengaruhi oleh orang lain dalam menggunakan sistem (Venkatesh et al., 2003). *Social influence* menjelaskan pemikiran seseorang mengenai penggunaan atau penerapan suatu sistem bagi orang sekitar (Venkatesh et al., 2003). Hal tersebut menunjukkan bahwa peran orang terdekat di lingkungan dapat mempengaruhi dalam penggunaan teknologi. Tingkat kepercayaan orang lain dalam lingkungan sosial individu juga berdampak pada kecenderungan seseorang untuk bertindak dengan cara yang beragam. Seseorang cenderung mempunyai niat yang tinggi untuk menerima dan menggunakan teknologi karena dipengaruhi oleh catatan positif oleh lingkungan sosial mereka. Terdapat 2 dimensi dalam *social influence*, yakni *social factor* yang berkaitan dengan tingkat pengaruh orang yang ada di dekat penggunaan teknologi dan *subjective norm* yang merupakan pengaruh orang penting yang berhubungan dengan pemakaian teknologi.

#### **2.1.5 Performance Expectancy**

*Performance expectancy* (Ekspektasi kinerja) didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sebuah sistem akan membantu untuk mencapai keuntungan dalam pekerjaan (Venkatesh et al., 2003). PE mengukur bagaimana pengguna memahami kegunaan teknologi untuk performa kerja pengguna. *Performance*

*expectancy* (ekspektasi kinerja) memiliki 3 dimensi yaitu yang pertama *usefulness* yang diartikan sebagai kegunaan yang diperoleh dalam menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Kedua *quickness* yang merupakan tingkat sebuah teknologi bisa mempercepat pekerjaan yang dilakukan. Ketiga yaitu *productivity* yang diartikan sebagai peningkatan produktivitas terkait dalam hal pekerjaan pengguna ketika menggunakan teknologi. Dimensi *performance expectancy* juga dapat berupa pekerjaan lebih mudah (*make job easier*), bermanfaat (*useful*), meningkatkan produktivitas (*increase productivity*), mendorong efektifitas (*enhance effectiveness*), dan meningkatkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*) (Yoo et al., 2012). Berdasarkan beberapa hasil penelitian, menurut (Andreas, 2012) variabel ini dianggap sebagai prediktor terkuat yang dapat memprediksi perilaku individu dalam menggunakan teknologi informasi. Selain itu penelitian yang dilakukan (Zhou et al., 2010) menemukan bahwa *performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap adopsi pengguna teknologi.

### **2.1.6 Effort Expectancy**

*Effort Expectancy* (ekspektasi usaha) didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan sistem atau teknologi oleh pengguna. Menurut (Venkatesh et al., 2003), faktor ini diturunkan dari faktor persepsi kemudahan penggunaan yang diajukan dalam *Technology Acceptance Model* (TAM). *Effort expectancy* menggambarkan bahwa suatu tingkatan dimana seorang individu

percaya bahwa teknologi informasi dapat dengan mudah dipahami. Dalam *effort expectancy* memiliki dua dimensi, yang pertama yaitu *complexity* yang diartikan seberapa rumit sebuah teknologi untuk dipelajari. Kedua yaitu *ease of use* yang merupakan kemudahan yang dirasakan ketika menggunakan teknologi. Menurut (Handayani, 2007) konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pengguna. Intensi penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan teknologi menunjukkan kemudahan penggunaan). Kemudahan yang didapat dalam menerapkan teknologi tersebut dapat mengurangi usaha (waktu maupun tenaga) pada saat bertransaksi melalui teknologi.

### 2.1.7 Facilitating Condition

*Facilitating condition* (kondisi yang memfasilitasi) diartikan sebagai kepercayaan individu bahwa sumber daya dan dukungan organisasi serta fasilitas dan teknis yang ada dapat mendukung dalam menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2003). *Facilitating condition* terdapat tiga dimensi, yang pertama *resource* yang berarti adanya pihak luar yang mempengaruhi penggunaan teknologi. Kedua, *knowledge* yang berarti sumber pengetahuan dari luar untuk menggunakan sebuah teknologi. Ketiga, *compatibility* yang merupakan tingkat kecocokan sistem dengan teknologi yang digunakan. *Facilitating condition* didasari

terhadap pandangan pengguna atas sumber daya dan dukungan dalam menggunakan sistem teknologi.

### **2.1.8 Price Value**

*Price value* (nilai harga) didefinisikan sebagai sejauh mana individu membandingkan utilitas yang ada dalam menggunakan sistem baru dengan biaya yang harus dibayar untuk menggunakan sistem teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2012). Dimana manfaat yang didapat dari menggunakan sebuah teknologi lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Dalam variabel *price value* terdapat dua dimensi, yaitu *reasonable* yang diartikan sebagai sistem memiliki harga yang masuk akal, dan *worth* yang berarti nilai yang didapat dari penggunaan sistem sebanding dengan yang dibayarkan. Menurut (Venkatesh et al., 2012) struktur biaya dan harga mungkin memiliki sebuah dampak penting pada konsumen dalam menggunakan teknologi.

### **2.1.9 Behavior Intention**

Minat menggunakan merupakan potongan kegiatan yang mendasari sejauh apa keinginan individu melaksanakan sikap yang didasari (Patil et al., 2020). Menurut (Venkatesh et al., 2003) minat perilaku merupakan tolak ukur sejauh mana individu mau melaksanakan perilaku tertentu. Keinginan menggunakan teknologi dipengaruhi oleh keyakinan bahwa teknologi itu memberikan kegunaan dalam peningkatan kinerja pemakainya, teknologi mudah dioperasikan, pemakai merasa percaya

terhadap penggunaan teknologi , risiko yang kemungkinan dialami bisa ditoleransi oleh pemakai dan dorongan dari lingkungan sosial pemakai yang mendukung penggunaan teknologi tersebut (Sudiatmika & Martini, 2022). Maka, penggunaan sebuah teknologi akan dilakukan ketika seseorang sudah memiliki niat untu menggunakan teknologi.

#### **2.1.10 Use Behavior**

Menurut prespektif empiris, perilaku merupakan perpaduan dari persepsi, dorongan, pertimbangan, dan proses-proses itu muncul dari impresif yang dimiliki manusia (Shafir, 2016). Perilaku penggunaan merupakan penggunaan teknologi yang telah terimplementasi secara nyata. Menurut (Venkatesh et al., 2003) perilaku penggunaan teknologi dapat diukur dari seberapa sering intensi atau frekuensi seseorang dalam menggunakan teknologi. Perilaku penggunaan dapat diukur langsung menggunakan lamanya waktu menggunakan (*usage time*) dan frekuensi penggunaan (*usage frequency*) (Venkatesh et al., 2012).

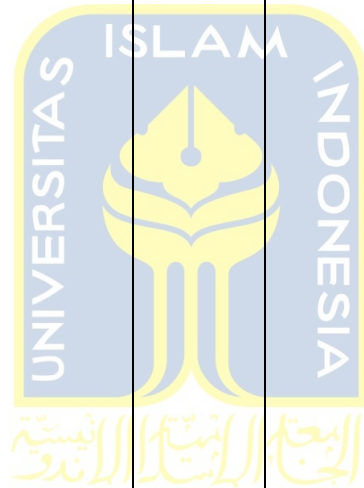
#### **2.2 Tabel Penelitian Terdahulu**

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan mengenai penggunaan QRIS pada pelaku UMKM. Dalam penulisan penelitian ini, terdapat kajian informasi dari peneliti-peneliti terdahulu yang berkaitan dengan topik penggunaan QRIS pada pelaku UMKM tersebut sebagai acuan referensi untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelaku UMKM menggunakan sistem pembayaran QRIS.

**Tabel 2. 1 Telaah Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Sampel penelitian	Variabel	Kesimpulan
1	(Paat et al., 2022)	<i>Analyzing Behavioral Intention of E-wallet Usage In Food and Beverage At Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) In Manado</i>	UMKM	Independen : <i>Effort Expectancy, Social Influence, Performance Expectation, Perceived Risk, Perceived Cost</i> Dependen : Penggunaan E-Wallet pada UMKM	Berdasarkan hasil dan analisis data <i>effort expectation, social influence</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>behavior intention to use e-wallet</i> terhadap UMKM makanan dan minuman di kota Manado. sedangkan <i>performance expectation, perceived risk, perceived cost</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>behavior intention to use e-wallet</i> terhadap UMKM makanan dan minuman di kota Manado
2.	(Wibowo & Rimadias, 2022)	Perilaku Penggunaan “QRIS BRI	Pengguna QRIS BRIMO	Independen : <i>Behavioural Intention,</i>	Hasil penelitian menjelaskan bahwa <i>behavioural intention</i>

		BRIMO” Pada Pedagang Sebagai Alat Transaksi Pembayaran Digital	pada pedagang	<p><i>Facilitating Condition, Effort Expectancy, Social Influence, Performance Expectancy, Trust</i></p> <p>Dependen : Pedagang</p>	<p>terbukti berpengaruh positif terhadap <i>use behaviour</i>, namun ditemukan bahwa <i>facilitating condition</i> terbukti tidak berpengaruh terhadap <i>use behaviour, effort expectancy</i> dan <i>social influence</i> terbukti berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i>, sedangkan <i>attitude, performance expectancy</i>, dan <i>facilitating condition</i> terbukti tidak berpengaruh pada <i>behavioral intention</i>. <i>Trust</i> dan <i>effort expectancy</i> terbukti memiliki pengaruh positif ada <i>attitude</i>, namun <i>performance expectancy</i> terbukti tidak berpengaruh pada <i>attitude</i>.</p>
--	--	--	---------------	---	--



3.	(Patil et al., 2020)	<p><i>Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal</i></p>	<p>Pengguna mobile payment</p>	<p>Independen :  <i>Performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal</i></p> <p>Dependen:  <i>Mobile payment in India</i></p>	<p>Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa <i>personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal</i> signifikan terhadap perilaku penggunaan melalui sikap dan niat perilaku. <i>Performance expectancy effort expectancy, social influence, facilitating condition</i> memberikan hasil positif signifikan terhadap <i>mobile payment di India</i>.</p>
4.	(Setiawan & Mahyuni, 2020)	<p>QRIS Di Mata UMKM :  Eksplorasi Persepsi Dan Intensi UMKM Menggunakan QRIS</p>	<p>UMKM</p>	<p>Independen :  Eksplorasi Persepsi dan Intensi UMKM</p> <p>Dependen :  Penggunaan QRIS</p>	<p>Penelitian ini mengidentifikasi bahwa intensi UMKM menggunakan QRIS dibentuk oleh, (1) persepsi kegunaan, (2) Persepsi kemudahan, (3) pemahaman akan QRIS, (4) pengaruh pihak luar, yaitu pembeli, teman</p>



					dekat, dan tokoh terkenal, (5) persepsi hambatan untuk menggunakan QRIS, yaitu koneksi/jaringan internet, biaya penggunaan, dan limit transaksi
5.	(Sudiatmika & Martini, 2022)	Faktor-faktor yang mempengaruhi niat pelaku UMKM kota Denpasar menggunakan QRIS	UMKM	<p>Independen :</p> <p>Faktor Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Persepsi Resiko, Pengaruh sosial</p> <p>Dependen :</p> <p>Niat pelaku UMKM menggunakan QRIS</p>	Dapat disimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan merchant QRIS antara lain persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kepercayaan dan pengaruh sosial berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan merchant QRIS bagi pelaku UMKM kota Denpasar. Sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap niat menggunakan merchant

					QRIS bagi pelaku UMKM.
6.	(Pangestu & Pasaribu, 2022)	<i>Behavior Intention</i> Penggunaan Digital Payment QRIS Berdasarkan <i>Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT) (Studi pada UMKM Sektor Industri Makanan & Minuman di Kota Jambi)	UMKM	Independen : <i>Behavior Intention Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitating Condition, Social Influence</i> Dependen : Penggunaan Digital Payment QRIS Pada UMKM	Kesimpulan <i>Performance expectancy, effort expectancy, dan facilitating condition</i> secara simultan berpengaruh signifikan terhadap <i>behavior intention</i> penggunaan digital payment QRIS pada UMKM sektor industri makanan dan minuman di kota jambi. Namun pada variabel <i>social influence</i> tidak signifikan berpengaruh terhadap <i>behavior intention</i> penggunaan digital payment QRIS pada UMKM sektor industri makanan dan minuman di kota jambi.
7.	(Mahyuni & Setiawan, 2021)	Bagaimana QRIS menarik minat	UMKM	Independen : Persepsi Manfaat QRIS, Pengaruh	Hasil pengujian model struktural menunjukkan

		<p>UMKM? Sebuah model untuk memahami intensi UMKM menggunakan QRIS</p>		<p>Pihak Eksternal, Persepsi hambatan</p> <p>Dependen : UMKM Menggunakan QRIS</p>	<p>bahwa pemahaman akan QRIS, persepsi manfaat QRIS, persepsi kemudahan penggunaan QRIS, dan pengaruh pihak eksternal yang dipandang penting, secara positif signifikan menjelaskan intensi UMKM menggunakan QRIS. Namun penelitian ini tidak berhasil membuktikan adanya hubungan signifikan antara persepsi hambatan penggunaan QRIS dengan intensi UMKM menggunakan QRIS.</p>
8.	(Wardani & Masdiantini, 2022)	<p>Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial Budaya, Motivasi Hedonis dan Nilai Harga terhadap</p>	<p>Pengguna mobile banking dan QRIS</p>	<p>Independen : Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial Budaya, Motivasi Hedonis dan Nilai Harga</p>	<p>Dapat disimpulkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS. sedangkan faktor sosial budaya tidak memiliki</p>

		Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)		Dependen : Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)	pengaruh terhadap minat menggunakan QRIS. motivasi hedonis dan nilai harga berpengaruh positif terhadap minat penggunaan QRIS
9.	(Ridwan & Dharma, 2022)	<i>Factor Affecting the Use of Quick Response Indonesian Standard (QRIS) With the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model</i>	Pengguna QRIS	Independen : Faktor <i>Performance Expectancy, Facilitating Condition, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk</i> Dependen : Pengguna QRIS	Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dapat disimpulkan bahwa <i>Performance Expectancy</i> dan <i>facilitating Condition</i> secara simultan berpengaruh signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> menggunakan QRIS di Bandar Lampung. Sedangkan <i>Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Behavioral intention.</i>

10	(Shafly, 2020)(Shafly, 2020)	<p>Penerapan Model UTAUT2 untuk Menjelaskan <i>Behavioral Intention</i> dan <i>Use Behavior</i> Penggunaan Mobile Banking di Kota Malang</p>	<p>Pengguna <i>mobile banking</i></p>	<p>Independen : <i>Behavioral Intention</i> dan <i>Use Behavior</i></p> <p>Dependen : Penggunaan Mobile Banking</p>	<p>Dapat disimpulkan bahwa <i>performance expectancy, effort expectancy, social influence, hedonic motivation</i> dan <i>price value</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention</i>. Sedangkan variabel <i>facilitating conditions, habit</i>, dan <i>behavioral intention</i> berpengaruh positif terhadap <i>use behavior</i>.</p>
11	(Bharata & Widyaningrum, 2020)	<p>Analisis Penerimaan Teknologi <i>Mobile Banking</i> Terhadap <i>Use Behavior</i> Melalui Pendekatan Model Utaut 2 (Studi Pada Nasabah KCU BCA Malang)</p>	<p>Pelanggan KCU BCA</p>	<p>Independen : Ekspektasi Kinerja, ekspektasi Usaha, Faktor Sosial, Kondisi Memfasilitasi, Motivasi Hedonik, Nilai Harga, Kebiasaan</p>	<p>Disimpulkan bahwa Ekspektasi Kinerja, ekspektasi Usaha, Faktor Sosial, Kondisi Memfasilitasi, Motivasi Hedonik, Nilai Harga, Kebiasaan berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Use Behavior</i></p>

				Dependen : <i>Use Behavior</i>	
12	(Saibil et al., 2022)	Faktor Mempengaruhi Niat Menggunakan QRIS Pada Sharia <i>Mobile Banking</i> Saat Pandemi Covid-19 (Modifikasi Model UTAUT 2)	Pengguna layanan QRIS mobile banking syariah	Independen : <i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Value, Habit, Trust</i> Dependen : Penggunaan QRIS Pada Sharia <i>Mobile Banking</i>	Dapat disimpulkan bahwa delapan variabel yang diajukan positif signifikan dari adanya QRIS <i>Mobile Banking</i> syariah. Responden merasa mudah dalam belajar dan mengoperasikan QRIS, serta penggunaan <i>mobile banking</i> syariah ini dirasa lebih efektif dan efisien dalam transaksi.

## 2.3 Hipotesis

### 2.3.1 Pengaruh *Social Influence* terhadap Minat UMKM dalam Menggunakan QRIS

*Social influence* (faktor sosial) diartikan sebagai sejauh mana pemikiran individu mengenai penggunaan atau penerapan suatu sistem

teknologi bagi sekitar. Pada model UTAUT 2 *Social Influence* digunakan sebagai tolak ukur seberapa berpengaruhnya lingkungan sekitar dalam penggunaan sistem teknologi. Pengaruh dari pihak luar yang dipandang penting merupakan faktor yang secara signifikan menjelaskan intensi penggunaan pembayaran digital (Setiawan & Mahyuni, 2020; Venkatesh et al., 2012). Hal tersebut berarti bahwa penggunaan suatu sistem dapat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar. Pengaruh tersebut menjadikan seorang individu tertarik untuk menggunakan sistem teknologi. Sesuai dengan model UTAUT 2 yang menyatakan bahwa *social influence* mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan sistem. Maka, jika seseorang pelaku UMKM meyakini orang sekitar dan atas keinginan individu bahwa sebaiknya menggunakan QRIS, maka pelaku UMKM tersebut akan berminat menggunakan QRIS. Sebaliknya, jika pelaku UMKM tersebut merasa bahwa ia tidak yakin oleh orang lain dan dirinya sendiri untuk menggunakan QRIS, maka akan berdampak pada minat penggunaan QRIS. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Sudiatmika & Martini, 2022) yang menunjukkan bahwa *Social Influence* berpengaruh positif terhadap minat pelaku UMKM menggunakan sistem pembayaran QRIS

**H1: Social Influence berpengaruh positif terhadap minat menggunakan QRIS**

### **2.3.2 Pengaruh Performance Expectancy terhadap Minat UMKM dalam Menggunakan QRIS**

*Performance expectancy* (ekspektasi kinerja) merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi minat UMKM dalam menggunakan QRIS. Hal tersebut dikarenakan *performance expectancy* diartikan sebagai tingkat kepercayaan individu saat menggunakan teknologi dapat memberikan manfaat untuk menunjang kinerja dalam pekerjaan atau aktivitas tertentu. Pada model UTAUT 2, *performance expectancy* digunakan sebagai tolak ukur mengenai kepercayaan individu dalam menggunakan suatu sistem atau teknologi mendapatkan manfaat untuk menunjang kinerja dalam aktivitasnya. *Performance expectancy* adalah suatu keadaan dimana UMKM percaya bahwa dalam penggunaan QRIS dapat membantu menyelesaikan transaksi pembayaran dengan mudah dan cepat. Sesuai dengan model UTAUT2 yang menyatakan bahwa *performance expectancy* mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan sistem. Maka, jika UMKM menggunakan sistem pembayaran QRIS dapat membantu menyelesaikan transaksi pembayaran lebih cepat, maka minat UMKM untuk menggunakan QRIS akan semakin tinggi. Namun, jika penggunaan sistem pembayaran QRIS tidak membantu menyelesaikan transaksi lebih cepat dan mudah, maka hal tersebut dapat mempengaruhi minat dalam menggunakan sistem pembayaran QRIS pada UMKM. Hal ini sejalan dengan penelitian (Pangestu & Pasaribu, 2022; Wardani & Masdiantini, 2022)



yang menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap minat pelaku UMKM menggunakan sistem pembayaran QRIS.

**H2: Performance expectancy berpengaruh positif terhadap minat menggunakan QRIS.**

### **2.3.3 Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap Minat UMKM dalam Menggunakan QRIS.**

*Effort expectancy* (ekspektasi usaha) diartikan sebagai kepercayaan akan kemudahan terhadap penggunaan suatu teknologi dapat menekan upaya (waktu) individu saat mengerjakan suatu pekerjaan. Variabel ini digunakan dalam model UTAUT2 yang menyatakan bahwa *effort expectancy* sebagai tolak ukur individu dalam menggunakan sistem teknologi akan mendapatkan kemudahan. *Effort expectancy* merupakan kondisi dimana seorang pelaku UMKM percaya bahwa penggunaan sistem pembayaran QRIS mudah digunakan dalam melakukan transaksi pembayaran sehingga dapat mengurangi upaya (waktu). Hal ini sesuai dengan model UTAUT2 yang menyatakan bahwa *effort expectancy* dapat mempengaruhi minat pelaku UMKM dalam menggunakan sistem. Maka, jika pelaku UMKM merasa mudah dalam menggunakan QRIS, maka pelaku UMKM akan berminat untuk menggunakan QRIS dalam proses transaksi. Sebaliknya, jika pelaku UMKM merasa sangat sulit untuk menggunakan QRIS maka akan mempengaruhi minat UMKM dalam menggunakan QRIS. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Santika et al., 2022; Setiawan & Mahyuni, 2020; Sudiatmika &

Martini, 2022) yang menunjukkan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif terhadap minat UMKM menggunakan QRIS.

**H3: Effort expectancy berpengaruh positif terhadap minat menggunakan QRIS.**

### **2.3.4 Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap Minat UMKM dalam Menggunakan QRIS**

*Facilitating condition* (kondisi yang mendukung) merupakan persepsi pengguna teknologi mengenai sumber daya dan dukungan yang tersedia untuk melakukan suatu perilaku (Venkatesh et al., 2012). Variabel ini terdapat dalam model UTAUT2 digunakan sebagai tolak ukur terhadap kepercayaan individu bahwa fasilitas dan teknik yang ada dapat mendukung dalam menggunakan teknologi. Bagi UMKM yang menggunakan QRIS tentunya harus memiliki fasilitas pendukung yang dibutuhkan seperti menyediakan *QR Code*, *smartphone*, layanan internet dan konsumen yang menggunakan QRIS. Tersedianya berbagai kondisi ini memungkinkan UMKM menjadi berminat dalam mengadopsi sistem pembayaran QRIS (Pangestu & Pasaribu, 2022). Hal tersebut sesuai dengan model UTAUT2 yang menyatakan bahwa *facilitating condition* mempengaruhi minat individu dalam penggunaan sistem teknologi. Kemudian, jika UMKM merasa dengan menggunakan fasilitas dan teknik dapat mendukung dalam menggunakan sistem teknologi, maka UMKM akan berminat untuk menggunakan sistem pembayaran. Sebaliknya, jika pelaku UMKM merasa bahwa dengan

fasilitas dan teknik kurang mendukung dalam penggunaan teknologi, maka akan mempengaruhi minat UMKM dalam menggunakan sistem teknologi. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ridwan & Dharma, 2022) dan (Pangestu & Pasaribu, 2022) yang menunjukkan bahwa *facilitating condition* berpengaruh positif terhadap minat UMKM menggunakan QRIS.

**H4: *Facilitating Conditions* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan QRIS.**

### **2.3.5 Pengaruh *Price Value* terhadap Minat UMKM dalam Menggunakan QRIS**

*Price Value* (nilai harga) diartikan sebagai timbal balik antara biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan suatu teknologi dan manfaat yang diterima (Venkatesh et al., 2012). Variabel ini digunakan dalam UTAUT2 sebagai tolak ukur yang dirasakan individu karena biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan suatu sistem teknologi. *Price value* memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap *behavior intention*. Misalnya, jika seorang individu memakai sebuah sistem *mobile banking* akan dikenakan biaya atas pemakaian tersebut. Hal ini tentunya menjadi sebuah pertimbangan mengenai timbal balik antara biaya yang dikeluarkan ketika menggunakan sistem tersebut dengan manfaat yang diterima. Jika UMKM merasa bahwa biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan teknologi sebanding dengan manfaat yang diterima, maka UMKM berminat menggunakan sistem pembayaran QRIS. Sebaliknya,

jika pelaku UMKM merasa bahwa biaya yang dikeluarkan tidak sesuai dengan manfaat yang diterima, sehingga mempengaruhi minat menggunakan sistem pembayaran QRIS. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wardani & Masdiantini, 2022) yang menunjukkan bahwa *price value* berpengaruh positif terhadap minat UMKM menggunakan QRIS.

**H5: *Price Value* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan QRIS.**

### **2.3.6 Pengaruh Minat Menggunakan Terhadap Perilaku Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS**

Menurut (Venkatesh et al., 2012) *behavioral intention* (minat menggunakan) didefinisikan sebagai refleksi dari skema keyakinan internal individu dalam memprediksi perilaku yang dilakukan. *Behavior intention* merupakan perhitungan penting dari perilaku karakteristik individu, karakteristik sistem, dan lain-lain yang telah terbukti empiris (Wibowo & Rimadiaz, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh (Patil et al., 2020) menjelaskan bahwa *actual* sistem pembayaran digital di India, menemukan hubungan yang signifikan antara niat perilaku dan perilaku penggunaan. Selanjutnya dijelaskan dalam temuan penelitian (Cahyani et al., 2022), bahwa pada pembayaran digital, *behavior intention* terbukti berpengaruh positif terhadap *use behavior* (perilaku penggunaan).

**H5: Minat Menggunakan berpengaruh positif terhadap Perilaku Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS.**

### **2.3.7 Pengalaman Memperkuat Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap Minat UMKM dalam Menggunakan QRIS**

Pengalaman dapat memoderasi hubungan antara *facilitating condition* dengan minat menggunakan. Hal ini dikarenakan pengalaman yang lebih besar dapat mengarah pada intensi penggunaan teknologi. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengguna dengan sedikit pengalaman cenderung bergantung pada kondisi yang memfasilitasi (Venkatesh et al., 2012). Semakin berpengalaman seorang individu dalam menggunakan teknologi, maka intensi menggunakan teknologi semakin tinggi. Ketika pelaku UMKM menggunakan QRIS tentunya kondisi fasilitas seperti *barcode*, internet, *smartphone* yang mendukung penggunaan sistem tersebut akan mempengaruhi individu dalam menggunakannya. Maka, semakin berpengalamannya seorang individu maka *facilitating condition* semakin berpengaruh terhadap minat menggunakan.

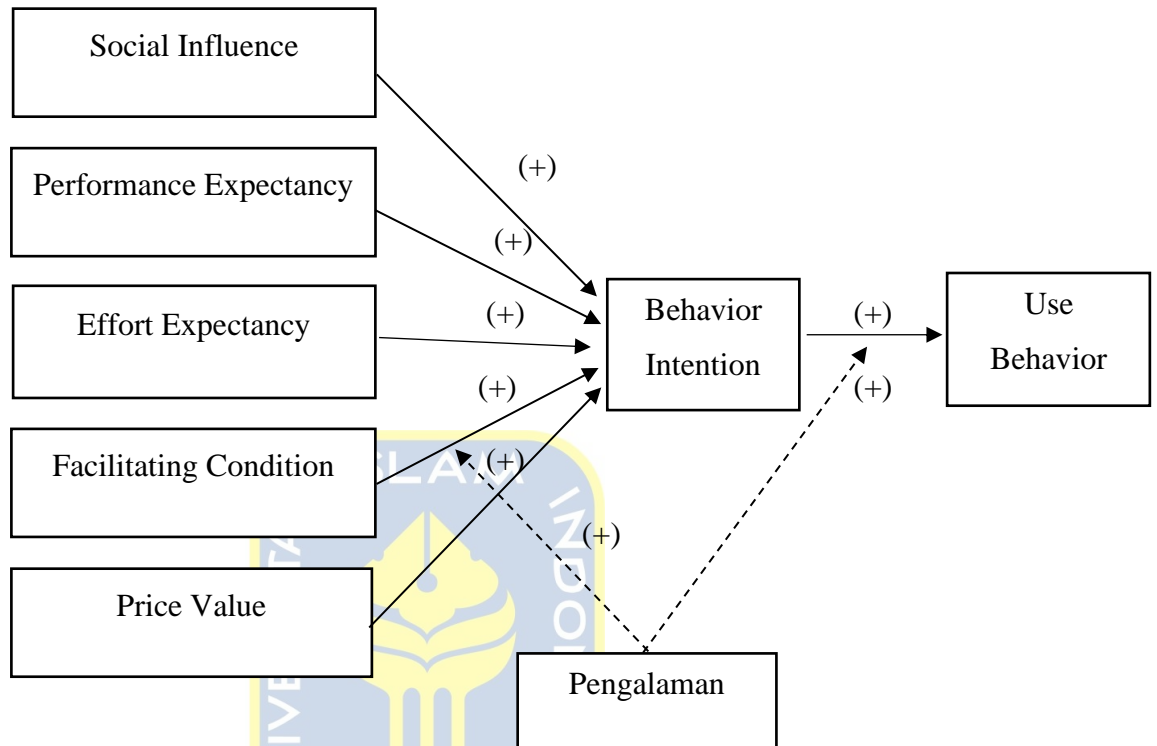
**H5: Pengalaman memperkuat pengaruh *facilitating condition* terhadap minat menggunakan QRIS.**

### **2.3.8 Pengalaman Memperkuat Pengaruh Minat Menggunakan Terhadap Perilaku Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS.**

Seorang individu yang memiliki pengalaman dalam menggunakan teknologi akan mampu memanfaatkannya dengan baik dibandingkan dengan individu yang sedikit pengalaman terhadap penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2012). Ketika seorang individu sering menggunakan aplikasi *e-wallet* dalam setiap transaksinya, maka akan mudah seorang individu tersebut dalam memahami dan menggunakan QRIS. Semakin sering seorang individu dalam menggunakan suatu teknologi tertentu, maka minat yang dimiliki dalam menggunakan teknologi tersebut semakin tinggi. Adanya pengaruh lingkungan dalam penggunaan teknologi dapat memperkuat minat dalam mengadopsi sistem teknologi. Seorang pelaku UMKM yang sering menggunakan QRIS maka pengaruh sosial seperti konsumen, kerabat, maupun lingkungan sekitar tentunya akan mempengaruhi pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi tersebut. Hal ini merupakan kondisi yang mendukung bagi seorang pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS. Oleh sebab itu, semakin tingginya pengalaman yang dimiliki seorang individu maka *social influence* akan semakin berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS.

**H5: Pengalaman memperkuat pengaruh minat menggunakan terhadap perilaku penggunaan dalam menggunakan QRIS.**

## 2.4 Kerangka Penelitian



Gambar 2.2 Kerangka Penelitian

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2017), pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

#### **3.2 Populasi dan Objek Penelitian**

Populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti. Populasi yang diambil pada penelitian ini adalah para pelaku UMKM yang menggunakan QRIS di Kabupaten Sleman.

#### **3.3 Sampel dan Teknik Sampling**

(Sugiyono, 2017) menjelaskan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi yang mewakili jumlah dan karakteristik dari populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Purposive sampling adalah metode pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan (Sugiyono, 2017). Penelitian menggunakan purposive sampling karena tidak semua sampel sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Pelaku bisnis UMKM di Kabupaten Sleman



b. Menggunakan QRIS dalam melakukan layanan pembayaran

Menurut (Hair Jr et al., 2011) penentuan jumlah sampel yang representatif tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai dengan 10. Sehingga perhitungan jumlah sampel minimal untuk penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned}\text{jumlah sampel} &= \text{jumlah indikator penelitian} \times 7 \\ &= 31 \times 7 \\ &= 217\end{aligned}$$

### 3.4 Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Menurut (Abdillah & Hartono, 2015) data primer merupakan data yang diperoleh melalui pihak pertama yang memiliki suatu data dan menunjukkan keaslian informasi yang terkandung dalam data tersebut. Data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan secara langsung dari hasil penyebaran kuesioner melalui *google form*. Kuesioner memiliki keunggulan karena memuat informasi yang efektif dan efisien sesuai dengan tujuan penelitian (Abdillah & Hartono, 2015). Kuesioner tersebut memakai teknik pengumpulan data dengan cara menyusun serangkaian daftar pertanyaan dan memberikan bobot penilaian pada setiap pertanyaan, kemudian disebarkan kepada responden untuk dijawab dan dinilai. Kuesioner dalam penelitian ini dibuat secara *online* dan menggunakan *google form*. Kuesioner dibagi menjadi 2, yaitu:

1. Bagian pertama, yaitu pertanyaan mengenai identitas responden.
2. Bagian kedua, yaitu pernyataan tentang pengujian variable penelitian yang menggunakan skala likert.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang maupun kelompok terkait fenomena sosial (Sugiyono, 2017). Skala likert utamanya digunakan untuk memperoleh preferensi responden atau tingkat persetujuan terhadap sebuah pernyataan atau sekelompok pertanyaan (Santosa, 2018). Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian dijadikan sebagai titik tolak ukur dalam menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan melalui prosedur penskalaan dengan summated ratings yang terdiri dari enam jawaban yang ditampilkan pada Tabel 3.1

*Tabel 3. 1 Table 3.1 Skala Likert*

<b>Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Cukup Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

Penggunaan enam Skala Likert dalam penelitian ini bertujuan untuk menghindari pilihan tengah yang cenderung netral atau membuat responden ragu-ragu dalam memberikan jawaban. Daftar pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner penelitian diambil dari beberapa literatur penelitian yang telah melakukan penelitian sejenis.

### 3.5 Deskripsi dan Pengukuran Variabel

#### 3.5.1 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini terdiri dari:

1. *Use Behavior* (perilaku penggunaan)

Pada variabel ini, *use behavior* diartikan sebagai perilaku penggunaan sistem pembayaran QRIS. Perilaku penggunaan dapat diartikan sebagai intensitas atau frekuensi pengguna dalam mengadopsi suatu teknologi. Instrumen penelitian ini diambil dari (Patil et al., 2020; Wibowo & Rimadiaz, 2022). Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai setiap pertanyaan ini menggunakan skala Likert dengan poin 1 sampai dengan 6 dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Tabel 3. 2 Table 3.2 Indikator Use Behavior

Variabel	Indikator Variabel	Sumber
Perilaku penggunaan sistem pembayaran QRIS (Y)	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Saya mendaftar fitur QRIS sebagai opsi pembayaran</li><li>2. Saya menggunakan QRIS sebagai sarana pembayaran</li><li>3. Saya menerima pembayaran melalui QRIS lebih dari 5 kali dalam sehari</li></ol>	(Patil et al., 2020; Wibowo & Rimadiaz, 2022)

	4. Saya dapat memantau aktivitas transaksi pembayaran melalui QRIS	
--	--	--

## 2. *Behavior Intention* (minat menggunakan)

*Behavior intention* pada variabel ini dimaksudkan sebagai minat menggunakan sistem pembayaran QRIS. Minat menggunakan layanan pembayaran QRIS dapat diartikan sebagai tingkat keinginan untuk menggunakan metode pembayaran tersebut dengan asumsi pelaku UMKM memiliki akses terhadap informasi tersebut. Instrumen penelitian ini diambil dari peneliti (Maharani, 2021; Wibowo & Rimadiaz, 2022). Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai setiap pertanyaan ini menggunakan skala Likert dengan poin 1 sampai dengan 6 dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

*Tabel 3. 3 Indikator Behavior Intention*

Variabel	Indikator Variabel	Sumber
Minat menggunakan sistem pembayaran QRIS (X/Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya minat menggunakan QRIS dalam menerima pembayaran dibandingkan menggunakan cara lain.</li> <li>2. Saya minat menggunakan QRIS untuk menjalankan usaha saya terutama dalam hal pembayaran non tunai.</li> </ol>	(Maharani, 2021; Wibowo & Rimadiaz, 2022)

	<p>3. Saya minat menggunakan QRIS karena manfaat yang diberikan.</p> <p>4. Saya minat menggunakan QRIS secara berkelanjutan di masa mendatang.</p>	
--	--	--

### 3.5.2 Variabel Independen

Variabel independent dalam penelitian ini terdiri dari:

1. *Social Influence* (faktor sosial)

*Social influence* (faktor sosial) dapat diartikan sebagai kondisi lingkungan sekitar pelaku UMKM yang mendorong atau memotivasi untuk menggunakan sistem pembayaran QRIS seperti pengaruh dari teman dekat, konsumen dan tokoh terkenal untuk menggunakan sistem pembayaran berbasis QRIS. Instrumen penelitian ini diambil dari penelitian (Setiawan & Mahyuni, 2020; Wibowo & Rimadiaz, 2022). Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai setiap pertanyaan ini menggunakan skala Likert dengan poin 1 sampai dengan 6 dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

*Tabel 3. 4 Indikator Social Influence*

Variabel	Indikator Variabel	Sumber
----------	--------------------	--------

<p><i>Social Influence</i> (X1)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya minat menggunakan QRIS karena pengaruh artis/tokoh terkenal/idola.</li> <li>2. Saya minat menggunakan QRIS karena pengaruh teman dekat.</li> <li>3. Saya minat menggunakan QRIS karena dorongan pembeli/konsumen.</li> <li>4. Saya minat menggunakan QRIS berdasarkan informasi dan pengalaman orang lain</li> </ol>	<p>(Setiawan &amp; Mahyuni, 2020; Wibowo &amp; Rimadias, 2022)</p>
---	---	--

2. *Performance Expectancy* (ekspektasi kinerja)

*Performance expectancy* (ekspektasi kinerja) dapat diartikan sebagai kepercayaan pelaku UMKM bahwa dengan menggunakan sebuah sistem pembayaran yang berupa QRIS akan menunjang kinerja dalam pekerjaan atau aktivitas tertentu. Instrumen penelitian ini diambil dari (Patil et al., 2020; Setiawan & Mahyuni, 2020). Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai setiap pertanyaan ini menggunakan skala Likert dengan poin 1 sampai dengan 6 dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

*Tabel 3. 5 Indikator Performance Expectancy*

Variabel	Indikator Variabel	Sumber
----------	--------------------	--------

<p><i>Performance expectancy</i> (X2)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya minat menggunakan QRIS karena menguntungkan usaha yang saya kelola</li> <li>2. Saya minat menggunakan QRIS karena memberi alternatif metode pembayaran yang mudah</li> <li>3. Saya minat menggunakan QRIS karena memiliki sistem akuntansi atau pencatatan transaksi otomatis</li> <li>4. Saya minat menggunakan QRIS karena membantu menyelesaikan transaksi lebih cepat.</li> </ol>	<p>(Patil et al., 2020; Setiawan &amp; Mahyuni, 2020)</p>
---	--	---

### 3. *Effort Expectancy* (ekspektasi usaha)

*Effort expectancy* (ekspektasi usaha) dapat diartikan sebagai kepercayaan pelaku UMKM akan kemudahan terhadap penggunaan sebuah sistem pembayaran QRIS dapat menekan upaya dalam pekerjaan atau aktivitas tertentu. Instrumen penelitian ini diambil dari (Maharani, 2021; Setiawan & Mahyuni, 2020). Skala pengukuran yang digunakan untuk menilai setiap pertanyaan ini menggunakan skala Likert dengan poin 1 sampai dengan 6 dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Tabel 3. 6 Indikator Effort Expectancy

Variabel	Indikator Variabel	Sumber
Effort Expectancy (X3)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya minat menggunakan QRIS karena tidak membutuhkan proses yang rumit</li> <li>2. Saya minat menggunakan QRIS karena sangat mudah digunakan sebagai alat pembayaran</li> <li>3. Saya minat menggunakan QRIS karena tidak perlu menyediakan uang kembalian</li> <li>4. Saya minat menggunakan QRIS karena Barcode QRIS hanya perlu ditempel di kasir</li> </ol>	(Maharani, 2021; Setiawan & Mahyuni, 2020)

4. *Facilitating Condition* (kondisi yang memfasilitasi)

*Facilitating condition* (kondisi yang memfasilitasi) diartikan sebagai kepercayaan individu terhadap fasilitas dan teknis yang ada dapat mendukung dalam menggunakan sistem pembayaran QRIS. Instrumen pada penelitian ini diambil dari penelitian sebelumnya (Venkatesh et al., 2012) dan (Patil et al., 2020). Penelitian ini menggunakan skala pengukuran untuk menilai setiap pertanyaan dengan menggunakan skala Likert dengan poin 1 sampai dengan 6 dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.



Tabel 3. 7 Indikator Facilitating Condition

Variabel	Indikator Variabel	Sumber
Facilitating Condition (X4)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya minat menggunakan QRIS karena memiliki fasilitas yang diperlukan untuk menggunakan QRIS.</li> <li>2. Saya minat menggunakan QRIS karena memiliki pengetahuan memadai untuk menggunakan QRIS.</li> <li>3. Saya dapat memperoleh bantuan dari orang lain saat mengalami kesulitan dalam menggunakan QRIS.</li> <li>4. Saya minat menggunakan QRIS karena kompatibel dengan teknologi lain yang digunakan konsumen</li> </ol>	(Patil et al., 2020; Venkatesh et al., 2012)

5. *Price Value* (nilai harga)

*Price value* (nilai harga) didefinisikan sebagai sejauh mana individu membandingkan ketika menggunakan sistem baru dengan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan sistem teknologi. Pada penelitian ini mengambil instrumen dari penelitian sebelumnya (Venkatesh et al., 2012). Penelitian pada indikator ini menggunakan skala Likert dengan poin 1 sampai dengan 6, dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

Tabel 3. 8 Indikator Price Value

Variabel	Indikator Variabel	Sumber
Price value (X5)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya minat menggunakan QRIS karena harga implementasinya masih terjangkau.</li> <li>2. Saya minat menggunakan QRIS karena harga layanannya sudah yang terbaik dengan layanan yang dijanjikan.</li> <li>3. Saya minat menggunakan QRIS karena pada tingkat harga saat ini, QRIS memberikan manfaat yang baik.</li> </ol>	(Venkatesh et al., 2012)

### 3.5.3 Variabel Moderasi

Menurut (Sugiyono, 2017) variabel moderasi mempunyai pengaruh memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah pengalaman. Menurut (Brakus et al., 2009) pengalaman didefinisikan sebagai perasaan, sensasi kognisi dan respon konsumen yang dihasilkan oleh merek, yang dihasilkan oleh desain merek, identitas merek, komunikasi pemasaran dan lingkungan penjualan. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kurun waktu penggunaan QRIS pada UMKM. Masing-masing responden telah menggunakan QRIS selama 0 – 6 bulan, 7 – 12 bulan, 13 – 18

bulan, 19 – 24 bulan, 25 – 30 bulan dan penggunaan > 30 Bulan (Danilo Gomes de Arruda, 2021).

### 3.6 Metode Analisis Data

#### 3.6.1 Perangkat Analisis Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner yang disebarakan langsung dengan pelaku UMKM di Kabupaten Sleman. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan pendekatan analisis deskriptif. Metode deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena (Prasetyo & Jannah, 2005). Metode ini dilakukan untuk memastikan dan menggambarkan karakteristik variabel dalam sebuah situasi dan karakteristik responden dalam penelitian. Kemudian pengujian hipotesis dilakukan dengan analisa kuantitatif menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat ukur *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan teknik multivariat yang mampu mengelola berbagai hal seperti variabel respon hingga penjelas secara bersamaan (Abdillah & Hartono, 2015). Menurut (Jaya & Sumertajaya, 2008) PLS merupakan metode analisis yang powerful karena dapat diterapkan pada semua skala data, tidak membutuhkan banyak asumsi dan ukuran sampel tidak harus besar. Tujuan menggunakan SEM-PLS yaitu untuk menguji hubungan prediktif antar konstruksi dengan melihat apakah

ada hubungan atau pengaruh antar konstruk. Menurut (Ghozali, 2014), pengujian tidak memerlukan dasar teori yang kuat, mengabaikan banyak asumsi, dan ketepatan model prediksi dilihat dari nilai determinasi. Analisis SEM-PLS melalui dua tahap sebagai berikut :

1. Model pengukuran (Outer Model) : mengukur apakah observed variable merepresentasikan variabel laten untuk diukur.
2. Model structural (Inner Model) : mengukur kekuatan estimasi antar variabel laten.

### **3.6.2 Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)**

Pada penelitian ini penulis menggunakan *SmartPLS 4* untuk melakukan pengujian. Model SEM merupakan pengukuran yang bertujuan untuk menspesifikasikan pengaruh antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. Dalam menentukan validitas dan reliabilitas digunakanlah model tersebut untuk mengevaluasi data terkait. Uji validitas ini pada dasarnya untuk meyakinkan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan adalah valid dan reliabel (Santosa, 2018).

#### **3.6.2.1 Uji Validitas**

(Abdillah & Hartono, 2015) menjelaskan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur apakah suatu hasil penelitian adalah valid dan dapat digeneralisasikan pada semua objek, kondisi dan waktu yang berbeda serta mengetahui kemampuan instrumen penelitian

untuk mengukur apa yang selayaknya diukur. Tujuan dilakukannya uji validitas untuk mengukur ketepatan tiap indikator pertanyaan dari variabel *Social Influence*, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Facilitating Condition*, *Price Value*, *Behavior Intention*, *Use Behavior*. Penelitian ini menggunakan pendekatan PLS dikarenakan lebih sering digunakan dan tidak harus ada pembebanan sampel dan distribusinya bebas. Menurut (Hair et al., 2011) skala validitas terbagi menjadi dua, yaitu uji validitas konvergen (*convergent validity*) dengan nilai outer loading diatas 0.70 dan Average Variance Extracted (AVE) harus lebih besar dari 0.50. Uji validitas diskriminan (*discriminant validity*) menggunakan rujukan dari Fornell-Larcker, maka AVE untuk setiap variabel harus lebih tinggi dari nilai korelasi antar variabel dan loading setiap indikator harus lebih tinggi dari semua *cross loading*.

### 3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Abdillah & Hartono, 2015a) uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau dapat juga digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pertanyaan dalam kuesioner atau instrumen penelitian. Instrumen dikatakan andal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi,

konsistensi dan ketepatan instrumen dalam melakukan pengukuran (Abdillah & Hartono, 2015b).

### **3.6.2 Analisis Model Struktural (*Inner Model*)**

Model struktural bertujuan untuk mengetahui akibat dari setiap variabel laten. Asesmen model struktural dilakukan dengan melihat relasi/koefisien jalur antar perubahan laten yang satu dengan perubahan laten yang lain (nilai  $\beta$ ) sesuai dengan hipotesis yang diajukan (Santosa, 2018). Untuk pengujian dilakukan dengan melihat nilai dari R-square melalui uji goodness-fit model setiap variabel sebagai patokan kekuatan dari model penelitian. Nilai R-square adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Untuk melihat apakah antar variabel memiliki pengaruh pengukuran signifikansi dapat dilakukan perbandingan nilai t-statistik dengan t-tabel. Jika nilai t-statistik lebih besar dari pada t-tabel, maka hasilnya signifikan. Nilai signifikan yang dipakai (two-tailed) t-value 1,65 (t-tabel signifikansi = 5%) (Ghozali, 2014)

## **BAB IV**

### **ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Pengumpulan Data**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui Faktor yang mempengaruhi minat pelaku UMKM menggunakan sistem pembayaran QRIS. Kuesioner dibagikan dengan menggunakan google form yang dapat diakses melalui <https://bit.ly/SkripsiFikaLs>, yang ditujukan kepada para pelaku UMKM yang berada di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah menggunakan QRIS sebagai sarana pembayaran. Kuesioner ini diunggah pada 12 Mei 2023 dan berakhir pada 24 Mei 2023. Total jawaban yang diperoleh adalah 217 data. Seluruh jawaban yang diisi oleh responden telah terisi dengan benar sehingga memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut.

#### **4.2 Karakteristik Responden**

Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan bentuk usaha, sektor usaha, tahun berdiri, omzet per tahun, kapanewon dan sudah berapa lama menggunakan QRIS sebagai sarana pembayaran.

##### **4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Bentuk Usaha**

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan dapat dilihat bahwa data berdasarkan bentuk usaha dapat dilihat pada tabel berikut:

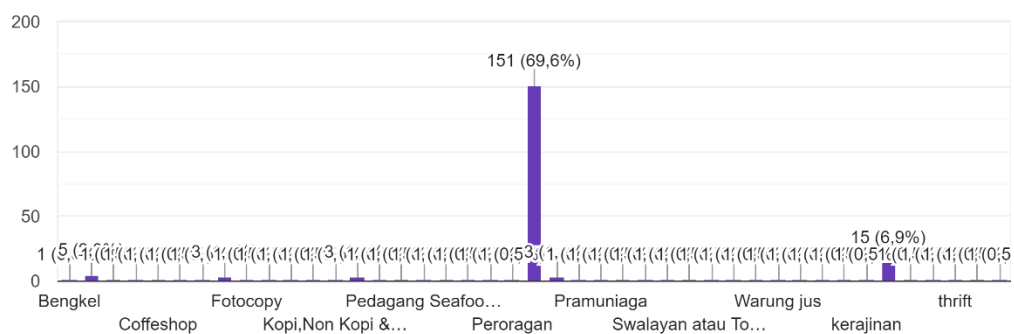
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Bentuk Usaha

Bentuk Usaha	Jumlah	Presentase (%)
Perseorangan	210	95,4%
CV	7	4,6%
Total	217	100

Sumber: Data yang diolah, 2023

Bentuk Usaha

217 jawaban



Melihat dari tabel 4.1 yang dikelompokkan sesuai dengan bentuk usaha, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya dari 217 responden, terdapat 210 responden yang memiliki bentuk usaha perorangan dengan persentase 95,4% dan 7 responden yang memiliki bentuk usaha CV dengan persentase 4,6%. Maka dari itu berdasarkan klasifikasi tersebut bentuk usaha perorangan merupakan mayoritas responden pada penelitian ini.

#### 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Sektor Usaha

Data sektor usaha responden berdasarkan hasil yang telah disebarkan dapat dilihat pada tabel berikut:

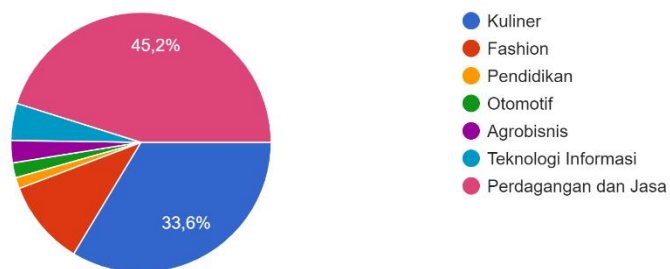


Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Sektor Usaha

Sektor Usaha	Jumlah	Persentas (%)
Kuliner	73	33,6%
Fashion	23	10,6%
Pendidikan	2	0,9%
Otomotif	4	1,8%
Agrobisnis	6	2,8%
Teknologi Informasi	10	4,6%
Perdagangan dan Jasa	99	45,6%
Total	217	100%

Sumber: Data yang diolah, 2023

Sektor Usaha  
217 jawaban



Tabel 4.2 merupakan klasifikasi responden sesuai dengan sektor usaha. Melihat dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa dari 217 responden, terdapat 73 responden yang memiliki sektor usaha kuliner dengan persentase 33,6%, 23 responden sektor usaha fashion dengan persentase 10,6%, 2 responden yang berasal dari sektor usaha pendidikan dengan persentase 0,9%, 4 responden yang memiliki sektor usaha otomotif dengan sektor 1,8%, sedangkan sektor usaha agrobisnis terdapat 6 responden dengan persentase

2,8%, 10 responden yang memiliki sektor usaha teknologi informasi dengan persentase 4,6%, terdapat 99 responden yang memiliki sektor usaha perdagangan dan jasa dengan persentase 45,6%. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sektor usaha perdagangan dan jasa merupakan mayoritas responden pada penelitian ini.

### 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Berdiri

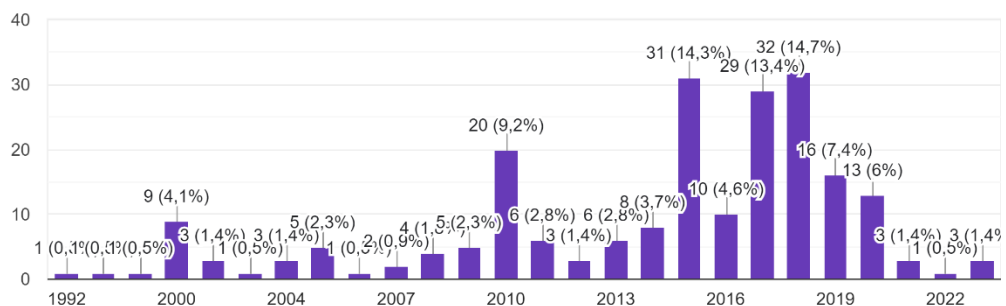
Data tahun berdirinya usaha responden berdasarkan hasil dari kuesioner yang telah disebar dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Berdiri

Tahun Berdiri	Jumlah	Presentase
1998 – 2005	24	11,1%
2006 – 2014	54	24,9%
2015 - 2022	139	64,1%
Total	217	100

Sumber: Data yang diolah, 2023

Tahun Berdiri  
217 jawaban



Pada tabel 4.3 tersebut merupakan klasifikasi responden berdasarkan tahun berdiri usaha yang dijalankannya. Dapat disimpulkan bahwa dari 217 responden, terdapat 24 responden yang

tahun berdiri usahanya yaitu 1998 – 2005 dengan persentase 11,1%, 54 responden untuk klasifikasi tahun berdiri usahanya yakni 2006 – 2014 dengan persentase 24,9%, sedangkan terdapat 139 responden yang tahun berdiri usahanya adalah 2015 – 2022 dengan persentase 64,1%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden dengan tahun berdiri pada usahanya yakni 2015 – 2022 merupakan mayoritas dalam penelitian ini.

#### 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Omzet Per Tahun

Data omzet per tahun responden berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar dapat dilihat pada tabel berikut:

*Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Omzet Per Tahun*

Omzet Pertahun	Jumlah	Persentase (%)
Maks. Rp 300.000.000	112	51,6%
Rp 300.000.000 – Rp 2.500.000.000	98	45,2%
>Rp 2.500.000.000	7	3,2%

Sumber: Data yang diolah, 2023

Tabel 4.4 merupakan data yang terlihat hasilnya untuk klasifikasi responden berdasarkan omzet per tahun. Dapat ditarik kesimpulan bahwa dari 217 responden, terdapat 112 responden yang memiliki omzet maksimal sebesar Rp 300.000.000 dengan persentase 51,6%. Sedangkan 98 responden memiliki omzet per tahun sebesar Rp 300.000.000 – Rp 2.500.000.000 dengan persentase 45,2% dan 7 responden yang memiliki omzet per tahun lebih dari Rp 2.500.000.000 dengan persentase 3,2%. Maka

kesimpulan yang dapat diambil adalah omzet maksimal Rp 300.000.000 merupakan mayoritas dalam penelitian ini.

#### 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kapanewon

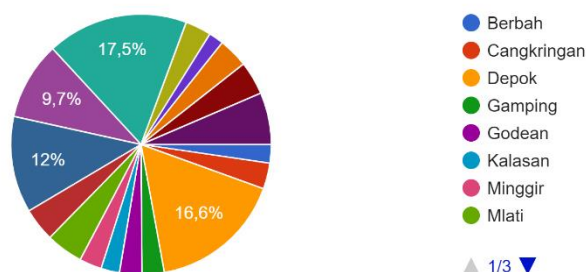
Data kapanewon responden yang didapat berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar dapat dilihat pada tabel berikut:

*Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kapanewon*

Kapanewon	Jumlah	Persentase (%)
Berbah	5	2,3%
Cangkringan	7	3,2%
Depok	36	16,6%
Gamping	6	2,8%
Godean	6	2,8%
Kalasan	5	2,3%
Minggir	6	2,8%
Mlati	10	4,6%
Moyudan	9	4,1%
Ngaglik	26	12%
Ngemplak	21	9,7%
Pakem	38	17,5%
Prambanan	7	3,2%
Seyegan	4	1,8%
Sleman	8	3,7%
Tempel	9	4,1%
Turi	14	6,5%
Total	217	100

Sumber: Data yang diolah, 2023

Kapanewon  
217 jawaban

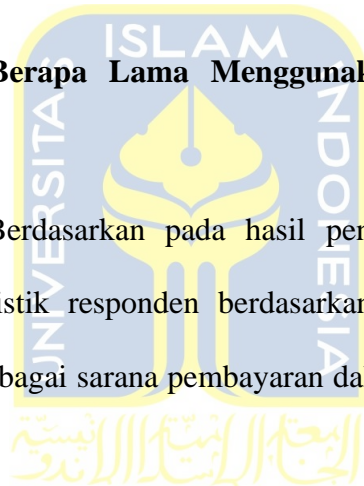


Tabel 4.5 merupakan klasifikasi responden berdasarkan kapanewon di Kabupaten Sleman. Dapat ditarik kesimpulan bahwa dari 217 responden, terdapat 5 responden yang berasal dari Kapanewon Berbah dengan persentase 2,3%, 7 responden yang berasal dari Kapanewon Cangkringan dengan persentase 3,2%. Sedangkan 36 responden berasal dari Kapanewon Depok dengan persentase 16,6%, 6 responden berasal dari kapanewon Gamping dengan persentase 2,8%, 6 responden yang berasal dari Kapanewon Godean dengan persentase 2,8%, untuk 5 responden berasal dari Kapanewon Kalasan dengan persentase 2,3%, 6 responden yang berasal dari Kapanewon Minggir memiliki persentase 2,8%, 10 responden berasal dari Kapanewon Mlati dengan persentase 4,6%. Terdapat 9 responden berasal dari kapanewon Moyudan dengan persentase 4,1%, 26 responden berasal dari kapanewon Ngaglik dengan persentase 12%, 21 responden berasal dari Kapanewon Ngemplak dengan persentase 9,7%, untuk 38 responden berasal dari Kapanewon Pakem memiliki persentase sebesar 17,5%, 7 responden

berasal dari Kapanewon Prambanan dengan persentase, 3,2%, 4 responden dari Kapanewon Seyegan dengan persentase 1,8%, 8 responden berasal dari Kapanewon Sleman memiliki persentase 3,7%.sedangkan 9 responden berasal dari Kapanewon Tempel dengan persentase 4,1% dan 14 responden berasal dari Kapanewon Turi dengan persentase 6,5%. Kesimpulannya adalah responden yang berasal dari Kapanewon Pakem yang memiliki persentase 17,5% merupakan mayoritas dari penelitian ini.

#### 4.2.6 Sudah Berapa Lama Menggunakan QRIS Sebagai Sarana Pembayaran

Berdasarkan pada hasil penelitian, dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan berapa lama menggunakan QRIS sebagai sarana pembayaran dalam kurun waktu lebih dari 30 Bulan.

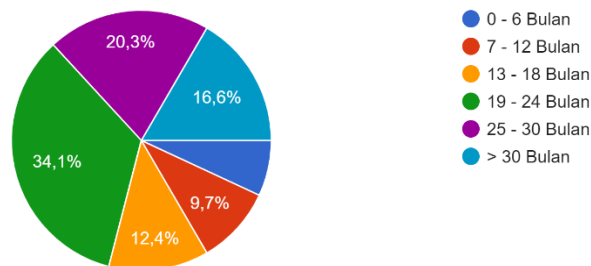


*Tabel 4. 6 Sudah Berapa Lama Menggunakan QRIS Sebagai Sarana Pembayaran*

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
0 – 6 Bulan	15	6,9%
7 – 12 Bulan	21	9,7%
13 – 18 Bulan	27	12,4%
19 – 24 Bulan	74	34,1%
25 – 30 Bulan	44	20,3%
> 30 Bulan	36	16,6%
Total	217	100%

Sumber: data yang diolah, 2023

Sudah berapa lama menggunakan QRIS sebagai sarana pembayaran  
217 jawaban



Tabel 4.6 merupakan klasifikasi responden berdasarkan pengalaman berapa lama menggunakan QRIS sebagai sarana pembayaran. Dapat ditarik kesimpulan bahwa dari 217 responden, 15 responden telah menggunakan QRIS selama 0-6 bulan dengan persentase 6,9%, 21 responden sudah menggunakan QRIS selama 7- 12 bulan dengan persentase 9,7%, 27 responden telah menggunakan QRIS selama 13 – 18 bulan dengan persentase 12,4%. Sedangkan 74 responden telah menggunakan QRIS selama 19 – 24 bulan dengan klasifikasi 34,1%, 44 responden sudah menggunakan QRIS selama 25 – 30 dengan persentase 20,3%, dan 36 responden telah menggunakan QRIS selama lebih dari 30 bulan dengan klasifikasi 16,6%. Dari klasifikasi tersebut responden yang telah menggunakan QRIS selama 19 – 24 bulan merupakan mayoritas dalam penelitian ini.

### 4.3 Uji Instrumen Penelitian

#### 4.3.1 Deskriptif Variabel Penelitian

Peneliti menggunakan statistika univariat seperti median, modus, mean, standard deviation, nilai varian dan lain-lain merupakan penganalisisan data menggunakan analisis deskriptif. Pengukuran dilakukan untuk mendeskripsikan hasil dari data yang telah diperoleh peneliti dengan nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari variabel *social influence*, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating condition*, *price value*, pengalaman, minat menggunakan dan perilaku penggunaan. penentuan besarnya interval pada penelitian ini menggunakan skala likert 1 (sangat tidak setuju) sampai 6 (sangat setuju). maka dari itu, interval dihitung sebagai berikut:

$$\text{Interval} = (6-1)/6 = 0,83$$

Sehingga diperoleh batasan sebagai berikut:

1,00 - 1,83 = Sangat Tidak Setuju

1,84 - 2,67 = Tidak Setuju

2,68 - 3,51 = Kurang Setuju

3,52 - 4,35 = Cukup Setuju

4,36 - 5,19 = Setuju

5,20 - 6,03 = Sangat Setuju

Hasil dari analisis deskriptif variabel penelitian dapat diajukan ada Tabel 4.7

*Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif*



<b>Variabel</b>	<b>n</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>
<i>Social Influence</i>	217	5	24	20,27	3,14
<i>Performance Expectancy</i>	217	11	24	22,41	2,28
<i>Effort Expectancy</i>	217	11	24	22,65	1,94
<i>Facilitating Condition</i>	217	4	24	21,35	3,14
<i>Price Value</i>	217	11	18	16,62	1,75
<i>Behavior Intention</i>	217	13	24	21,15	2,73
<i>Use Behavior</i>	217	12	24	21,92	2,50
Pengalaman	217	1	6	4	1,41

Sumber: data yang diolah, 2023

Tabel 4.7 merupakan analisis deskriptif yang telah dihasilkan untuk masing-masing variabel penelitian yang telah dijalankan, kesimpulan yang didapat dari tabel diatas adalah sebagai berikut:

1. Variabel *social influence* memiliki hasil analisis deskriptif dengan nilai rata-rata sebesar 20,27 dan standar deviasi 3,14. Dilihat dari nilai rata-rata variabel tersebut bahwa sebagian besar responden memilih setuju untuk variabel *social influence*, namun untuk standar deviasi dapat dikatakan bahwa ukuran penyebaran data variabel *social influence* sebesar 3,14 dari 217 responden.
2. Hasil analisis deskriptif yang terdapat pada variabel *performance expectancy* memiliki nilai rata-rata sebesar 22,41 dan standar deviasi mendapatkan nilai sebesar 2,28. Berdasarkan nilai rata-rata dapat dikatakan bahwa mayoritas dari responden menilai sangat setuju terhadap variabel *performance expectancy*. Sementara, nilai standar deviasi dapat dikatakan bahwa ukuran penyebaran data *performance expectancy* sebesar 2,28 dari 217 responden.

3. Hasil analisis deskriptif pada variabel *effort expectancy* memiliki nilai rata-rata 22,65 dan standar deviasi 1,94. Berdasarkan nilai darat-rata yang diperoleh dapat dikatakan bahwa mayoritas responden menilai sangat setuju terhadap variabel *effort expectancy*. Sedangkan nilai standar deviasi dapat dikatakan bahwa ukuran penyebaran data *effort expectancy* sebesar 1,96 dari 217 responden.
4. Pada variabel *facilitating condition* berdasarkan hasil analisis deskriptif memiliki nilai rata-rata 21,35 dan standar deviasi sebesar 3,14. Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menilai sangat setuju terhadap variabel *facilitating condition* dan nilai standar deviasi dapat dikatakan bahwa ukuran penyebaran data *facilitating condition* sebesar 3,14 dari 217 responden.
5. Variabel *price value* berdasarkan hasil analisis deskriptif memiliki nilai rata-rata 16,62 dan standar deviasi sebesar 1,75. Dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menilai cukup setuju terhadap variabel *price value*. sedangkan pada standar deviasi dapat dikatakan bahwa ukuran penyebaran data *price value* sebesar 1,75 dari 217 responden.
6. Pada variabel *behavior intention* memiliki hasil analisis deskriptif dengan nilai rata-rata 21,15 dan standar deviasi 2,73. Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden menilai sangat setuju pada variabel *behavior intention* dan hasil analisis deskriptif dapat dikatakan bahwa ukuran penyebaran data *behavior intention* sebesar 2,73 dari 217 responden.

7. Hasil analisis deskriptif variabel *use behavior* memiliki nilai rata-rata 21,92 dan standar deviasi 2,50. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada variabel *use behavior* menilai sangat setuju. Sedangkan untuk standar deviasi dapat dikatakan bahwa penyebaran data *use behavior* sebesar 2,50 dari 217 responden.
8. Hasil analisis deskriptif pada pengalaman memiliki nilai rata-rata 4 dan standar deviasi sebesar 1,41. Dari hasil analisis deskriptif tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden memilih cukup setuju pada pengalaman. sedangkan untuk standar deviasi dapat dikatakan bahwasanya penyebaran data pengalaman 1,41 dari 217 responden.

#### **4.3.2 Hasil Outer Model (Uji Model Pengukuran)**

Penulis melakukan pengujian dengan menggunakan *SmartPLS 4* dalam penelitian ini. *Outer model* (uji model pengukuran) dan *inner model* (uji model struktural) merupakan tahapan yang dilakukan untuk menganalisis data penelitian.

##### **4.3.2.1 Uji Validitas**

Validitas konvergen dan validitas diskriminan merupakan ukuran validitas yang difokuskan (Hair et al., 2011). Uji validitas ini pada dasarnya untuk meyakinkan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan adalah valid dan reliabel (Santosa, 2018). Maka dari itu validitas konvergen dan validitas diskriminan merupakan pengukuran validitas pada penelitian ini.

#### 4.3.2.1.1 Uji Convergent Validity

*Convergent Validity* diukur dengan menggunakan *Average Variance Extracted* (AVE). AVE digunakan untuk mengukur item-item yang dipakai untuk mengukur suatu variabel *converge* (bersatu atau berkorelasi) dibandingkan dengan item-item untuk mengukur variabel lain dalam suatu model (Fornell, 1994) menyatakan bahwa reliabilitas item (loading) dinilai mencukupi jika pembenaran suatu indikator perubahan laten minimal 0,7 dan *Average Variance Extracted* (AVE) harus lebih besar dari 0.50. Akan tetapi jika nilai *outer loadings* 0,60 sampai 0,70 masih dianggap cukup atau diterima (Hair et al., 2011). Tabel 4.8 memperlihatkan bagaimana validitas konvergen diukur sesuai dengan besarnya *outer loadings*, hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4. 8 Initial Item Loadings dan AVE

Variabel	Item Penelitian	Outer Loading	AVE
<i>Social Influence</i>	SI 1	0,747	0,629
	SI 2	0,767	
	SI 3	0,799	
	SI 4	0,856	
<i>Performance Expectancy</i>	PE 1	0,767	0,552
	PE 2	0,736	
	PE 3	0,738	
	PE 4	0,730	

<i>Effort Expectancy</i>	EE 1	0,718	0,541
	EE 2	0,786	
	EE 3	0,723	
	EE 4	0,713	
<i>Facilitating Condition</i>	FC 1	0,778	0,593
	FC 2	0,786	
	FC 3	0,752	
	FC 4	0,764	
<i>Price Value</i>	PV 1	0,816	0,683
	PV 2	0,822	
	PV 3	0,840	
<i>Experience</i>	E	1,000	1,000
<i>Behavior Intention</i>	BI 1	0,790	0,608
	BI 2	0,831	
	BI 3	0,778	
	BI 4	0,715	
<i>Use Behavior</i>	UB 1	0,752	0,570
	UB 2	0,833	
	UB 3	0,708	

	UB 4	0,720	
--	------	-------	--

Sumber: Hasil Pengolahan data menggunakan smartPLS, 2023

Melihat dari tabel 4.8 dengan seluruh indikator konstruk memiliki lebih dari 0,70 nilai outer loadings dan 0,50 AVE. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pada penelitian ini, indikator konstruk seluruhnya memenuhi validitas (*convergent validity*).

#### 4.3.2.1.2 Uji Discriminant Validity

Nilai *cross loading* dilihat melalui setiap konstruk dengan melihat hubungan konstruk satu dengan konstruk lainnya, maka dilakukan uji validitas diskriminan. Pengujian dikatakan cukup jika nilai *cross loading* setiap konstruk lebih besar daripada hubungan antar konstruk satu dengan yang lainnya dan nilai *cross loading* di atas 0,60 sesuai dengan syarat. Hasil pengujian *discriminant validity* ditampilkan pada Tabel 4.9

Tabel 4. 9 Cross Loading

	BI	E	EE	FC	PE	PV	SI	UB	E x FC	E x BI
BI1	0,790	0,101	0,400	0,374	0,416	0,489	0,346	0,437	-0,147	- 0,211
BI2	0,831	0,245	0,565	0,383	0,538	0,585	0,449	0,559	-0,197	- 0,278
BI3	0,778	0,211	0,446	0,350	0,391	0,405	0,445	0,450	-0,208	- 0,239
BI4	0,715	0,124	0,546	0,302	0,471	0,414	0,450	0,372	-0,256	- 0,283

<b>E</b>	0,224	1,000	0,155	0,208	0,319	0,237	0,287	0,265	-0,269	-	0,232
<b>EE1</b>	0,444	0,210	0,718	0,230	0,380	0,413	0,292	0,355	-0,054	-	0,292
<b>EE2</b>	0,542	0,074	0,786	0,311	0,491	0,475	0,370	0,451	-0,003	-	0,071
<b>EE3</b>	0,496	0,089	0,723	0,199	0,419	0,332	0,293	0,427	-0,113	-	0,163
<b>EE4</b>	0,332	0,091	0,713	0,169	0,381	0,248	0,207	0,266	-0,016	-	0,189
<b>FC1</b>	0,247	0,152	0,167	0,778	0,252	0,291	0,369	0,396	-0,250	-	0,142
<b>FC2</b>	0,447	0,188	0,341	0,786	0,330	0,471	0,442	0,461	-0,298	-	0,292
<b>FC3</b>	0,314	0,124	0,224	0,752	0,275	0,352	0,305	0,388	-0,294	-	0,250
<b>FC4</b>	0,327	0,163	0,193	0,764	0,315	0,265	0,324	0,380	-0,364	-	0,149
<b>PE1</b>	0,398	0,313	0,313	0,400	0,767	0,463	0,460	0,471	-0,367	-	0,290
<b>PE2</b>	0,510	0,187	0,571	0,268	0,736	0,386	0,360	0,462	-0,099	-	0,141
<b>PE3</b>	0,464	0,297	0,382	0,264	0,738	0,494	0,293	0,525	-0,112	-	0,194
<b>PE4</b>	0,333	0,137	0,404	0,217	0,730	0,305	0,319	0,471	-0,056	-	0,112
<b>PV1</b>	0,533	0,209	0,437	0,386	0,485	0,816	0,413	0,580	-0,159	-	0,162
<b>PV2</b>	0,421	0,183	0,412	0,344	0,408	0,822	0,335	0,451	-0,127	-	0,147
<b>PV3</b>	0,549	0,193	0,420	0,416	0,489	0,840	0,444	0,455	-0,237	-	0,212
<b>SI1</b>	0,405	0,226	0,321	0,277	0,376	0,357	0,747	0,373	-0,096	-	0,015
<b>SI2</b>	0,388	0,350	0,235	0,336	0,392	0,417	0,767	0,409	-0,329	-	0,241

<b>SI3</b>	0,403	0,143	0,335	0,361	0,387	0,341	0,799	0,362	-0,401	-	0,076
<b>SI4</b>	0,511	0,205	0,384	0,508	0,377	0,425	0,856	0,417	-0,422	-	0,225
<b>UB1</b>	0,472	0,189	0,413	0,416	0,445	0,470	0,406	0,752	-0,149	-	0,168
<b>UB2</b>	0,494	0,153	0,500	0,356	0,505	0,495	0,419	0,833	-0,160	-	0,138
<b>UB3</b>	0,421	0,286	0,355	0,457	0,509	0,493	0,418	0,708	-0,194	-	0,178
<b>UB4</b>	0,382	0,175	0,294	0,389	0,510	0,347	0,217	0,720	-0,193	-	0,133
<b>E x FC</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	1,000	0,605	
<b>E x BI</b>	0,258	0,269	0,065	0,395	0,211	0,216	0,400	0,229			
	0,326	0,232	0,233	0,284	0,248	0,213	0,181	0,205	0,605	1,000	

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan *SmartPLS*

Melihat dari table 4.9 dapat disimpulkan bahwa pengujian yang telah dilakukan memperlihatkan nilai korelasi indikator dengan konstruk lainnya, lalu nilai *cross loading* telah memenuhi syarat yaitu diatas 0,70 . Maka validitas diskriminan dikatakan baik.

### 4.3.3 Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2014) Nilai konstruk pada composite reliability dan cronbach's Alpha di atas 0,70 merupakan cara untuk melihat pengujian reliabilitas yang dilakukan. Konstruk dikatakan reliabel jika nilainya diatas 0,70. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 4.10

Tabel 4. 10 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
<b>Behavior Intention</b>	0,785	0,795
<b>Effort Expectancy</b>	0,722	0,730



<b>Facilitating Condition</b>	0,778	0,797
<b>Performance Expectancy</b>	0,735	0,737
<b>Price Value</b>	0,769	0,777
<b>Social Influence</b>	0,803	0,816
<b>Use Behavior</b>	0,747	0,752

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS

Melihat dari tabel 4.10 bahwasanya hasil uji pada *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70. Maka, kesimpulan yang dapat ditarik adalah seluruh indikator penelitian ini dinyatakan reliabel

#### 4.4 Hasil Uji Model Struktural (Inner Model)

Penelitian ini melakukan pengujian dengan menggunakan *SmartPLS 4*. Menurut (Ghozali, 2014) untuk melihat nilai pada *R-square* yang merupakan uji *goodness-fit model* (GoF) yang dilakukan pada uji model struktural (*inner model*), dan melihat signifikansi pengaruh antar konstruk dengan menggunakan hasil dari *path coefficients*.

##### 4.4.1 Uji Goodness-Fit Model

Tabel 4. 11 Nilai R-Square

	R- Square	R-Square Adjusted
<i>Behavior Intention</i>	0,579	0,565
<i>Use Behavior</i>	0,336	0,357

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan *smartPLS*

Melihat dari uji *Outer Model* sebelumnya bahwa validitas dan reliabilitas alat ukur terpenuhi sehingga uji model struktural dapat dilakukan. Dari tabel 4.11 menjelaskan bahwa nilai *R-Square* pada *behavior intention* sebesar 0,579 yang berarti, konstruk minat penggunaan yang dijelaskan oleh konstruk *social influence*,

*performance expectancy, effort expectancy, facilitating condition, price value*, pengalaman dengan persentase 57,9 % dan sisanya 42,1% dijelaskan oleh konstruk lain diluar penelitian ini. Sedangkan nilai *R-Square* pada *use behavior* sebesar 0,336 yang berarti konstruk *use behavior* yang dijelaskan oleh konstruk *behavior intention* dengan persentase 33,6% dan sisanya sebesar 66,4% dijelaskan oleh konstruk lain diluar penelitian ini.

#### 4.4.2 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untu melihat signifikansi yang mempengaruhi antar konstruk dengan *path coefficient*. Pada tabel 4.12 diuraikan hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis dan Path Coefficient

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STEDEV)	T Statistics ( O/STDEV)	P- Values	Keterangan
BI -> UB	0,561	0,569	0,064	8,705	0,000	Didukung
E -> BI	-0,009	-0,014	0,047	0,188	0,851	<b>Tidak didukung</b>
E -> UB	0,142	0,143	0,057	2,488	0,013	Didukung
EE -> BI	0,335	0,327	0,106	3,162	0,002	Didukung
FC -> BI	0,083	0,088	0,058	1,414	0,157	<b>Tidak Didukung</b>
PE -> BI	0,144	0,152	0,086	1,683	0,092	<b>Tidak Didukung</b>
PV -> BI	0,232	0,224	0,084	2,759	0,006	Didukung
SI -> BI	0,164	0,173	0,086	1,899	0,058	<b>Tidak Didukung</b>
E x FC -> BI	-0,047	-0,037	0,048	0,981	0,326	<b>Tidak Didukung</b>

E x BI -> UB	0,009	0,008	0,079	0,119	0,905	<b>Tidak Didukung</b>
-----------------	-------	-------	-------	-------	-------	-----------------------

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS

T-tabel dan t hitung (t-statistic) menunjukkan hasil bahwa dengan perbandingan yang telah dilakukan dari tabel 4.12 maka dapat dibaca hasil penelitiannya sebagai berikut. Signifikansi hasil dilihat dari nilai P value < 5% (0,05) (Ghozali, 2014). Untuk mengetahui bahwasanya antar konstruk mempunyai hubungan langsung maka dapat melihat penjelasan dibawah ini:

1. Minat penggunaan QRIS untuk hubungan pengaruh *social influence* memperoleh nilai *original sampel* 0,164 dan P values 0,058 > 0,05 nilai ini menjelaskan bahwa hasil **tidak didukung**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa **Social Influence tidak berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM menggunakan sistem pembayaran QRIS.**
2. Variable *performance expectancy* dalam hubungan pengaruh minat menggunakan QRIS memiliki nilai *original sampel* 0,144 dan P values 0,092 > 0,05 nilai ini mengartikan bahwa hasil **tidak didukung**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa **Performance Expectancy tidak berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM menggunakan sistem pembayaran QRIS.**
3. Lalu pada *effort expectancy* pada hubungan minat menggunakan QRIS memperoleh nilai *original sampel* 0,335 dan nilai P values 0,002 < 0,05 sehingga nilai ini menjelaskan bahwa hasil **didukung**. Kesimpulan yang dapat ditarik adalah **effort expectancy berpengaruh positif terhadap minat pelaku UMKM menggunakan sistem pembayaran QRIS.**
4. Nilai *original sampel* 0,083 dan P value 0,157 > 0,05 yang didapat dari *facilitating condition* pada hubungan minat menggunakan QRIS. Nilai tersebut diartikan bahwa hasil **tidak didukung**. Maka kesimpulannya

adalah *facilitating condition* tidak berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM menggunakan sistem pembayaran QRIS.

5. Pengaruh hubungan *price value* dengan minat menggunakan QRIS memperoleh nilai *original sampel* sejumlah 0,232 dengan P value 0,006 < 0,05 nilai ini mengartikan bahwasanya hasil **didukung**. Kesimpulan yang dapat diambil adalah ***price value* berpengaruh positif signifikan terhadap minat pelaku UMKM menggunakan sistem pembayaran QRIS.**
6. Nilai *original sampel* 0,561 dengan P value 0,000 < 0,05 yang didapat dari *behavior intention* terhadap *use behavior* dalam menggunakan QRIS dapat diartikan bahwa hasil **didukung**. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya ***behavior intention* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku penggunaan pelaku UMKM menggunakan sistem pembayaran QRIS.**
7. Pengaruh pengalaman yang memoderasi *facilitating condition* terhadap minat menggunakan QRIS memperoleh nilai *original sampel* -0,047 dan P value sebesar 0,326 > 0,05 yang dapat diartikan bahwa nilai **tidak didukung**. Dapat disimpulkan bahwa **pengalaman tidak memperkuat pengaruh *facilitating condition* terhadap minat pelaku UMKM menggunakan sistem pembayaran QRIS.**
8. Pengaruh pengalaman yang memoderasi *behavior intention* terhadap perilaku penggunaan QRIS memperoleh nilai *original sampel* 0,009 dan P value sejumlah 0,905 > 0,05 yang diartikan bahwasanya nilai **tidak didukung**. Maka, dapat disimpulkan bahwa **pengalaman tidak memperkuat pengaruh *behavior intention* terhadap perilaku penggunaan sistem pembayaran QRIS.**

### **4.4.3 Pembahasan Hipotesis**

#### **4.4.3.1 Pengaruh *Social Influence* terhadap Minat Pelaku UMKM dalam Menggunakan Sistem Pembayaran QRIS**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, *social influence* tidak berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS. *Social influence* bukan menjadi salah satu alasan UMKM dalam mempengaruhi minat menggunakan QRIS. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Pangestu & Pasaribu, 2022 dan Ridwan & Dharma, 2022) yang menyatakan bahwa *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat para pengguna.

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa para pelaku UMKM dalam mengetahui dan menggunakan QRIS sudah sangat umum, sehingga responden menganggap biasa saja dan UMKM lebih mengutamakan manfaat nyata yang diberikan QRIS untuk menunjang kinerja usaha mereka terutama dari aspek efisiensi dan keuntungan nyata yang dirasakan dari penggunaan teknologi.

#### **4.4.3.2 Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap Minat Pelaku UMKM dalam Menggunakan Sistem Pembayaran QRIS**

Melihat dari data yang telah diolah, *performance expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap minat pelaku UMKM

menggunakan QRIS. *Performance expectancy* bukan menjadi salah satu alasan pelaku UMKM dalam mempengaruhi minat menggunakan QRIS. Hasil tersebut selaras dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Paat et al., 2022 dan Wibowo & Rimadias, 2022) yang telah menyatakan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh signifikan bagi para pengguna.

Hal tersebut dapat terjadi karena apapun kinerja yang telah diberikan oleh QRIS, bagi UMKM yang telah menggunakan QRIS cenderung menerima apapun kinerja yang diberikan oleh sistem pembayaran tersebut.

#### **4.4.3.3 Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap Minat UMKM dalam Menggunakan QRIS.**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan melihat data yang sudah diolah, membuktikan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif signifikan terhadap minat pelaku UMKM menggunakan sistem pembayaran QRIS. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Paat et al., 2022 dan Patil et al., 2020) yang membuktikan bahwasanya *effort expectancy* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat para penggunanya.

Adanya pengaruh *effort expectancy* dengan peminatan dikarenakan para pelaku UMKM dalam menggunakan sistem pembayaran QRIS menilai sangat efektif dan efisien dalam melakukan transaksi dengan *customer*. Kemudahan yang dirasakan

yakni dengan hanya *scan bar code* yang telah disiapkan di kasir setelah itu pengguna hanya perlu memasukan nominal yang sesuai dengan harga, sehingga hal ini dapat menumbuhkan minat menggunakan QRIS bagi pelaku UMKM.

#### **4.4.3.4 Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap Minat Pelaku UMKM dalam Menggunakan Sistem Pembayaran QRIS**

Berdasarkan data yang telah didapat dan dilakukanya pengolahan, *facilitating condition* terbukti tidak memiliki pengaruh terhadap minat pelaku UMKM dalam menggunakan sistem pembayaran QRIS. *Facilitating condition* bukan menjadi salah satu alasan pelaku UMKM dalam mempengaruhi minat menggunakan QRIS. Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Wibowo & Rimadiaz, 2022) yang menyatakan bahwa *facilitating condition* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaanya.

Dikarenakan para pelaku UMKM sudah merasa terbiasa menggunakan *e-money* dalam bertransaksi sebelum adanya QRIS hal tersebut tidak mempengaruhi minat dalam menggunakan . *E-money* yang dimaksud adalah layanan ovo, dana gopay yang sudah terlebih dulu digunakan oleh para UMKM sehingga dalam temuan penelitian ini mengidentifikasi bahwa *facilitating condition* yang ditawarkan seperti fasilitas yang diperlukan, pengetahuan yang memadai, adanya bantuan ketika mengalami kesulitan dalam

menggunakan QRIS, dan kompatibel tidak mempengaruhi minat menggunakan secara actual dalam mengadopsi fitur QRIS. Dengan kata lain, para UMKM yang menggunakan QRIS menganggap adanya faktor lain dalam mempengaruhi minat menggunakan QRIS seperti ketidaksiapan pengguna ketika terjadi hal diluar kendali, pemahaman yang diperlukan untuk menggunakannya dan tidak adanya solusi yang diberikan untuk memecahkan masalah tersebut membuat *facilitating condition* tidak berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS.

#### **4.4.3.5 Pengaruh *Price Value* terhadap Minat Pelaku UMKM dalam Menggunakan Sistem Pembayaran QRIS**

Untuk pengolahan data yang telah dilakukan, membuktikan bahwa *price value* mendapatkan nilai yang positif terhadap minat menggunakannya. Hasil tersebut didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Bharata & Widyaningrum, 2020; Shafly, 2020) membuktikan bahwa *price value* berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaannya. Dengan kata lain, harga implementasi yang terjangkau, harga layanan dengan pelayanannya, harga saat menggunakan dengan manfaat yang dirasakan oleh para UMKM yang menggunakan QRIS menunjukkan bahwa *price value* berpengaruh terhadap minat menggunakan.



#### **4.4.3.6 Pengaruh Minat Menggunakan Terhadap Perilaku Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS**

Dilihat dari pengolahan data yang telah didapat, mengungkapkan bahwa minat menggunakan terbukti berpengaruh terhadap perilaku penggunaan. Sejalan dengan penelitian yang terlebih dahulu dilakukan oleh (Shafly, 2020 dan Patil et al., 2020) yang membuktikan bahwa *behavior intention* terbukti berpengaruh terhadap *use behavior*.

Niat positif tinggi yang dimiliki para pelaku UMKM untuk menggunakan QRIS sebagai sarana pembayaran cenderung membuat para UMKM terus menggunakannya dalam sehari-hari. Dengan kata lain, keefektifan dan efisiensi yang dirasakan ketika menggunakan, harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan menjadi pendukung minat menggunakan terhadap perilaku penggunaannya. Artinya, semakin tinggi minat menggunakan, maka akan semakin tinggi pula perilaku penggunaannya.

#### **4.4.3.7 Pengalaman Memperkuat Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap Minat Pelaku UMKM dalam Menggunakan QRIS**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka hasil yang di dapatkan adalah pengalaman terbukti tidak memiliki pengaruh atau tidak memperkuat *facilitating condition* terhadap minat pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Saragih & Rikumahu,

2022) yang membuktikan bahwa pengalaman tidak memperkuat *facilitating condition* terhadap teknologi.

Dapat disimpulkan bahwasanya mayoritas responden pada penelitian ini tidak menganggap bahwa pengalaman yang dimiliki mengenai *facilitating condition* bukan lagi menjadi hal yang penting bagi responden ketika menggunakan QRIS. Walaupun UMKM telah memiliki pengalaman terkait fasilitas tidak membuat UMKM semakin berminat. Artinya bahwa pengalaman tidak memperkuat pengaruh *facilitating condition* terhadap minat pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS.

#### **4.4.3.8 Pengalaman Memperkuat Pengaruh Minat Menggunakan Terhadap Perilaku Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS**

Data yang telah didapat dan diolah membuktikan bahwa pengalaman tidak memperkuat *behavior intention* terhadap perilaku penggunaan QRIS. Sejalan dengan penelitian yang terlebih dahulu dilakukan oleh (Saragih & Rikumahu, 2022) bahwa pengalaman terbukti tidak memoderasi *behavior intention* terhadap *use behavior*.

Hasil dapat diartikan bahwa pengalaman yang didapat tidak dapat mendorong minat pelaku UMKM dalam menggunakan sistem pembayaran QRIS. Hal tersebut terjadi bahwasanya UMKM sudah menganggap semua e-money sama saja sehingga tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *social influence*, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating condition*, *price value* terhadap minat dan perilaku penggunaan sistem pembayaran QRIS pada pelaku UMKM. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT2). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM yang berada di Kabupaten Sleman yang telah menggunakan QRIS dalam sarana pembayarannya. Sampel diperoleh sebanyak 217 responden dengan menggunakan metode non probability sampling. Untuk melakukan metode analisis data pada penelitian ini menggunakan *Partial Least Squares* (PLS) dengan software *SmartPLS* 4.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *variable effort expectancy*, *price value* berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM menggunakan QRIS. Selain itu, minat menggunakan juga berpengaruh terhadap perilaku penggunaan sistem pembayaran QRIS. Sedangkan *variable social influenc*, *performance expectancy*, *facilitating condition* dan moderasi pengalaman terbukti tidak berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM menggunakan sistem pembayaran QRIS.

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan bahwasanya hasil dari *social influence* tidak berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS.

2. Penelitian ini memiliki hasil bahwa *performance expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap minat pelaku UMKM dalam menggunakan sistem pembayaran QRIS.
3. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *effort expectancy* terbukti berpengaruh positif terhadap minat pelaku UMKM dalam menggunakan sistem pembayaran QRIS.
4. Penelitian ini memiliki hasil bahwa *facilitating condition* tidak memiliki pengaruh terhadap minat pelaku UMKM dalam menggunakan sistem pembayaran QRIS.
5. Penelitian ini membuktikan bahwa *price value* terbukti berpengaruh positif terhadap minat pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS.
6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *behavior intention* terbukti berpengaruh positif terhadap *use behavior* dalam menggunakan QRIS.
7. Penelitian ini membuktikan bahwa pengalaman terbukti tidak memperkuat *facilitating condition* terhadap minat pelaku UMKM menggunakan QRIS
8. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman tidak terbukti memperkuat *behavior intention* terhadap perilaku penggunaan QRIS.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mempunyai keterbatasan yang sekiranya dapat mempengaruhi hasil yang ada dalam penelitian ini, beberapa keterbatasnya yaitu :

1. Pengambilan responden dalam penelitian ini masih sebatas pelaku UMKM yang dapat dijangkau oleh penulis dan masih banyak Kapanewon yang belum terjangkau secara merata oleh penulis.
2. Responden dalam penelitian ini mayoritas UMKM kategori mikro dengan omzet max Rp 300.000.000, sehingga untuk kategori kecil dan menengah masih belum merata.
3. Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan kuesioner google form, maka dari itu masih banyak UMKM yang merasa kebingungan dalam cara pengisiannya.

### **5.3 Implikasi Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diharapkan *social influence, performance expectancy, effort expectancy, facilitating condition, price value, behavior intention* dan *use behavior* dapat diteliti lebih lanjut pada penelitian selanjutnya yang akan membahas dengan pembahasan yang sama. Mengingat bahwa belum semua variabel dalam penelitian ini terbukti positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap minat UMKM dalam menggunakan QRIS.

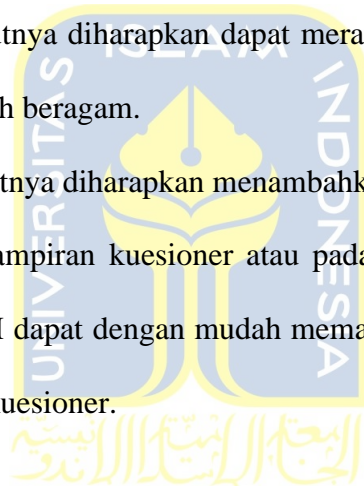
UMKM yang telah mengadopsi sistem pembayaran QRIS diharapkan terus dipertahankan dan memaksimalkan penggunaan QRIS (Quick Response Indonesian Standard) sebagai alat pembayaran untuk pengelolaan usaha yang lebih efisien dan efektif.

Penyedia layanan QRIS diharapkan memperhatikan effort expectancy, price value, dan behavior intention. Sebagai bahan evaluasi untuk pengembangan layanan sistem pembayaran yang lebih baik dan memiliki inovasi baru.

#### **5.4 Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan dan keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, maka saran yang direkomendasikan untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas jangkauan responden per kapanewon agar dapat menjangkau UMKM yang lebih beragam.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meratakan semua kategori UMKM agar hasilnya lebih beragam.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan keterangan bagaimana cara pengisian pada lampiran kuesioner atau pada halaman pertama kuesioner, agar para UMKM dapat dengan mudah memahami petunjuk yang diberikan untuk pengisian kuesioner.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015a). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*.
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015b). Partial Least Squares Structural Squation Modeling (PLS-SEM) Analysis for Social and Management Research : A Literature Review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 114–123.
- Amoroso, D. L., & Chen, Y. (2017). Constructs Affecting Continuance Intention In Cinsumers With Mobile Financial Aaos: A Dual Factor Approach. *Journal of Information Technology Management*, XXVIII(3).
- Andreas, C. (2012). UTAUT and UTAUT 2: A Review and Agenda for Future Research. *The Winners*, 13(2), 106–114.
- Azis, E., & Kamal, R. M. (2016). Adopsi Teknologi Belanja Online Oleh Konsumen Umkm Dengan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2. *CR Journal* , 2(1), 19–38.
- 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>
- Bharata, W., & Widyaningrum, P. W. (2020). Analisis Penerimaan Teknologi Mobile Banking Terhadap Use Behavior Melalui Pendekatan Model UTAUT 2 (Studi Pada Nasabah KCU BCA Malang). *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 139. <https://doi.org/10.25273/capital.v3i2.6080>

- C, F., & Cha, J. (1992). *Partial Least Square. Advance Methods in Marketing Research. Oxford: Basil Blackwell Ltd.*
- Cahyani, U. E., Sari, D. P., & Afandi, A. (2022). Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment: The Moderating Role of Knowledge of Zakat. *Ziswaf: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v9i1.13330>
- Danilo Gomes de Arruda. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan QRIS Pada UMKM.*
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS).*
- Hair Jr, J. f, Black, william c, Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2011). Preparation and Characterization of Nonwoven Fibrous Biocomposites for Footwear Components. In *Polymers* (Vol. 12, Issue 12, pp. 1–18). <https://doi.org/10.3390/polym12123016>
- Here, D., & Kelen, L. H. S. (2022). Persepsi Pemilik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Terhadap Penggunaan Pembayaran Secara Elektronik. *Economics and Social Humanities*, 1(Economic and Sosical Humanities), 1–9.
- J.J, B., B.H, S., & L, Z. (2009). *Brand Experience : What is it? How is it Measured? Does it Affect Loyalty? Journal of Marketing*, Vol.73, No.2, pp.
- Jaya, I. G. N. M., & Sumertajaya, I. M. (2008). Pemodelan Persamaan Structural dengan Partial Least Square. *Semnas Matematika Dan Pendidikan Matematika 2008*, 118–132.



- Maharani, Y. (2021). Minat Generasi Z Menggunakan Kembali Transaksi Mobile Payment: Pendekatan Model UTAUT 2. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis* : 140–154. <https://doi.org/10.31289/jab.v7i2.5641>
- Mahyuni, L. P., & Setiawan, I. W. A. (2021). Bagaimana QRIS Menarik Minat UMKM? Sebuah Model Untuk Memahami Intensi UMKM Menggunakan QRIS. *Forum EKonomi*, 23(4), 735–747.
- Natalina, S. A., Zunaidi, A., & Rahmah, R. (2021). Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Strategi Survive UMKM Di Masa Pandemi di Kota Kediri. *ISTITHMAR : Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam*, 5(2), 43–62. <https://doi.org/10.30762/itr.v5i2.3376>
- Paat, T. B. S., Tulung, J. E., & Saerang, R. T. (2022). Analyzing Behavioral Intention of E-Wallet Usage in Food and Beverage At Micro Small and Medium Enterprises (Msme) in Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 227. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39761>
- Pangestu, M. G., & Pasaribu, J. P. K. (2022). 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). *Jurnal MANAGE*, 1(1), 29–37. <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage/article/view/23%0Ahttps://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage/article/download/23/18>
- Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Raghavan, V. (2020). Understanding Consumer Adoption of Mobile Payment in India: Extending Meta-UTAUT

- Model With Personal Innovativeness, Anxiety, Trust, and Grievance Redressal. *International Journal of Information Management*, 54(February), 102144. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102144>
- Prasetyo, B., & Jannah, L. M. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasinya*.
- R, H. (2007). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi dan Penggunaan Sistem Informasi. Simposium Nasional Akuntansi X*.
- Ridwan, M. A., & Dharma, F. (2022). Factors Affecting the Use of Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) with the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 7(1). [www.ijisrt.com](http://www.ijisrt.com)
- Saibil, D. I., Sodik<sup>2</sup>, F., & Mardiah, A. A. (2022). Factors Affecting the Intention of Using Qris in Sharia Mobile Banking. *Jurnal Nisba H*, 8, 76–92.
- Santika, A., Aliyani, R., & Mintarsih, R. (2022). Persepsi Dan Intensi Pelaku Umkm Terhadap Penggunaan Qris Sebagai Sistem Pembayaran Digital Di Kota Tasikmalaya. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(4), 61–70. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i4.142>
- Santosa, P. I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Pengembangan Hipotesis dan Pengujiannya Menggunakan SmartPLS*.
- Saragih, Y. W., & Rikumahu, B. (2022). Analisis Faktor Adopsi E-Wallet Gopay, OVO, dan DANA dengan Model UTAUT2 pada Masyarakat Jawa Barat. *Jurnal Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 11(1), 70–87.

<https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal>

Setiawan, I. W. A., & Mahyuni, L. P. (2020). QRIS Di Mata UMKM: Eksplorasi Persepsi Dan Intensi UMKM Menggunakan QRIS. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10, 921.

<https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i10.p01>

Shafir, E. (Ed.). (2016). *Dasar-Dasar Behavioral Dalam Kebijakan Publik* (1st ed.). Pustaka Belajar.

Shafly, N. A. (1981). Penerapan Model Utaut2 Untuk Menjelaskan Behavioral Intention Dan Use Behavior Penggunaan Mobile Banking Di Kota Malang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Shafly, N. A. (2020). *Penerapan Model UTAUT2 untuk Menjelaskan Behavior Intention dan Use Behavior Penggunaan Mobile Banking Di Kota Malang*.

Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 287–297.

<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>

Sudiatmika, N. B. P., & Martini, I. A. O. (2022). Faktor-Faktor Mempengaruhi Niat Pelaku UMKM Kota Denpasar Menggunakan QRIS. *Jmm Unram*, 11(3), 239–254. <https://doi.org/10.29303/jmm.v11i3.735>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

Tanjung, M. A. (2017). *Koperasi dan UMKM Sebagai Fondasi Perekonomian Indonesia* (O. M. Dwisari & A. Maulana (Eds.)). Erlangga.

Venkatesh, V., G. Morris, M., B. Davis, G., & D. Davis, F. (2003). User Acceptance

of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 28(4), 695–704.

Venkatesh, V., Jamesh, Y. ., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance And Use of Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance And Use of Technology. *2015 IEEE MTT-S International Microwave Symposium, IMS 2015*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.1109/MWSYM.2015.7167037>

Wardani, L., & Masdiantini, P. R. (2022). Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial Budaya, Motivasi Hedonis Dan Nilai Harga Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 12(1), 254–263.

<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJA/article/view/38188%0Ahttps://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJA/article/download/38188/22735>

Wibowo, P., & Rimadiaz, S. (2022). *Perilaku Penggunaan QRIS BRIMO Pada Pedagang*. 14(2).

Yoo, S. J., Han, S. H., & Huang, W. (2012). The Roles of Intrinsic Motivators and Extrinsic Motivators in Promoting E-Learning in the Workplace: A Case From South Korea. *Computers in Human Behavior*, 28(3), 942–950.

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.12.015>

Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2010). Integrating TTF and UTAUT to Explain Mobile Banking User Adoption. *Computers in Human Behavior*, 26(4), 760–767. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.01.013>

## LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1 KUESIONER

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan nama saya Fika Lathifatus Saadah, saya merupakan salah satu mahasiswa tingkat akhir Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. saat ini saya sedang melakukan penelitian guna memenuhi tugas akhir skripsi dengan judul "**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pelaku UMKM Menggunakan Sistem Pembayaran QRIS (Studi Kasus di Kabupaten Sleman)**". Sehubungan dengan maksud tersebut, ditengah kesibukan saudara/i, saya memohon bantuan untuk ketersediaanya meluangkan waktu guna mengisi kuesioner ini.

Dalam kuesioner ini tidak ada benar atau salah dalam setiap pertanyaan, jawaban yang diharapkan saudara/i adalah jawaban yang sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Kuesioner ini dibuat untuk kepentingan penyelesaian Tugas Akhir. Seluruh data dan informasi responden tidak akan mempengaruhi studi responden serta dijamin kerahasiaanya.

Adapun responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah Pelaku UMKM yang menggunakan QRIS dan bertempat di Kabupaten Sleman.

Atas partisipasi Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, dengan rendah hati saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

## KUESIONER PENELITIAN

### Bagian 1

1. Nama Lengkap :
2. Bentuk Usaha :
3. Nama Usaha :
4. Sektor Usaha :

- Kuliner
- Fashion
- Pendidikan
- Otomotif
- Agrobisnis
- Teknologi Informasi
- Perdagangan dan Jasa

5. Tahun Berdiri :
6. Omzet Pertahun :
7. Kapanewon :

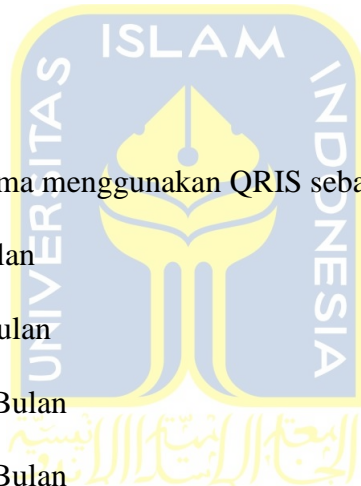
- Berbah
- Cangkringan
- Depok
- Gamping
- Godean
- Kalasan
- Minggir



- Mlati
- Moyudan
- Ngaglik
- Ngemplak
- Pakem
- Prambanan
- Seyegan
- Sleman
- Tempel
- Turi

4. Sudah berapa lama menggunakan QRIS sebagai sarana pembayaran:

- 0 – 6 Bulan
- 7 – 12 Bulan
- 13 – 24 Bulan
- 25 – 30 Bulan
- > 30 Bulan



5. Nomor E Wallet untuk pemberian intensif (\*optional)

6. E-Wallet

- Gopay
- OVO
- Shopee Pay
- Dana

Bagian 2

Silakan jawab pertanyaan dibawah ini dengan memilih salah satu jawaban yang disediakan dengan keterangan sebagai berikut:

Keterangan nilai skala:

1 = (STS) Sangat Tidak Setuju

2 = (TS) Tidak Setuju

3 = (KS) Kurang Setuju

4 = (CS) Cukup Setuju

5 = (S) Setuju

6 = (SS) Sangat Setuju

1. *Social Influence* (PS)

Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS
Saya minat menggunakan QRIS karena pengaruh artis/tokoh terkenal/idola.						
Saya minat menggunakan QRIS karena pengaruh teman dekat						
Saya minat menggunakan QRIS karena dorongan pembeli/konsumen						
Saya minat menggunakan QRIS berdasarkan informasi dan pengalaman orang lain						



## 2. Performance Expectancy (PE)

Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS
Saya minat menggunakan QRIS karena menguntungkan usaha yang saya kelola						
Saya minat menggunakan QRIS karena memberi alternatif metode pembayaran yang mudah						
Saya minat menggunakan QRIS karena memiliki sistem akuntansi atau pencatatan transaksi otomatis						
Saya minat menggunakan QRIS karena membantu menyelesaikan transaksi lebih cepat						

## 3. Effort Expectancy (EE)

Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS
Saya minat menggunakan QRIS karena tidak membutuhkan proses yang rumit						
Saya minat menggunakan QRIS karena sangat mudah digunakan sebagai alat pembayaran						
Saya minat menggunakan QRIS karena tidak perlu menyediakan uang kembalian						
Saya minat menggunakan QRIS karena Barcode QRIS hanya perlu ditempelkan di kasir						

#### 4. Facilitating Condition (FC)

Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS
Saya minat menggunakan QRIS karena memiliki fasilitas yang diperlukan untuk menggunakan QRIS						
Saya minat menggunakan QRIS karena memiliki pengetahuan memadai untuk menggunakan QRIS						
Saya dapat memperoleh bantuan dari orang lain saat mengalami kesulitan dalam menggunakan QRIS						
Saya minat menggunakan QRIS karena kompatibel dengan teknologi lain yang digunakan konsumen						

#### 5. Price Value

Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS
Saya minat menggunakan QRIS karena harga implementasinya masih terjangkau						
Saya minat menggunakan QRIS karena harga layanan QRIS sudah yang terbaik dengan layanan yang dijanjikan						
Saya minat menggunakan QRIS karena pada tingkat harga saat ini, QRIS memberikan manfaat yang baik						

## 6. Minat Menggunakan QRIS

Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS
Saya minat menggunakan QRIS dalam menerima pembayaran dibandingkan menggunakan cara lain						
Saya minat menggunakan QRIS untuk menjalankan usaha saya terutama dalam hal pembayaran non tunai						
Saya minat menggunakan QRIS karena manfaat yang diberikan						
Saya minat menggunakan QRIS secara berkelanjutan di masa mendatang						

## 7. Perilaku Penggunaan

Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS
Saya mendaftar fitur QRIS sebagai opsi pembayaran						
Saya menggunakan QRIS sebagai sarana pembayaran						
Saya menerima pembayaran melalui QRIS lebih dari 5 kali dalam sehari						
Saya dapat memantau aktifitas transaksi pembayaran melalui QRIS						

## LAMPIRAN 2 TABULASI DATA

Social influence				Performance Expectancy				Effort Expectancy				Facilitating Condition			
SI 1	SI 2	SI 3	SI 4	PE 1	PE 2	PE 3	PE 4	EE 1	EE 2	EE 3	EE 4	FC 1	FC 2	FC 3	FC 4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	5	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	3	5
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6
4	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
3	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	5
4	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6
4	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	5
4	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6
5	5	6	6	6	6	4	6	6	6	6	6	5	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	4	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6
6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	5	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	4	6
5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6

3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	3	3	6
4	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	5	6	6
4	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	4	6
5	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	4	6
3	4	5	5	5	6	6	5	5	6	6	6	5	5	4	5
1	2	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	2	4	6
6	5	6	5	6	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5
6	6	6	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5
5	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6
5	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	5	6	5	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	4	6
5	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	5	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	3	6
2	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
3	4	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	4	5
4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
1	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6
3	3	6	6	6	6	5	6	5	6	6	5	5	5	4	5
1	3	5	5	5	6	5	5	5	5	6	6	5	5	3	5
3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	2	4
3	4	6	5	5	6	5	4	5	6	6	5	6	5	5	6
6	4	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	4	6
5	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5
6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	4	6

4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	3	6
4	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	4	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	4	6
5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	4	4	6
5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5
5	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	6	4	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
1	1	1	2	3	6	6	6	6	6	6	6	3	4	3	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6
4	6	6	6	6	5	6	6	6	4	6	6	5	4	3	6
5	6	6	5	6	6	6	6	4	6	6	6	6	5	4	6
4	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	5	5	4	6
5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5
4	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	4	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	4	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	5	5	5	6	5	6	6	6	6	6	4	6
4	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	5	4	6
5	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	6	6	5	5	6	5	6	5	5	4	6
2	6	4	5	6	5	4	5	5	5	6	4	6	5	4	6
1	3	4	5	5	4	6	6	5	4	6	6	4	6	5	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6
3	3	5	3	5	6	5	5	4	5	6	5	5	5	4	5
1	6	4	5	6	4	5	6	4	5	6	4	6	4	6	5
5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5
1	5	4	5	6	5	6	5	5	4	4	6	5	4	6	4
5	6	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	5	6
3	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	5	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6

1	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6
1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5
6	5	6	6	6	5	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6
6	5	6	5	6	5	5	6	6	6	5	5	6	6	6	6
5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6
5	5	6	5	5	6	4	6	1	6	6	6	5	5	6	5
1	4	5	5	4	6	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	2	1	1	6	6	6	6	6	6	6	6	1	6	1
5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	3	6
4	5	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	1	4	4	1
4	6	6	6	6	6	4	6	6	6	6	6	5	4	4	6
1	5	5	5	5	6	6	6	5	5	6	5	5	5	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
1	5	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	6
5	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	4	6
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	4	6

4	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	6
3	3	5	5	5	6	5	5	5	5	6	6	5	6	5	6
5	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	5	5	5	4	6
5	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	4	6
4	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
3	4	6	5	4	4	5	5	4	5	6	6	6	4	5	6
3	4	6	6	5	6	5	6	6	6	6	6	6	4	5	6
4	3	6	6	6	6	2	6	6	6	6	6	6	6	6	6
1	4	6	6	6	6	4	6	5	5	6	6	6	4	3	6
3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	6	4	5	5	4	6
1	1	6	4	5	6	5	6	6	6	6	6	5	5	4	6
3	4	6	6	5	5	3	5	5	4	6	6	6	3	4	6
5	5	6	6	5	4	4	6	6	6	6	6	6	6	3	5
2	4	6	6	6	4	3	6	5	6	6	6	4	6	6	6
2	4	6	6	5	6	4	6	4	6	5	6	4	6	3	6
1	2	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	4	6	6
4	5	6	6	6	6	4	5	5	6	6	4	4	5	3	6
1	4	5	5	4	5	3	6	5	5	5	6	5	5	6	6
3	5	6	5	5	4	4	6	5	4	5	6	4	5	3	6
3	5	6	5	5	6	3	6	6	5	6	6	5	4	3	6
4	5	6	4	5	6	6	5	4	5	6	5	1	4	4	2
5	5	6	5	5	5	5	6	4	5	6	6	5	4	4	6
2	4	6	5	6	6	4	5	5	5	5	6	5	4	2	6
6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	6	6	5	3	4	5
5	6	6	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	6	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4	6
3	4	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	5	6
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	6	5	5	6	4	6	5	6	6	6	5	6	4	6
6	5	6	6	4	5	3	6	4	6	6	6	5	5	3	6
1	5	6	5	5	6	4	6	5	5	6	6	5	4	3	5
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
3	5	6	6	6	6	4	6	4	5	6	6	5	6	3	6
2	4	6	6	4	5	3	6	5	6	6	5	5	4	4	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	1	6	1	1
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
1	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6



6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5
2	6	5	5	6	5	5	4	6	6	6	6	6	6	6	6
1	5	5	6	6	5	6	6	5	6	6	6	5	6	5	5
2	6	4	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	5	5
1	6	5	5	6	5	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6
6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	1	6	1	1
2	6	5	3	5	4	6	5	6	4	6	6	6	4	4	4
4	5	6	6	6	6	4	5	5	5	6	6	5	5	5	6
4	4	6	6	5	6	3	5	6	5	6	5	5	5	6	6
3	6	5	4	6	6	4	5	6	5	6	6	6	6	4	5
6	6	6	5	1	5	4	3	6	5	5	4	6	1	4	4
4	5	6	6	5	6	3	6	5	5	6	6	5	5	4	6
1	5	5	4	6	4	5	5	1	4	5	3	6	5	5	6
4	5	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6
1	6	5	5	6	5	5	5	6	4	5	2	5	6	5	6
4	5	4	6	1	4	5	2	6	4	5	5	6	5	4	4
5	5	6	6	5	5	4	6	5	6	5	6	6	5	5	6
1	6	5	4	5	4	5	6	6	6	6	4	1	5	5	5
1	6	5	5	6	5	5	6	6	5	5	6	6	6	6	5
5	6	6	6	5	5	4	6	6	5	6	6	5	5	5	6
1	5	6	5	6	5	5	6	6	5	6	6	5	5	6	6
5	6	6	5	6	5	4	6	1	4	5	1	6	5	5	6
2	4	6	6	1	5	3	2	5	6	5	5	6	5	6	5
3	5	5	6	4	5	3	5	5	5	6	5	6	4	4	1
2	5	6	5	6	5	4	6	5	5	6	5	1	2	2	1
1	5	5	6	1	6	4	1	5	5	6	6	5	5	5	6
6	6	6	6	5	5	6	6	3	5	6	1	5	5	5	6

Price Value			Behavior Intention				Use Behavior				Experience
PV1	PV2	PV3	BI1	BI2	BI3	BI4	UB1	UB2	UB3	UB4	E
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	0	3
6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	6
6	5	6	3	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	3	6	6	6	6	6	6	6	5
6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	3
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	2
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	1
6	6	6	3	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	3

6	6	6	3	6	6	6	6	6	6	4	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	1
5	5	6	1	5	5	6	6	6	6	6	5
5	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5
5	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	5
5	5	6	4	5	6	6	6	6	4	5	4
6	6	6	3	5	6	6	6	6	6	5	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	2
5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	2
6	6	6	3	6	6	6	6	6	6	6	5
6	6	6	3	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5
6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	4	6
6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	3
6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	5
6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	4	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5
6	6	6	3	6	5	6	6	6	6	4	2
6	6	6	3	6	6	6	6	5	4	4	4
6	6	5	3	5	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	3	5	6	6	6	6	6	4	6
6	6	5	4	6	6	6	6	6	6	6	6
4	4	5	4	5	5	6	5	5	4	5	4
5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	1
6	6	6	3	6	6	6	6	5	6	5	6
6	6	5	5	6	5	5	6	5	5	5	6
6	5	5	6	6	6	6	5	5	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3
6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5

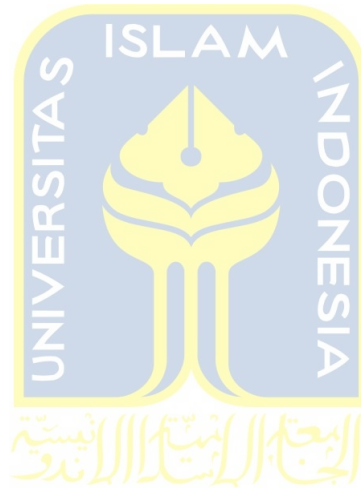
6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6
6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	3
6	6	6	5	5	6	6	5	6	6	6	4
6	6	6	3	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4
5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	3
4	4	5	2	5	5	5	5	5	4	5	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4
6	5	6	5	5	5	6	5	5	5	5	1
5	4	6	2	5	5	6	5	6	4	5	1
4	4	4	1	4	4	4	4	4	3	4	1
5	5	5	5	6	5	6	6	5	4	5	3
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	5	6	5	6	6	6	6	6	4
6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5
6	6	6	3	5	6	6	6	6	6	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	4	5	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	5
6	6	6	3	6	6	6	6	6	6	4	4
6	6	6	3	6	6	6	6	6	6	4	6
6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	5	5
4	4	5	3	5	6	6	6	6	6	4	4
6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	4	5
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5
6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3
6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	6	1
6	6	6	3	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	3	5	6	6	6	6	6	4	6

6	6	6	4	5	6	6	6	6	6	5	5
5	5	6	3	6	5	6	6	6	6	6	4
5	4	5	2	5	5	5	5	5	6	5	3
5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	4	4
6	5	6	3	5	6	6	6	6	6	5	4
6	3	5	3	5	6	6	6	6	6	5	6
6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	5	3
6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	5	5
6	4	5	4	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	4	6	6	6	5	6	6	6	5
5	6	6	4	5	6	6	6	6	6	6	5
6	5	5	5	6	4	6	6	4	5	5	5
4	5	6	4	5	6	4	5	4	6	4	4
4	6	5	1	4	5	5	6	4	4	5	4
6	6	6	4	6	6	5	6	6	6	5	6
5	4	5	1	5	5	5	5	5	5	5	1
6	4	4	2	4	4	5	5	5	5	3	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	6	2	4	4	4	4	4	5	5	4
6	1	4	6	6	6	6	6	6	6	6	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5
6	6	6	4	4	6	6	6	6	6	6	2
6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6
5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	3
5	6	6	6	6	6	5	5	5	6	5	6
5	5	4	2	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	6	6	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4
5	6	6	2	5	6	5	6	6	5	5	2
4	4	4	1	5	4	5	4	4	4	4	5
6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	4
6	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	5	5
6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	4

6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	4	6
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
4	5	3	2	4	4	4	5	5	5	6	1
5	5	5	4	6	6	6	6	6	6	6	2
6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	4
6	5	6	4	5	6	6	5	5	6	6	4
6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	4
6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	1	5	5	6	6	6	6	6	4
6	6	5	4	6	6	6	6	5	6	6	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4
5	5	6	4	6	6	6	6	6	6	6	3
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	4
5	6	5	4	6	6	6	5	6	6	6	4
6	5	6	4	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	4	6	6	6	6	6	2	4	4
5	6	5	4	6	6	6	6	5	3	1	6
5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	2
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	2
6	6	5	4	5	6	6	6	6	6	5	5
5	5	5	4	6	6	6	6	6	6	6	5
6	6	6	3	6	6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	4	6	6	6	6	5	6	6	4
5	6	6	4	5	6	6	5	6	6	5	4
5	5	5	2	5	6	5	6	6	4	6	5
6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	5	4
6	6	6	4	6	6	6	6	6	3	6	5
6	6	6	4	6	5	6	6	6	6	5	4
5	6	6	4	6	6	6	6	6	6	5	6
5	5	6	1	6	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	6	6	5	6	6	6	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	3
5	4	4	1	4	6	6	6	6	6	3	2
5	4	5	2	5	6	5	5	5	5	5	3
6	6	6	4	5	6	6	5	5	6	6	3
4	4	4	1	4	6	6	6	4	3	2	1
6	6	5	1	6	4	6	6	6	6	4	1

5	6	4	3	6	5	6	5	6	6	5	2
4	5	6	2	5	6	6	5	6	6	6	3
6	5	5	2	6	5	4	6	6	6	6	3
4	5	6	3	5	6	6	5	5	6	4	6
4	5	5	4	5	6	6	5	5	4	1	4
4	5	5	1	3	5	5	5	5	5	3	3
4	5	6	1	4	5	6	4	6	3	5	4
5	5	4	3	5	6	6	4	5	4	1	6
5	5	6	4	5	6	6	5	4	4	1	2
5	4	6	2	4	5	6	4	4	6	4	4
4	4	4	4	5	6	6	5	4	5	4	4
5	5	4	4	5	5	5	6	5	4	4	4
5	5	5	5	5	6	6	5	5	6	6	5
5	5	6	1	5	5	6	6	6	6	6	5
5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	6
3	4	6	3	5	6	6	5	5	4	3	3
5	5	6	3	5	4	6	5	5	3	3	1
5	1	5	6	6	6	6	6	6	3	4	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3
4	5	6	3	5	6	6	5	5	4	4	2
4	5	5	3	5	6	4	6	6	1	3	1
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	1
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	2
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	2
6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	1	3
6	5	5	6	5	5	6	6	6	6	6	3
6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6
6	6	5	6	5	4	6	6	5	6	5	2
6	5	5	6	6	6	5	5	5	5	1	2
4	5	4	1	5	5	4	6	6	6	6	6
5	5	5	3	5	6	6	6	6	6	6	4
5	5	5	3	5	6	6	5	5	6	1	4
6	5	5	1	6	5	5	6	6	6	6	5
6	4	5	1	4	5	5	6	4	4	1	3
4	4	6	4	5	6	6	6	6	6	6	4
5	4	5	4	5	6	6	6	5	5	5	4
5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	6	3

6	6	6	6	6	6	5	6	5	4	4	4
6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	5	4
4	4	4	4	5	6	6	5	5	5	5	2
6	6	5	5	5	6	6	6	6	5	5	4
6	6	5	1	5	5	5	6	4	4	2	6
5	5	5	3	5	5	6	6	6	4	1	3
6	6	6	1	4	5	6	6	6	5	4	4
6	5	5	2	4	4	3	6	6	6	6	2
5	5	5	3	4	6	5	6	6	3	5	2
5	5	5	3	5	6	6	5	5	5	2	1
6	5	6	2	5	4	6	5	5	5	2	4
5	5	5	3	5	6	6	5	5	4	1	3
5	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5



## Identitas Responden

<b>Nama Lengkap</b>	<b>Bentuk Usaha</b>	<b>Nama Usaha</b>	<b>Sektor Usaha</b>
Munirotul Umayah	Kuliner	Kantin Bu Mun	Kuliner
Parji	Perorangan	Toko tazkia	Perdagangan dan Jasa
Achmad ichsan	CV	Mina swalayan	Perdagangan dan Jasa
Yuli suwarno	Perorangan	Toko ijo royo royo	Perdagangan dan Jasa
Nurhayati	Perorangan	Toko Manggala	Perdagangan dan Jasa
Siti Puspitasari	perorangan	Toko Plastik AW	Perdagangan dan Jasa
Maryati	Perorangan	Market Angkringan	Kuliner
Wakiran	Perorangan	Mebel	Perdagangan dan Jasa
Ari Purnomo	Perorangan	Service	Perdagangan dan Jasa
Yusniati	Perorangan	Toko plastik amanda	Perdagangan dan Jasa
Agus Nurcahyono	Perorangan	Ngodeng Maguwoharjo	Kuliner
Fadhil mohammad	Perorangan	Alerta coffe	Kuliner
Tahu walik omta	Perorangan	Tahu walik omta	Kuliner
Agus tejo	Perorangan	Dea ceel	Teknologi Informasi
Rizki kumalasari	Perorangan	Affan sembako	Perdagangan dan Jasa
Suparno	Perorangan	Toko sembako sapari	Perdagangan dan Jasa
Prasetya Jaka N	Coffe shop	Moodbar	Kuliner
Davin Aldrich	Sablon Kaos	Ransom Studio	Fashion
Fahrul Rohman al mubarak	Pramuniaga	Qita swalayan	Perdagangan dan Jasa
Erwin maulana	Perorangan	Streetfood teror	Kuliner
Abdul fahmi	Perorangan	Motekar16	Kuliner
Siti Nurjanah	Perorangan	Mitra swalayan	Perdagangan dan Jasa
Amanda meysa	Perorangan	Toko kiko	Perdagangan dan Jasa
Roshita	Perorangan	Soto batok	Kuliner
Rizki dwi	Perorangan	YNT cell	Teknologi Informasi
Triyanto	Perorangan	Akur optik	Perdagangan dan Jasa
Retno wati	Perorangan	Laundry shafa	Perdagangan dan Jasa
Maulana	Perorangan	Warung pak lanjar	Kuliner



Yu titi	Perorangan	Pempek yuk titi	Kuliner
Ahmad	Perorangan	Toko Alia	Perdagangan dan Jasa
Dafa	Perorangan	Laundry Dafa	Perdagangan dan Jasa
Agung suprapto	Perorangan	Toko buah ABC jakal	Perdagangan dan Jasa
Setyaningsih Handayani	Perorangan	Dapoer Oemi	Kuliner
Edy Purwanton	Perorangan	Di bawah pohon rindang	Kuliner
Fathkul	Perorangan	Toko ida	Perdagangan dan Jasa
Eko susilo	Perorangan	Kinayung	Perdagangan dan Jasa
Ahmad	Perorangan	Warung sate cak ahmad	Kuliner
Dhadang hermawan	Perorangan	Toko safina	Perdagangan dan Jasa
Gunadi puji raharjo	Perorangan	Toko gunadi	Perdagangan dan Jasa
Cecep Kristiyan	Cuci Sepatu	Fresh Shoes Cleaning	Perdagangan dan Jasa
Waginah	Makanan	Siomay	Kuliner
Yayan suharyono	Perorangan	Toko milik kita	Perdagangan dan Jasa
Bambang Istowo	Perorangan	Toko besi bangunan mulyo	Perdagangan dan Jasa
budi utama	CV	cv vtech compushop	Perdagangan dan Jasa
Sigit Ismanto	CV	CV Mitra Pratama	Perdagangan dan Jasa
Leonilla Vari Amrta	Perorangan	Berkat Amrta Akshada	Perdagangan dan Jasa
CANDRA DEWI NUPEKSI	Perorangan	KENE COFFEE HOUSE	Kuliner
AGUNG TRIATMAJA SUTANTO	Perorangan	COVVEE	Kuliner
FRANKY HERMANTO	Perorangan	KEDAI KOPI TJEMARA	Kuliner
Ambarwati	Perorangan	Toko kusuma99	Perdagangan dan Jasa
Tiok	Perorangan	Kopirolas	Kuliner
Sugiyanto	Perorangan	Toko Sugiyanto	Perdagangan dan Jasa
Warno lastoyo	Perorangan	Toko pupuk yamada	Agrobisnis
Yusnita wati	Perorangan	Batik ecoprint	Fashion
Ellya nurhadi	Perorangan	Toko pertanian subur	Agrobisnis
TRESIA WIJASTUTI	Toko Roti	TOKO ROTI OMEGA	Kuliner
Desy Amalina	Perusahaan Perseorangan	ON TIME YK Jam & Kacamata	Perdagangan dan Jasa
Danis Aviccina Amin	Perorangan	Aviccina ScreenPrinting	Fashion
Rina Nuryani	Perorangan	Tarina Snack	Kuliner

FARHAN AZIZ MAULANA TAUFIK	TOKO KELONTONG	TOKO RENY JAYA	Perdagangan dan Jasa
Siti Malika Dhian	Perseorangan	Mamito	Kuliner
Amin Surachmad	Ikan segar kemasan	Harum	Agrobisnis
Wahyu Wulandari	Perseorangan	Maneka Aksesoris Yogyakarta	Perdagangan dan Jasa
Khanifatul hasanah	Warung jus	Kedai jus sakura	Kuliner
Suparno	Perorangan	Toko aviv	Perdagangan dan Jasa
Maryanto	Perorangan	Prayogo swalayan	Perdagangan dan Jasa
Rumpomo	Perorangan	Toko Rumpomo	Perdagangan dan Jasa
Tresia Widjiastuti	Perorangan	Toko roti omega	Perdagangan dan Jasa
Widiarti	Perorangan	D coffee gendiyut	Kuliner
Igna	Perorangan	Dk olshop pakaian	Perdagangan dan Jasa
Kayyisah	Perorangan	Kayyisah laundry	Perdagangan dan Jasa
Citra anggreini setyaningsih	Perorangan	Toko zha zha	Perdagangan dan Jasa
Sarmini bachrum	Perorangan	Swalayan	Perdagangan dan Jasa
Yuni	Perorangan	Laundry yuni	Perdagangan dan Jasa
Indra suwardi	Perorangan	Mahajeng's Craft	Fashion
Agus nugroho	Perorangan	Kopi gareng	Kuliner
Sumpeno	Perorangan	Warung pak peno	Kuliner
Iis relawati	Perorangan	Zada butik	Fashion
Zoel fadli	Perorangan	Adinda colection	Fashion
Taufik	Perorangan	Toko kelontong safira	Perdagangan dan Jasa
Suripta	Perorangan	Citra swalayan	Perdagangan dan Jasa
Aries pratama	Coffeshop	Culturehead	Kuliner
Joko widodo	Cv	Toko agung	Perdagangan dan Jasa
Syamsujatyo	Kopi,Non Kopi & Makanan Berat	Kopi Rolas	Kuliner
sidiq tri prabowo	kerajinan	mahardika craft	Perdagangan dan Jasa
Sulami	Perorangan	Candy swalayan	Perdagangan dan Jasa
Annita	Perorangan	Cozy swalayan	Perdagangan dan Jasa
Wahyu sujatmiko	Perorangan	Al husna swalayan	Perdagangan dan Jasa
Adi pristante	Perorangan	Chani swalayan	Perdagangan dan Jasa

Anang Rachmat H	Coldhands perorangan	Coldhands coffe	Kuliner
Tri wahyuningsih	Perorangan	Satria modiste	Fashion
Sri rejeki	Perorangan	Mie ayan pojok	Kuliner
Suhardana	Perorangan	WRM NY HARDONO	Kuliner
Supriyanti	Perorangan	Toko subur	Perdagangan dan Jasa
Suharno	Perorangan	Toko barokah	Pendidikan
Budiyani	Perorangan	Aezacell	Teknologi Informasi
Toro bayy	Perorangan	Layk trailer	Teknologi Informasi
Bambang isjulianto	Perorangan	Mie faezya	Kuliner
Juliani	Perorangan	Juliani cell	Teknologi Informasi
Raihan Putra	warung makan	warmindo	Kuliner
muhammad raihan	bengkel	Gilang racing	Otomotif
raihan choirul anwarr	pertanian	UD. mitra usaha	Agrobisnis
Edi tiawan	Perorangan	Kusuma jaya batik	Fashion
Ryan Teguh Cahyadi	Perdagangan	Nge churrosjogja	Kuliner
aisyah	service laptop	nurul cellulerr	Perdagangan dan Jasa
Edi s	Perorangan	Tuk sambel	Kuliner
nurul ilham	thrift	hai.thrifting	Fashion
Gunawan	Perorangan	Toko rumpomo	Perdagangan dan Jasa
Sarijo	Perorangan	Mitra craft	Fashion
Tri winarno	Perorangan	Kopi kembang	Kuliner
Sugeng Widodo	Pedagang Seafood keliling	Sugeng seafood	Perdagangan dan Jasa
Riyanto	Perorangan	Kopi pakem	Kuliner
Padmina anggraani	Fotocopy	Vega Print & Copy	Perdagangan dan Jasa
Devi laksita	Perorangan	Nguntara gati	Kuliner
Citra anggraeni	Perorangan	Zha-zha mart	Perdagangan dan Jasa
Muhammad apria imam majid	Bengkel	Karoseri bulus	Otomotif
Yohanes Ryanus	Perorangan	ryan shopp elektronik	Perdagangan dan Jasa
Ahmad Amin	Perorangan	Amin Ikan Hias dan Aquarium	Agrobisnis
Nanik	Perorangan	Luweh Echo	Kuliner
Rahmad	Perorangan	Kopi garden	Kuliner
Purwanto	Kuliner	Warung mie ayam+ Bakso "HANDAYANI"	Kuliner

ardi susapto	breeder & seller ikan predator	hyper aquafish	Perdagangan dan Jasa
Diah ayu niken	Perorangan	Eren.ecoprint	Fashion
Suranto	Perorangan	Soto pak bhe	Kuliner
Dea	Perorangan	Deacell	Teknologi Informasi
Rahmad	Perorangan	Koi 5 photography	Perdagangan dan Jasa
Igna	Perorangan	DK olshop pakaian	Fashion
Fardan Satrio	Perorangan	Toko Musik dan Tanaman Rasamala	Agrobisnis
vito taufik hidayat alkafi	toko klontong	toko alkafi	Perdagangan dan Jasa
Agus	Kuliner	Coffetography	Kuliner
Namira	Perorangan	Namira mart	Perdagangan dan Jasa
Syakira	Perorangan	Syakira collection	Fashion
Sudaryati	Perorangan	Rumah makan sudaryati	Kuliner
Seno haryadi	Perorangan	Ceriamart	Kuliner
Unsyia K	CV	Janji Jiwa Group	Kuliner
Delvina	Perorangan	Delvin smartphone	Perdagangan dan Jasa
Dinda	Perorangan	Double D	Perdagangan dan Jasa
Aska riski	Perorangan	Toko aska	Perdagangan dan Jasa
Nirwana	Perorangan	Nirwana mart	Perdagangan dan Jasa
Hadiyanto	Perorangan	Hadi elektronik	Perdagangan dan Jasa
Adi pristanto	Perorangan	Swalayan chani	Perdagangan dan Jasa
wahyu sujadmiko	Perorangan	Al husna swalayan	Perdagangan dan Jasa
Wahyu nur yadi	Perorangan	Js aksesoris	Fashion
Zahwa aisyah	Perorangan	Za mart	Perdagangan dan Jasa
Sulastri	Perorangan	Ono mart	Perdagangan dan Jasa
Supriyana	Laundry	Pondok Laundry	Perdagangan dan Jasa
Sulthan Azkal Azkiya	Sate taichan	Taichan SIA	Kuliner
Lina himmatul aliyah	Perorangan	Fikrunisa grosir	Perdagangan dan Jasa
Inayah	Perorangan	Dillah elektrik	Perdagangan dan Jasa
Fidia aprillia	Perorangan	Toserba ws pedak	Perdagangan dan Jasa
Hidayati	Perorangan	Indomekar mart	Perdagangan dan Jasa

Ulin nur rohma	Perorangan	Ulli salon	Perdagangan dan Jasa
Muhammad Althaf Y	Perorangan	Taichan AA	Kuliner
Alvina edria	Perorangan	Fla beauty kosmetik & aksesoris	Fashion
Sulastrri	Perorangan	Toko anugrah 2	Perdagangan dan Jasa
Anindita	Perorangan	Rayya house	Fashion
Nadia a	Perorangan	Toko src wk	Perdagangan dan Jasa
Aliyya	Swalayan atau Toserba	KN 1	Perdagangan dan Jasa
Aliyya	Toko swalayan atau toserba	KN (II)	Perdagangan dan Jasa
Wafiqa Azizah	Retail	shopatcloth	Fashion
Suyanti	Perorangan	Warung makan mbak yanti	Kuliner
Ahmad Syafii	Konveksi dan sablon	MDPL.INK	Fashion
Havis Gilang	Kelompok	Healbag	Fashion
Yanto	Perorangan	Warung milkita	Perdagangan dan Jasa
Syahroni	Perorangan	Lesehan roni	Kuliner
Supardi	Perorangan	Mie ayam dan bakso	Kuliner
Utik	Perorangan	Kantin Bu utik	Kuliner
Hening Sukmaningtyas	Coffee Shop	Saorsa Utara	Kuliner
Riskia	Perorangan	Spesial ayan rempah	Kuliner
Imania	Perorangan	Gladys cell	Teknologi Informasi
Nissa	Perorangan	Jackal cell	Teknologi Informasi
Andika	Perorangan	QK phone	Teknologi Informasi
Niswa	Perorangan	Nadiraa hijab	Fashion
Nanda wahyudi	Perorangan	Perdana foto copy	Teknologi Informasi
Asnan duta	Cv	Ahhas motor	Otomotif
Yoga maulana	Perorangan	Rahdatu	Kuliner
Fatimah	Perorangan	Faza frozen food	Perdagangan dan Jasa
Vinza bunga	Perorangan	Umpama	Kuliner
nabilah naura	coffee shop	lumi coffee	Kuliner
Unsyia	Cv	Kalis donut	Kuliner
Nurlita A	Perorangan	Tulip toko bahan kue	Perdagangan dan Jasa
Rahmawati	Perorangan	Aulia toko plastik dan bahan kue	Perdagangan dan Jasa
Surya yulianto	Perorangan	Bengkel mobil palugada	Otomotif
Eces	Perseorangan	Nasi goreng eces	Kuliner

Anis	Perorangan	Bimbel clastar	Pendidikan
Novita Kusuma dewi	Perorangan	Pondok belajar lestari	Pendidikan
Winda Agustina	Perorangan	Batik allussan	Fashion
Miftah	Perorangan	toko klontong madura	Perdagangan dan Jasa
Sanaya	Perorangan	Dapur sanaya	Kuliner
Laila	Perorangan	Al katsu kaliurang	Kuliner
Dani P	Perorangan	Creature	Perdagangan dan Jasa
Zidan	perorangan	zidan laundry	Perdagangan dan Jasa
Bowo	Perorangan	wow wow cell	Perdagangan dan Jasa
Kayyisah	perorangan	kayyisah laundry	Perdagangan dan Jasa
subur	perorangan	toko subur	Perdagangan dan Jasa
YUNI	perorangan	laundry bu yuni	Perdagangan dan Jasa
Yati	perorangan	warung pandanaran	Kuliner
Afifa putri	CV	Fashion icon	Fashion
Julia	Perorangan	Kian kopi	Kuliner
Andini	perorangan	kukiskula	Kuliner
bagaskara	perorangan	cucishini	Perdagangan dan Jasa
Pripta nur A	Perorangan	Peppy swalayan	Perdagangan dan Jasa
afnan	perorangan	martabak mama zora	Kuliner
Dimas	Perorangan	Kopi merapi	Kuliner
jaya	perorangan	binatu laundry	Perdagangan dan Jasa
melsa	perorangan	melsa laundry	Perdagangan dan Jasa
Sugiyanto	Perorangan	Toko anda	Perdagangan dan Jasa
hanafi	perorangan	kopi kembangan	Kuliner
rafa	perorangan	rafa perlengkapan kost dan rumah	Perdagangan dan Jasa
Agus	Perorangan	Saoto bathok mbah karto	Kuliner
suryo	perorangan	kopi garasi	Kuliner
aji	perorangan	kopi pasir	Kuliner
Bayu Nur pratama	Perorangan	Kopi galia merapi	Kuliner
Sumaryoto	Perorangan	Kopi klangon klangen	Kuliner
Ridwan ananta	Perorangan	Kopi Lhiyud	Kuliner
Sumantoro	Perorangan	Je Ha swalayan	Perdagangan dan Jasa
Angga S	Perorangan	Grosir batik yogya	Fashion

Tahun Berdiri	Omzet Pertahun	Kapanewon	Sudah berapa lama menggunakan QRIS sebagai sarana pembayaran
2013	Rp 504.000.000	Pakem	13 - 18 Bulan
2015	Rp 2.520.000.000	Ngaglik	> 30 Bulan
1998	Rp 1.500.000.000	Ngaglik	> 30 Bulan
2010	Rp 1.000.000.000	Pakem	25 - 30 Bulan
2010	Rp. 532.000.000,00	Turi	13 - 18 Bulan
2018	Rp. 332.000.000,00	Pakem	7 - 12 Bulan
2017	Rp. 250.000.000,00	Kalasan	0 - 6 Bulan
2000	Rp 300.000.000	Pakem	19 - 24 Bulan
2015	Rp. 252.000.000,00	Ngemplak	13 - 18 Bulan
2018	Rp 125.000.000	Depok	19 - 24 Bulan
2020	Rp. 270.000.000,00	Depok	0 - 6 Bulan
2020	Rp 120.000.000	Pakem	25 - 30 Bulan
2018	Rp 84.000.000	Depok	25 - 30 Bulan
2000	Rp 360.000.000	Pakem	25 - 30 Bulan
2015	Rp 396.000.000	Pakem	19 - 24 Bulan
2014	Rp 576.000.000	Pakem	> 30 Bulan
2019	Rp 270.000.000	Ngaglik	19 - 24 Bulan
2020	Rp 800.000.000	Ngemplak	7 - 12 Bulan
2015	Rp 120.000.000	Ngaglik	7 - 12 Bulan
2021	Rp 89.000.000	Ngemplak	25 - 30 Bulan
2015	Rp 2.880.000.000	Ngaglik	> 30 Bulan
2000	Rp 3.650.000.000	Ngemplak	19 - 24 Bulan
2015	Rp 570.000.000	Minggir	19 - 24 Bulan
2019	Rp 550.000.000	Pakem	> 30 Bulan
2010	Rp 650.000.000	Seyegan	25 - 30 Bulan
2015	Rp 470.000.000	Sleman	> 30 Bulan
2017	Rp 330.000.000	Ngaglik	13 - 18 Bulan
2011	Rp 500.000.000	Ngaglik	25 - 30 Bulan
2018	Rp 350.000.000	Ngaglik	> 30 Bulan
2015	Rp. 170.000.000	Depok	19 - 24 Bulan
2017	Rp. 220.000.000	Pakem	19 - 24 Bulan
2017	Rp 520.000.000	Ngemplak	25 - 30 Bulan
2018	Rp. 100.000.000	Kalasan	19 - 24 Bulan



2015	Rp. 84.000.000	Pakem	25 - 30 Bulan
2010	Rp 600.000.000	Ngemplak	7 - 12 Bulan
2008	Rp 250.000.000	Pakem	19 - 24 Bulan
2009	Rp 180.000.000	Pakem	19 - 24 Bulan
2014	Rp 750.000.000	Depok	> 30 Bulan
2001	Rp 510.000.000	Depok	> 30 Bulan
2019	Rp 48.000.000	Turi	19 - 24 Bulan
2011	Rp 70.000.000	Ngemplak	0 - 6 Bulan
1998	Rp 450.000.000	Depok	> 30 Bulan
2000	Rp 600.000.000	Depok	> 30 Bulan
2011	Rp 500.000.000	Depok	> 30 Bulan
2016	Rp 1.200.000.000	Depok	25 - 30 Bulan
2016	Rp 300.000.000	Depok	19 - 24 Bulan
2018	Rp 200.000.000	Depok	13 - 18 Bulan
2016	Rp 126.000.000	Depok	25 - 30 Bulan
2019	Rp 90.000.000	Depok	19 - 24 Bulan
2008	Rp 450.000.000	Pakem	25 - 30 Bulan
2015	Rp 890.000.000	Pakem	> 30 Bulan
2010	Rp 198.000.000	Prambanan	25 - 30 Bulan
2015	Rp 120.000.000	Prambanan	13 - 18 Bulan
2018	Rp 150.000.000	Seyegan	19 - 24 Bulan
2007	Rp 500.000.000	Prambanan	19 - 24 Bulan
2008	Rp 108.000.000	Mlati	19 - 24 Bulan
2021	Rp 80.000.000	Depok	13 - 18 Bulan
2019	Rp 50.000.000	Mlati	> 30 Bulan
2015	Rp 100.000.000	Gamping	19 - 24 Bulan
2023	Rp 170.000.000	Depok	0 - 6 Bulan
2019	Rp 96.000.000	Gamping	0 - 6 Bulan
2017	Rp 60.000.000	Gamping	0 - 6 Bulan
2019	Rp 50.000.000	Sleman	13 - 18 Bulan
2020	Rp 14.000.000	Godean	> 30 Bulan
2010	Rp 70.000.000	Berbah	19 - 24 Bulan
2012	Rp 340.000.000	Moyudan	25 - 30 Bulan
2018	Rp. 300.000.000,00	Minggir	19 - 24 Bulan
2011	Rp 108.000.000	Mlati	19 - 24 Bulan
2018	Rp. 210.000.000,00	Mlati	19 - 24 Bulan
2017	Rp 324.000.000	Pakem	19 - 24 Bulan
2017	Rp 324.000.000	Depok	19 - 24 Bulan
2015	Rp 750.000.000	Ngemplak	25 - 30 Bulan



2000	Rp	150.000.000	Prambanan	25 - 30 Bulan
2017	Rp	144.000.000	Ngaglik	19 - 24 Bulan
2014	Rp	360.000.000	Sleman	> 30 Bulan
2015	Rp	250.000.000	Pakem	25 - 30 Bulan
2009	Rp	150.000.000	Berbah	19 - 24 Bulan
2003	Rp	120.000.000	Berbah	> 30 Bulan
2014	Rp	150.000.000	Cangkringan	25 - 30 Bulan
2001	Rp	75.000.000	Cangkringan	19 - 24 Bulan
2000	Rp	60.000.000	Cangkringan	25 - 30 Bulan
2016	Rp	500.000.000	Ngemplak	25 - 30 Bulan
2010	Rp	2.500.000.000	Ngemplak	25 - 30 Bulan
2017	Rp	500.000.000	Pakem	13 - 18 Bulan
2020	Rp	10.000.000	Moyudan	0 - 6 Bulan
2010	Rp	110.000.000	Tempel	19 - 24 Bulan
2000	Rp	150.000.000	Ngaglik	> 30 Bulan
2013	Rp	220.000.000	Turi	25 - 30 Bulan
2005	Rp	240.000.000	Turi	19 - 24 Bulan
2017	Rp	500.000.000	Pakem	13 - 18 Bulan
2016	Rp	103.500.000	Kalasan	19 - 24 Bulan
2009	Rp	216.000.000	Kalasan	19 - 24 Bulan
2012	Rp	756.000.000	Moyudan	> 30 Bulan
2014	Rp	150.000.000	Moyudan	13 - 18 Bulan
2006	Rp	222.000.000	Moyudan	> 30 Bulan
2005	Rp	2.160.000.000	Moyudan	25 - 30 Bulan
2014	Rp	384.000.000	Moyudan	19 - 24 Bulan
2015	Rp	200.000.000	Moyudan	25 - 30 Bulan
2009	Rp	90.000.000	Mlati	25 - 30 Bulan
2016	Rp	50.000.000	Berbah	25 - 30 Bulan
2018	Rp	40.000.000	Mlati	19 - 24 Bulan
2019	Rp	60.000.000	Tempel	19 - 24 Bulan
2010	Rp	720.000.000	Mlati	> 30 Bulan
2023	Rp	80.000.000	Depok	0 - 6 Bulan
2003	Rp	70.000.000	Tempel	25 - 30 Bulan
2015	Rp	174.400.000	Minggir	> 30 Bulan
2016	Rp	90.000.000	Prambanan	19 - 24 Bulan
2008	Rp	300.000.000	Minggir	25 - 30 Bulan
2005	Rp	216.000.000	Seyegan	> 30 Bulan
2018	Rp	300.000.000	Seyegan	25 - 30 Bulan
2000	Rp	60.000.000	Ngaglik	7 - 12 Bulan

2017	Rp	500.000.000	Pakem	25 - 30 Bulan
2018	Rp	25.000.000	Ngemplak	19 - 24 Bulan
2018	Rp	180.000.000	Pakem	25 - 30 Bulan
2015	Rp	1.500.000.000	Ngemplak	> 30 Bulan
2020	Rp	20.000.000	Ngaglik	13 - 18 Bulan
2011	Rp	180.000.000	Sleman	> 30 Bulan
2005	Rp	150.000.000	Sleman	25 - 30 Bulan
2001	Rp	432.000.000	Tempel	25 - 30 Bulan
2017	Rp	300.000.000	Pakem	19 - 24 Bulan
2004	Rp	80.000.000	Pakem	7 - 12 Bulan
2018	Rp	50.000.000	Ngaglik	25 - 30 Bulan
2017	Rp	300.000.000	Godean	19 - 24 Bulan
2010	Rp	180.000.000	Godean	19 - 24 Bulan
2010	Rp	360.000.000	Pakem	25 - 30 Bulan
2012	Rp	300.000.000	Depok	19 - 24 Bulan
2018	Rp	324.000.000	Pakem	> 30 Bulan
2019	Rp	20.000.000	Depok	7 - 12 Bulan
2023	Rp	240.000.000	Ngaglik	0 - 6 Bulan
2020	Rp	550.000.000	Ngaglik	7 - 12 Bulan
2018	Rp	700.000.000	Mlati	19 - 24 Bulan
2017	Rp	600.000.000	Pakem	19 - 24 Bulan
2018	Rp	650.000.000	Pakem	19 - 24 Bulan
2019	Rp	700.000.000	Pakem	19 - 24 Bulan
2018	Rp	2.000.000.000	Depok	> 30 Bulan
2017	Rp	500.000.000	Turi	19 - 24 Bulan
2018	Rp	800.000.000	Turi	19 - 24 Bulan
2016	Rp	750.000.000	Turi	19 - 24 Bulan
2017	Rp	600.000.000	Turi	13 - 18 Bulan
2019	Rp	500.000.000	Turi	19 - 24 Bulan
2018	Rp	800.000.000	Turi	19 - 24 Bulan
2013	Rp	600.000.000	Turi	19 - 24 Bulan
2018	Rp	350.000.000	Turi	19 - 24 Bulan
2015	Rp	300.000.000	Turi	19 - 24 Bulan
2010	Rp	450.000.000	Turi	> 30 Bulan
2015	Rp	50.000.000	Godean	7 - 12 Bulan
2021	Rp	100.000.000	Sleman	7 - 12 Bulan
2017	Rp	3.600.000.000	Pakem	25 - 30 Bulan
2017	Rp	1.000.000.000	Pakem	25 - 30 Bulan
2005	Rp	3.000.000.000	Ngaglik	> 30 Bulan

2010	Rp	770.000.000	Tempel	19 - 24 Bulan
2017	Rp	150.000.000	Tempel	19 - 24 Bulan
2020	Rp	450.000.000	Depok	25 - 30 Bulan
2015	Rp	310.000.000	Tempel	19 - 24 Bulan
2013	Rp	450.000.000	Tempel	25 - 30 Bulan
2015	Rp	300.000.000	Tempel	19 - 24 Bulan
2011	Rp	800.000.000	Depok	> 30 Bulan
2000	Rp	2.000.000.000	Ngemplak	19 - 24 Bulan
2004	Rp	200.000.000	Mlati	25 - 30 Bulan
2020	Rp	312.000.000	Cangkringan	13 - 18 Bulan
2015	Rp	540.000.000	Depok	7 - 12 Bulan
2018	Rp	500.000.000	Depok	13 - 18 Bulan
2022	Rp	46.000.000	Depok	13 - 18 Bulan
2010	Rp	360.000.000	Depok	0 - 6 Bulan
2015	Rp	250.000.000	Depok	0 - 6 Bulan
2015	Rp	400.000.000	Ngemplak	7 - 12 Bulan
2010	Rp	500.000.000	Ngemplak	13 - 18 Bulan
2020	Rp	750.000.000	Depok	13 - 18 Bulan
2017	Rp	540.000.000	Ngaglik	> 30 Bulan
2017	Rp	300.000.000	Ngemplak	19 - 24 Bulan
2018	Rp	450.000.000	Ngemplak	13 - 18 Bulan
2014	Rp	450.000.000	Pakem	19 - 24 Bulan
2015	Rp	2.000.000.000	Depok	> 30 Bulan
2019	Rp	300.000.000	Ngemplak	7 - 12 Bulan
2004	Rp	3.000.000.000	Gamping	19 - 24 Bulan
2019	Rp	450.000.000	Ngaglik	19 - 24 Bulan
2018	Rp	2.160.000.000	Ngaglik	19 - 24 Bulan
2017	Rp	750.000.000	Ngemplak	25 - 30 Bulan
2020	Rp	500.000.000	Depok	25 - 30 Bulan
2020	Rp	2.000.000.000	Godean	> 30 Bulan
2017	Rp	550.000.000	Depok	13 - 18 Bulan
2010	Rp	500.000.000	Pakem	0 - 6 Bulan
2010	Rp	1.000.000.000	Sleman	19 - 24 Bulan
2017	Rp	500.000.000	Depok	13 - 18 Bulan
2015	Rp	120.000.000	Sleman	7 - 12 Bulan
2013	Rp	90.000.000	Prambanan	0 - 6 Bulan
2015	Rp	84.000.000	Mlati	19 - 24 Bulan
2018	Rp	120.000.000	Prambanan	0 - 6 Bulan
2017	Rp	90.000.000	Minggir	7 - 12 Bulan

2018	Rp	170.000.000	Pakem	19 - 24 Bulan
2016	Rp	500.000.000	Pakem	7 - 12 Bulan
2018	Rp	180.000.000	Pakem	13 - 18 Bulan
2017	Rp	150.000.000	Pakem	13 - 18 Bulan
2015	Rp	324.000.000	Depok	> 30 Bulan
2015	Rp	120.000.000	Moyudan	7 - 12 Bulan
2018	Rp	144.000.000	Ngaglik	7 - 12 Bulan
2014	Rp	230.000.000	Ngaglik	> 30 Bulan
2013	Rp	3.000.000.000	Ngaglik	19 - 24 Bulan
2020	Rp	500.000.000	Ngemplak	19 - 24 Bulan
2018	Rp	250.000.000	Gamping	25 - 30 Bulan
2019	Rp	150.000.000	Ngaglik	13 - 18 Bulan
2009	Rp	120.000.000	Ngaglik	19 - 24 Bulan
2018	Rp	180.000.000	Pakem	19 - 24 Bulan
2015	Rp	500.000.000	Cangkringan	13 - 18 Bulan
2017	Rp	120.000.000	Depok	19 - 24 Bulan
2018	Rp	120.000.000	Depok	19 - 24 Bulan
2010	Rp	115.000.000	Berbah	7 - 12 Bulan
2018	Rp	250.000.000	Pakem	19 - 24 Bulan
2010	Rp	500.000.000	Ngemplak	> 30 Bulan
2013	Rp	500.000.000	Kalasan	13 - 18 Bulan
2016	Rp	515.000.000	Ngaglik	19 - 24 Bulan
2015	Rp	300.000.000	Ngaglik	7 - 12 Bulan
2017	Rp	300.000.000	Cangkringan	7 - 12 Bulan
2019	Rp	350.000.000	Cangkringan	0 - 6 Bulan
2019	Rp	300.000.000	Gamping	19 - 24 Bulan
2007	Rp	450.000.000	Godean	13 - 18 Bulan
2010	Rp	500.000.000	Minggir	25 - 30 Bulan

### Lampiran 3 Analisis Deskriptif

Variabel	n	Min	Max	Mean	Std. Deviation
<i>Social Influence</i>	217	5	24	20,27	3,14
<i>Performance Expectancy</i>	217	11	24	22,41	2,28
<i>Effort Expectancy</i>	217	11	24	22,65	1,94
<i>Facilitating Condition</i>	217	4	24	21,35	3,14
<i>Price Value</i>	217	11	18	16,62	1,75
<i>Behavior Intention</i>	217	13	24	21,15	2,73
<i>Use Behavior</i>	217	12	24	21,92	2,50
Pengalaman	217	1	6	4	1,41

### Lampiran 4 Hasil Outer Model

#### 1. Convergent Validity

Variabel	Item Penelitian	Outer Loading	AVE
<i>Social Influence</i>	SI 1	0,747	0,629
	SI 2	0,767	
	SI 3	0,799	
	SI 4	0,856	
<i>Performance Expectancy</i>	PE 1	0,767	0,552
	PE 2	0,736	
	PE 3	0,738	
	PE 4	0,730	
<i>Effort Expectancy</i>	EE 1	0,718	0,541
	EE 2	0,786	

	EE 3	0,723	
	EE 4	0,713	
<i>Facilitating Condition</i>	FC 1	0,778	0,593
	FC 2	0,786	
	FC 3	0,752	
	FC 4	0,764	
<i>Price Value</i>	PV 1	0,816	0,683
	PV 2	0,822	
	PV 3	0,840	
<i>Experience</i>	E	1,000	1,000
<i>Behavior Intention</i>	BI 1	0,790	0,608
	BI 2	0,831	
	BI 3	0,778	
	BI 4	0,715	
<i>Use Behavior</i>	UB 1	0,752	0,570
	UB 2	0,833	
	UB 3	0,708	
	UB 4	0,720	

## 2. Discriminant Validity

### Nilai Cross Loadings

	BI	E	EE	FC	PE	PV	SI	UB	E x FC	E x BI
<b>BI1</b>	0,790	0,101	0,400	0,374	0,416	0,489	0,346	0,437	- 0,147	- 0,211
<b>BI2</b>	0,831	0,245	0,565	0,383	0,538	0,585	0,449	0,559	- 0,197	- 0,278
<b>BI3</b>	0,778	0,211	0,446	0,350	0,391	0,405	0,445	0,450	- 0,208	- 0,239
<b>BI4</b>	0,715	0,124	0,546	0,302	0,471	0,414	0,450	0,372	- 0,256	- 0,283
<b>E</b>	0,224	1,000	0,155	0,208	0,319	0,237	0,287	0,265	- 0,269	- 0,232
<b>EE1</b>	0,444	0,210	0,718	0,230	0,380	0,413	0,292	0,355	- 0,054	- 0,292
<b>EE2</b>	0,542	0,074	0,786	0,311	0,491	0,475	0,370	0,451	- 0,003	- 0,071
<b>EE3</b>	0,496	0,089	0,723	0,199	0,419	0,332	0,293	0,427	- 0,113	- 0,163
<b>EE4</b>	0,332	0,091	0,713	0,169	0,381	0,248	0,207	0,266	- 0,016	- 0,189
<b>FC1</b>	0,247	0,152	0,167	0,778	0,252	0,291	0,369	0,396	- 0,250	- 0,142
<b>FC2</b>	0,447	0,188	0,341	0,786	0,330	0,471	0,442	0,461	- 0,298	- 0,292
<b>FC3</b>	0,314	0,124	0,224	0,752	0,275	0,352	0,305	0,388	- 0,294	- 0,250
<b>FC4</b>	0,327	0,163	0,193	0,764	0,315	0,265	0,324	0,380	- 0,364	- 0,149
<b>PE1</b>	0,398	0,313	0,313	0,400	0,767	0,463	0,460	0,471	- 0,367	- 0,290
<b>PE2</b>	0,510	0,187	0,571	0,268	0,736	0,386	0,360	0,462	- 0,099	- 0,141

<b>PE3</b>	0,464	0,297	0,382	0,264	0,738	0,494	0,293	0,525	-	-
									0,112	0,194
<b>PE4</b>	0,333	0,137	0,404	0,217	0,730	0,305	0,319	0,471	-	-
									0,056	0,112
<b>PV1</b>	0,533	0,209	0,437	0,386	0,485	0,816	0,413	0,580	-	-
									0,159	0,162
<b>PV2</b>	0,421	0,183	0,412	0,344	0,408	0,822	0,335	0,451	-	-
									0,127	0,147
<b>PV3</b>	0,549	0,193	0,420	0,416	0,489	0,840	0,444	0,455	-	-
									0,237	0,212
<b>SI1</b>	0,405	0,226	0,321	0,277	0,376	0,357	0,747	0,373	-	-
									0,096	0,015
<b>SI2</b>	0,388	0,350	0,235	0,336	0,392	0,417	0,767	0,409	-	-
									0,329	0,241
<b>SI3</b>	0,403	0,143	0,335	0,361	0,387	0,341	0,799	0,362	-	-
									0,401	0,076
<b>SI4</b>	0,511	0,205	0,384	0,508	0,377	0,425	0,856	0,417	-	-
									0,422	0,225
<b>UB1</b>	0,472	0,189	0,413	0,416	0,445	0,470	0,406	0,752	-	-
									0,149	0,168
<b>UB2</b>	0,494	0,153	0,500	0,356	0,505	0,495	0,419	0,833	-	-
									0,160	0,138
<b>UB3</b>	0,421	0,286	0,355	0,457	0,509	0,493	0,418	0,708	-	-
									0,194	0,178
<b>UB4</b>	0,382	0,175	0,294	0,389	0,510	0,347	0,217	0,720	-	-
									0,193	0,133
<b>E x</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	1,000	0,605
<b>FC</b>	0,258	0,269	0,065	0,395	0,211	0,216	0,400	0,229		
<b>E x</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	0,605	1,000
<b>BI</b>	0,326	0,232	0,233	0,284	0,248	0,213	0,181	0,205		



## Lampiran 5 Hasil Inner Model

### 1. R Square

	R-square	R-square adjusted
BI	0,579	0,565
UB	0,366	0,357

### 2. Path Coefficient

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STEDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P-Values	Keterangan
BI -> UB	0,561	0,569	0,064	8,705	0,000	Didukung
E -> BI	-0,009	-0,014	0,047	0,188	0,851	Tidak didukung
E -> UB	0,142	0,143	0,057	2,488	0,013	Didukung
EE -> BI	0,335	0,327	0,106	3,162	0,002	Didukung
FC -> BI	0,083	0,088	0,058	1,414	0,157	Tidak Didukung
PE -> BI	0,144	0,152	0,086	1,683	0,092	Tidak Didukung
PV -> BI	0,232	0,224	0,084	2,759	0,006	Didukung
SI -> BI	0,164	0,173	0,086	1,899	0,058	Tidak Didukung
E x FC -> BI	-0,047	-0,037	0,048	0,981	0,326	Tidak Didukung
E x BI -> UB	0,009	0,008	0,079	0,119	0,905	Tidak Didukung

### Lampiran 6 Gambar Uji Model Hipotesis

